

# **MEDIA, WERSJA BETA**

Film i telewizja w czasach  
gier komputerowych i internetu



# **MEDIA, WERSJA BETA**

Film i telewizja w czasach  
gier komputerowych i internetu

**MIROŚLAW FILICIAK**

Recenzje: dr hab. Marek Krajewski, prof. UAM;  
dr hab. Tomasz Majewski, prof. UŁ

Wydawnictwo Naukowe Katedra 2013

Książka z wyłączeniem zdjęć i ilustracji dostępna na licencji  
Creative Commons Uznanie autorstwa 3.0 Polska.

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autora.

Treść licencji jest dostępna na stronie

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/legalcode>

Publikacja dofinansowana  
przez Szkołę Wyższą Psychologii Społecznej

Wydanie pierwsze  
Gdańsk 2013

Projekt okładki: Anna M. Damasiewicz  
Grafika © Kentoh | Shutterstock.com

Ilustracje z archiwum autora

Projekt layoutu i skład:



biuro@dialogo.pl; [www.dialogo.pl](http://www.dialogo.pl)

ISBN 978-83-63434-91-5

Wydawnictwo Naukowe Katedra  
<http://wnkatedra.pl>  
email: [redakcja@wnkatedra.pl](mailto:redakcja@wnkatedra.pl)



## Spis treści

|             |   |
|-------------|---|
| Wstęp ..... | 7 |
|-------------|---|

### ROZDZIAŁ 1

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Problemy badań nad mediami, czyli założenia wstępne</b> ..... | 23 |
| Problem pierwszy – o wyjściu zza biurka .....                    | 43 |
| Problem drugi – społeczne czy techniczne? .....                  | 50 |
| Problem trzeci – pozycja badacza .....                           | 57 |
| Raz, dwa, trzy... i co dalej? .....                              | 70 |

### ROZDZIAŁ 2

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Gra w kino</b> .....                                            | 77  |
| Gry i kino jako wydarzenia wizualne .....                          | 84  |
| Przyjemność (iluzji) kontroli .....                                | 87  |
| Filmo-gra – renesans obrazów-działań .....                         | 92  |
| Immersja w kinie – <i>movie ride</i> .....                         | 94  |
| Hybrydyzacja technologiczna – machinima i interaktywne filmy ..... | 107 |
| Film o innych mediach – tematyzacja poprzez parateksty .....       | 115 |
| Kino i symulacja .....                                             | 117 |

### ROZDZIAŁ 3

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| <b>W parku rozrywki: granice mediów</b> ..... | 121 |
| Pomiędzy mediami: Universal Studios .....     | 129 |
| Korekta perspektywy .....                     | 147 |
| Kino oswojonych atrakcji .....                | 165 |
| Konwergencja 1.0, konwergencja 2.0 .....      | 173 |

### ROZDZIAŁ 4

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| <b>Telewizja „po telewizji”</b> .....         | 185 |
| Mniej popularne, bardziej demokratyczne ..... | 191 |
| Inaczej niż telewizja? .....                  | 209 |
| Gra o prestiż .....                           | 215 |
| Polak przed ekranem .....                     | 222 |
| Nowe pola .....                               | 230 |

## **ROZDZIAŁ 5**

|                                                          |         |
|----------------------------------------------------------|---------|
| <b>Nieautoryzowane, nieformalne... marginalne?</b> ..... | 237     |
| Nieformalność i imperializm teorii .....                 | 247     |
| W stronę konkluzji .....                                 | 256     |
| <br>Podziękowania .....                                  | <br>273 |
| <br>Bibliografia .....                                   | <br>277 |
| <br>Indeks osób .....                                    | <br>295 |

## Wstęp

Jak wskazuje już tytuł, będzie to książka o mediach. Przede wszystkim o ich wzajemnych powiązaniach, choć takie podejście nakazuje również przyrzeć się temu, w jakich relacjach z mediami pozostają ich użytkownicy. Zanim jednak wyjaśnię, co przez to rozumiem i zagłębię się w definicyjnych niuansach, muszę napisać kilka zdań o okolicznościach powstawania tego tekstu. Przede wszystkim o tym, dlaczego uznałem, że warto pisać o mediach, choć równocześnie uważam, że ich rolę w naszym codziennym funkcjonowaniu często przeceniamy.

Kiedy rozglądam się wokół biurka, przy którym siedzę, pisząc te słowa, widzę mnóstwo medialnych artefaktów. Po układane na półkach i porozrzucane w ich okolicy książki. Stosy niedoczytanych czasopism, płyt z nagraniem muzyką, filmami i danymi komputerowymi. Zewnętrzny dysk twardy, kilka pendrive'ów, karty pamięci powtykane w różne miejsca, które mają uchronić je przed zgubieniem. Regał, którego znaczną część zajmują wypchane kartonowe pudła, skrywające medialny chaos różnych treści i formatów. Ten „medialny opad” dotyczy zresztą nie tylko nośników. Wokół mnie znajdują się też rozmaite urządzenia, w coraz większym stopniu dublujące swoje funkcje. Telefon, przenośna konsola do gier, czytnik e-booków. Służące do ich łączenia zwoje poplątanych kabli.

Komputer, na którym piszę te słowa, jest nie tylko narzędziem pracy, ale też multimedialną szafą grającą. Teksty, filmy i muzyka wypełniają jego dysk twardy, lecz także – co chyba coraz bardziej istotne – mogą pojawić się na nim w każdej chwili, dzięki połączeniu z internetem. Albo pojawić się w internecie, jako odprysk moich aktywności, kontaktów ze znajomymi i z nieznanymi.

Teksty, filmy, muzyka i gry są też, nieco wstydliwie, schowane na strychu, który w moim (ale sądzę, że nie tylko w moim) domu pełni w dużej mierze funkcję medialnego cmentarzyska, a może raczej strefy, którą jeszcze przedmioty mogą opuścić, ale jeśli tak się stanie, to powrócą już w innym charakterze – jako „retro” gadżety, kolekcjonerskie fetysze, obiekty prywatnej nostalgii<sup>1</sup>. Tam schowane są telewizor, magnetowid, magnetofon, adapter. Nie tylko one – bo też discman i pokaźna kolekcja konsol do gier „poprzednich generacji”. Nieuruchamiane od lat i coraz bardziej zakurzone, choć wiem, że nie będę w stanie ich wyrzucić ani sprzedać. W kartonach leżą też płyty winylowe, kasety magnetofonowe, kompakty, pudełka z gramami, także na zupełnie już archaicznym kartidżach. Poukładane obok książek, z których część po przeprowadzce nigdy nie doczekała się wypakowania. Wszystkie te przedmioty, z których być może nigdy już nie skorzystam, ale których nie chcę się pozbyć, stanowią materializację wspomnień o tym, co robiłem i kim byłem kiedyś. Media, zwłaszcza media analogowe, są dziś bowiem już nie tylko środkami do zapisu wspomnień, lecz same tymi wspomnieniami obrosły. Wyparte przez komputer, iPada, nowe konsole – które zresztą zapewne wkrótce czeka podobny los, jak ich przestarzałe dziś

---

<sup>1</sup> Trop strefy przejścia, a nie ostatecznego odesłania starych mediów na złomowisko podpowiedział mi Marek Krajewski – sugerując, że być może lepszą od „cmentarzyska” metaforą byłby „czyściec”.

poprzedniczki. Ale wokół nich nie ma już stosów płyt i kaset – filmy, płyty z muzyką, gry szybko tracą swoją materialność. Podobnie jest z książkami – „otwieranymi” na czytniku e-booków i komputerze. Analogowe, fizyczne – trzeba szukać, to niewygodne. Wszystko to przypomina mi, że choć cała historia mediów jest historią zmiany, to znaleźliśmy się w dość szczególnym momencie, w którym coś, co jeszcze przed dekadą było centrum domowego świata mediów, dziś jest już tylko sympatyczną skamieliną. Odpowiednikiem rozpadających się butów czy ulubionej koszulki, zajmujących miejsce w szafie. Takich, których nie wypada już zakładać, ale równocześnie szkoda się ich pozbyć, bo lubimy je i lubimy myśleć o sobie z nimi. Choć na poziomie racjonalnym to kolekcjonerstwo pozbawione jest sensu.

Równocześnie jednak, porzucając sentymentalny ton, o tych wszystkich przedmiotach i budowanych wokół nich praktykach można pisać inaczej. Wszystkie wypchane pudełka, stosy nośników danych i kolejne zbierające kurz urządzenia są manifestacją nieznośnego informacyjnego nadmiaru. Ekspansji mediów, które wciskają się w kolejne prywatne przestrzenie i które ostatecznie unieważniają granicę między czasem wolnym i czasem pracy; które budują sztuczne poczucie potrzeby bycia „na bieżąco”, sprawdzania, dowiadywania się, komunikowania – poczucie, które było dla mnie udręką podczas pracy nad tym tomem. Przecież okno z pisanym tekstem od serwisu informacyjnego czy społecznościowego dzieli jedno kliknięcie. Media wywołują więc w nas rodzaj kulturowej nadpobudliwości, nakazującej nieustannie przebiegać w nadmiernej ofercie, dostępnej o kilka uderzeń w klawisze – nadpobudliwości, od której warto czasem się zdystansować. To jeden z paradoksów, z którymi na poziomie teoretycznym spróbuję się tutaj zmierzyć, próbując pogodzić przeświadczenie o kluczowej

roli mediów w życiu codziennym z przeświadczeniem, że to poczucie umacniają między innymi książki takie jak ta. Że być może „prawdziwe życie” jest gdzie indziej. A już na pewno – nie tylko tutaj.

Przed wszystkim będzie to jednak książka o zmianie, pisana z pełną świadomością problemów, jakie taka optyka ze sobą niesie. Postaram się tu nie gonić za nowością – raczej ją problematyzować, wskazując, że ta zmiana jest równocześnie nieprzerwanym procesem negocjowania i konstruowania tego, co rozumiemy jako „media”. Celem nadrzędnym jest diagnoza sytuacji użytkownika mediów oraz rozważania o tym, jak i dlaczego zmieniają się one na naszych oczach (ale też w uszach i pod naszymi palcami). Tak postawione zadanie prowadzi mnie w stronę całej sieci powiązań. Urządzenia, treści, ich twórcy i konsumenci – jaki wywierają na siebie wpływ? Jak użytkownicy zmieniają media – jakie negocjacje dokonują się na płaszczyźnie społecznych użyć, na ile kształtują one sposoby działania kodu komputerowego czy rozwiązań sprzętowych? Ale też na ile media zmieniają siebie nawzajem i – tu koło się zamyka – w zmienionym kształcie zmieniają przyzwyczajenia swych odbiorców? Wreszcie: na ile zmiana medialnego ekosystemu redefiniuje czy wręcz falsyfikuje dotychczasowe teorie mediów?

Aby nie ugrzęznąć w ogólnikach, na pytania będę odpowiadał, odwołując się do kilku studiów przypadku. Główną oś ich organizacji stanowią będą relacje między mediami, które wydają mi się paradygmatyczne dla znacznej części wieku XX, czyli kinem i telewizją, a kluczowymi w mojej ocenie dla kultury współczesnej internetem i gramami komputerowymi. Dlaczego akurat taki wybór? Przecież to niejedynie z możliwych zestawień i nie mniej od innych kłopotliwe. Kiedy rozpocząłem pracę nad tą książką, przygotowując

kolejne teksty stanowiące załączek obecnych w tym tomie rozdziałów<sup>2</sup>, chciałem zająć się przede wszystkim wzajemnymi oddziaływaniami kina i gier komputerowych, a zwłaszcza spojrzeć na kino z perspektywy gracza. Dość szybko okazało się jednak, że tak sformułowany projekt skazany jest na porażkę: bo mechanizmy, które dostrzegałem na linii film – gry, odnosiły się też do innych elementów medialnego ekosystemu, bo znajdowałem przykłady tekstów rozciągających się na różne media i testujących ich przemiany, bo wszędzie, gdzie się kierowałem, pojawiały się nowe problemy. Kiedy bowiem śledzi się wpływ gier na film, tropiąc wzajemne powiązania i wskazując na podobieństwa, trudno nie zauważyć, że filmy nie są przecież nierozzerwalnie związane z kinem – przeciwnie, zapewne najczęściej oglądamy je w telewizji. Ale – idąc dalej – można zapytać: czym jest dzisiaj telewizja? Jakie są jej granice w dobie internetu? Który wycinek tego spektrum jest dla mnie istotny, a gdzie przebiega linia, której przekraczać już nie będę? Czy można wyznaczyć linię demarkacyjną, która nie będzie czysto arbitralna? Zwłaszcza że uwzględnienie perspektywy historycznej przypomina, iż odpowiedź na tego typu pytania, nieoczywista dzisiaj, gdy różne typy treści oderwały się od platform technologicznych (przykładem może być choćby ta książka, oferowana także jako e-book – lektura papierowej wersji nie jest więc jedynym sposobem jej czytania), nie była oczywista również sto lat temu. Rozszerzyłem więc swój zamysł, wprowadzając tu także choćby telewizję, która jeszcze kilka lat temu wydawała mi się medium w pełni już opisanym, a dziś jawi się jako doskonały przykład kryzysu starych kategorii w kontekście gwałtownych zmian, nie tylko technologicznych. Jest też doskonałym przykładem zmiany

---

<sup>2</sup> Informacje o trzech publikowanych wcześniej tekstach, których fragmenty weszły w obręb tej książki, znajdują się w podziękowaniach.

mechanizmów krążenia treści kultury, co wobec moich ambicji pisania o mediach nie tylko w perspektywie estetycznej, ale także – a nawet przede wszystkim – społecznej, czyni z niej nader kuszący przedmiot analizy. Równocześnie jednak można ją traktować jako bastion relatywnie stabilnych, kształtowanych przez dekady nawyków odbioru – i też znaleźć na to dobre argumenty. Dlatego decydując się na tak rozległy obszar analizy, co więcej, obszar pełen wewnętrznych sprzeczności, mam pełną świadomość podjęcia ryzyka pisania „o wszystkim” (choć piszę przecież tylko „o mediach”); ale mam też przekonanie, że niemożliwy jest pełen opis rozedrganego pejzażu mediów na etapie, nazwijmy to umownie, „2.0”, zdominowanym przez usieciowienie i cyfryzację, lecz również przez niepoddający się jednoznacznej ocenie dyskurs upadku hierarchii i szerszego niż w wypadku mediów analogowych otwarcia na działania użytkowników. Tym samym w poszukiwaniu pewnych prawidłowości warto sięgać po różne elementy układanki, pokazując, że daje się w nich znaleźć wspólną logikę. I że za poruszonymi tutaj przykładami kryją się pytania dla badań mediów fundamentalne.

W tym miejscu – skoro już pojawiło się odwołanie do nazywanych w manierze oprogramowania wersji mediów (2.0) – wytłumaczę się jeszcze krótko z tytułu tej książki. Chciałem dać w nim wyraz dynamicznym zmianom medialnego ekosystemu, ale równocześnie nie ulegać naiwnemu technooptymizmowi. Dlatego zdecydowałem się na określenie sytuacji, o której piszę, mianem „wersji beta”. Mianem tym określa się oprogramowanie w finalnej fazie testów, działające już względnie stabilnie, ale wciąż niebędące finalną wersją produkcyjną. W określeniu tym zawiera się odniesienie do niedoskonałości (bo przecież media tak często nas rozczarowują, nie spełniając pokładanych w nich nadziei) i wiecznego



niedomknięcia relacji pomiędzy nową technologią a użytkownikiem. Równocześnie jednak mam poczucie, że „wersją beta” były też media analogowe, że wieczna zmiana funkcjonowania środków komunikacji nie jest tylko przypadłością komputerów – i staram się to przekonanie na stronach tej książki wytłumaczyć. Na tym poziomie termin „wersja beta” miałby odnosić się do napięć w obrębie badania mediów: właściwych nauce prób uchwycenia, opisanie i sklasyfikowania cech otaczających nas mediów oraz właściwego przedmiotom badań wymykania się tym działaniom. W tym sensie media zawsze są tylko – i aż – wersją beta, bo niczym innym być nie mogą.

Janet Murray twierdzi, że media wpisują się w schemat powtarzany od początku dziejów ludzkości, gdy dzieci uczą się komunikować z rodzicami przez aranżowane sytuacje, w których zyskują świadomość mechanizmów pracy ich umysłów<sup>3</sup>. To sytuacje, później powtarzane przez rytuały, w których osoby komunikujące się ze sobą dzielą uwagę, wspólnie pochylają się nad czymś. Znaczenia wytwarzane są poprzez odwołanie do konwencji kulturowych, pozwalających się skoncentrować właśnie na chwilach wspólnego zainteresowania jakimś tematem. Obok konwencji i gatunków media są właśnie narzędziami, które ów namysł umożliwiają. Ale czy dziś media efektywnie pełnią te funkcje? Nadmiar treści i kanałów niekoniecznie wspomaga dzielenie uwagi; media zdają się raczej oscylować pomiędzy funkcją uspołeczniającą a indywidualizującą. Można o nich pisać jako o narzędziach podtrzymywania ciągłości i ułatwiania komunikacji, ale przecież równie zasadne zdaje się mówienie o nich językiem zerwania i utrudnień. Dlatego ważnym wątkiem będzie tu dla mnie kryzys. Nie tylko kryzys

---

<sup>3</sup> J. Murray, *What is a medium? Shared Focused Attention*, [online:] <http://inventingthemedium.com/2012/01/10/what-is-a-medium-shared-focused-attention/> [dostęp 10.01.2013].

mediów, „jakie znaliśmy”, ale też – jakkolwiek dziwnie by to nie brzmiało w książce o mediach – kryzys zaufania do ich badaczy, coraz częściej wskazujących na arbitralność podejmowanych przez swych poprzedników wyborów i proponowanych klasyfikacji (a tym samym pośrednio wskazujących, że ich wybory też można w podobny sposób zakwestionować). Może chodzi wręcz o kryzys zaufania do badaczy w ogóle? Bo przecież kryzys daje się opisać także jako efekt tworzonych przez naukowców teorii.

Korzystając z faktu, że to wstęp – a więc wprowadzenie do książki, które ma zaintrygować czytelnika i w którym, jak sądzę, można sobie pozwolić na nieco większą niż we właściwym tekście swobodę skojarzeń – odwołam się do przykładu z dyscypliny, której oddziaływanie na rzeczywistość jest zauważalne i odczuwalne dla wszystkich: do ekonomii. Donald McKenzie, analizujący wpływ teorii ekonomicznych na rynki finansowe (i kolejne pojawiające się na nich kryzysy), odwołuje się do stwierdzenia Milтона Friedmana, który pisał, że teoria ekonomiczna powinna być napędem dla analizy świata, nie jego fotograficzną rejestracją. Chodziło mu o budowę modeli ułatwiających namysł nad obserwowanymi procesami, a nie możliwie najwierniejszą ich rejestrację. To podejście okazało się jednak naiwne – bo choć jego wizja została zrealizowana, to jej konsekwencje dalekie były od zamierzeń. Jak pisze McKenzie, „ekonomika finansowa nie tylko analizowała rynki – ona je zmieniała. Była »napędem« w znaczeniu niezamierzonym przez Friedmana: aktywną siłą przekształcającą swoje środowisko, nie pasywnie rejestrującym je aparatem”<sup>4</sup>. Czy badania mediów – tak chętnie przecież sięgające po metafory związane z fotografią, filmem i innymi narzędziami rejestracji

---

<sup>4</sup> D. McKenzie, *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*, Cambridge: MIT Press 2006, s. 12.

– są pod tym względem od ekonomii znacząco różne? Odwołując się tu choćby do badań filmu, pokażę, że niekoniecznie, bo choć kategorie takie jak „realizm” w wypadku analizowanych tekstów traktują jako konwencję i poddają krytycznej dekonstrukcji, to do własnych prac zachowują już znacznie mniej dystansu. Jak o myleniu konstruowania rzeczywistości z jej reprezentowaniem pisał Latour: „Braliśmy naukę za realistyczne malarstwo, wyobrażając sobie, że tworzy dokładne kopie świata. Ale nauka robi coś zupełnie innego – na przykład właśnie obrazy. Poprzez kolejne etapy łączą nas one z uporządkowanym, przetworzonym, skonstruowanym światem”<sup>5</sup>. I nie chodzi tu o krytykę nauki i jej metod – bo lepszych narzędzi do poznania rzeczywistości przecież nie mamy. Raczej o krytyczną autorefleksję i pamięć o tym, żeby w skrzynce narzędziowej naukowca znalazło się miejsce dla kilku bezpieczników. Wróćmy jednak do badań mediów.

Jako tematy porządkujące książkę, wybrałem następujące obszary: relacje filmu i gier oraz jako odrębną część telewizji i internetu – choć wątki te są tylko osiami, wokół których dzieje się wiele i podejmowane tu wycieczki często prowadzą mnie w regiony dość odległe od punktu wyjścia. Dlaczego pomijam książki czy szerzej – teksty pisane? Bo ich zmieniający się status zasługuje w moim odczuciu na odrębne potraktowanie – skoro mogę im poświęcić nie więcej niż jeden rozdział, wolę nie pisać o nich wcale. Pomijam też prasę, bo ważne będzie tu dla mnie spojrzenie z perspektywy przemysłów rozrywkowych – i tak, jak nie chcę wdawać się w rozważania, czy mamy do czynienia ze zmierzchem kultury czytelnictwa, przemianami modelu lektury i tym, jakie może mieć to konsekwencje, tak nie interesują mnie tutaj kwestie wpływu mediów na sferę

<sup>5</sup> B. Latour, *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge: Harvard University Press 1999, s. 78–79.

publiczną czy zagadnienia tabloidyzacji, bo one również nie pozostawiłyby wiele miejsca dla spraw, które interesują mnie najbardziej. Ten wybór powiązany jest jeszcze z innym wstępnym założeniem, które przyjąłem: interesują mnie przemysły rozrywkowe, a więc zjawiska popularne, związane z popkulturą. Fenomenów, które można byłoby powiązać z polem sztuki, nie wykluczam a priori – bo takie twarde oddzielanie tych obszarów wydaje się w kontekście pisania o mediach dyskusyjne. Nie zmienia to faktu, że są one w tym tekście niemal nieobecne. Interesuje mnie bowiem przede wszystkim „główny nurt” kultury, a raczej wobec jej postępującej fragmentaryzacji – główne nurty. Oczywiście można postawić pytanie, czy kategoria „zjawisk popularnych” ma w kontekście upadku kanonów i hierarchii kulturowych lub – patrząc na te procesy z innej perspektywy – ekonomii „długiego ogona”<sup>6</sup> jeszcze rację bytu. Będę bronić tezy, że jednak wciąż ma.

Wtręt o popkulturze i sztuce ilustruje inny problem, który będzie w tej publikacji ważny. To właśnie rozmyte granice, niestabilne powiązania, nawzajem wykluczające się interpretacje tych samych zjawisk. Zajmę się bowiem nie tylko zmapowaniem pewnych obszarów kultury, w których moim zdaniem zmiana spowodowana upowszechnieniem się komputerów (czy szerzej: elektronicznych urządzeń do przetwarzania informacji) i internetu jest szczególnie wyraźnie widoczna. Badając kino, telewizję, internet i gry, mam oczywiście świadomość, że w dobie konwergencji mediów granice między nimi są rozmyte. Także o tym rozmyciu jest moja książka.

Prześledzenie dynamiki relacji zachodzących pomiędzy wymienionymi mediami pomoże mi w sporządzeniu charakterystyki sytuacji mediów dzisiaj. Równocześnie jednak analiza

---

<sup>6</sup> C. Anderson, *Długi ogon*, przeł. B. Ludwiczak, Poznań: Media Rodzina 2008.

napięcie pomiędzy różnymi środkami komunikowania w momencie, w którym ich granice są coraz mniej wyraźne, stanowić ma podstawę do przygotowania sugestii metodologicznych, które ogólnikowo można streścić w pytaniu: jak mogłaby wyglądać kulturoznawcza analiza mediów dzisiaj, w czasach coraz bardziej widocznej dysfunkcyjności wielu obecnych kategorii badawczych? Jakie dawne teorie należałoby zaktualizować i jak tę aktualizację można wykorzystać także do badań historycznych? Odniesienia do przeszłości są o tyle istotne, że jednym z kluczowych problemów, jaki przede mną staje, jest unikanie prezentyzmu i nowinkarstwa, stanowiących rodzaj genetycznego schorzenia badań „nowych mediów”, podobnie jak perspektywy wskazujące na wyjątkową rolę dokonujących się dziś w mediasferze procesów (i wykazujące sporo podobieństw do dekonstruowanych w minionych dwóch dekadach założeń badań filmu, wskazujących na jego specyfikę i wyjątkowość, choć w wypadku kina bardziej na płaszczyźnie artystycznej niż społecznej<sup>7</sup>). Będę więc, jak już sygnalizowałem, krążyć pomiędzy analizą „zmiany” (zarówno na poziomie praktyk, jak i technologii) a refleksją, że w istocie zmiana jest immanentną cechą mediów, a może rzeczywistości w ogóle – i wiele spośród diagnozowanych kluczowych obszarów zmian to wynik intencji i przekonań osób, które te procesy obserwują, a nie tylko właściwości obserwowanych procesów.

W wymiarze bardziej osobistym będzie to historia o tym, jak za sprawą napotykanых przeze mnie osób, przeczytanych lektur i zrealizowanych projektów badawczych zmieniało się moje myślenie o mediach, z jednej strony ze względu na wgląd w szerszy kontekst historyczny (przemiany mediów, ale też i zwroty teoretyczne w ich badaniu), z drugiej przez

---

<sup>7</sup> Mam tu na myśli przede wszystkim Nową Historię Filmu, do której będę odwoływać się w dalszych częściach książki.

otwarcie na socjologiczne i etnograficzne badanie mediów (tu głównie mam na myśli doświadczenia z projektu „Młodzi i media”, a także projektu „Telewizja bez telewizorów” i „Obiegi kultury”, o których więcej piszę w dalszej części książki). Moje rozumienie mediów będzie więc bardzo szerokie i interdyscyplinarne czy raczej transdyscyplinarne – mam nadzieję, że pomimo tego przekonujące i spójne. Inspirując się Nickiem Couldrym, mam zamiar analizować media jako praktyki – czyli rozumiane jako to, co ludzie z nimi robią (lub nie robią) i w jaki sposób o tym mówią<sup>8</sup>. Wykorzystam do tego materiały z projektów badawczych, w których brałem udział. Równocześnie jednak nie chcę całkowicie porzucić tej tradycji medioznawczej, w której niewiele miejsca poświęca się praktykom odbiorców, a dużo myśleniu o mediach jako o systemach wytwarzania tekstów czy samych tekstach. Interesującą mnie przestrzeń wyznaczać mają więc różne czynniki – począwszy od technologii, przez praktyki ich użycia, po rynkowe uwarunkowania produkcji oraz sferę wytwarzania towarzyszącego mediom dyskursu, który jest kształtowany także przez badaczy akademickich. Na moje myślenie duży wpływ wywarły alternatywne historie kina i telewizji (o czym dalej), ale też nowe medioznawcze trendy, takie jak *software studies* (wskazujące na wzrost znaczenia – kosztem ludzi – nowych technologii w produkcji i rozpowszechnianiu tekstów medialnych<sup>9</sup>) czy *production/industries studies* („odgrzewające” w pewnym sensie zainteresowanie ekonomicznymi uwarunkowaniami tworzenia i cyrkulacji treści medialnych, ale też sięgające po etnografię w celu badania procesów zachodzących

---

<sup>8</sup> N. Couldry, *Media w kontekście praktyk*, przeł. A. Strzezińska, „Kultura Popularna” 2010, nr 1(27), s. 96–113.

<sup>9</sup> Zob. wydanie „Kultury Popularnej” poświęcone *software studies* – nr 4(22)/2008.

w obrębie konglomeratów medialnych<sup>10</sup>). Alternatywne wizje rozwoju kina i telewizji są mi potrzebne, żeby wskazać na możliwość nieoczywistych powiązań pomiędzy różnymi obszarami aktywności rozrywkowych. Z kolei otwarcie na analizę oprogramowania/sprzętu do tworzenia i dystrybucji kultury, podobnie jak uwagi związane z organizacją procesu produkcji, ma pomóc w uwolnieniu się od nazbyt romantycznych wizji mediów cyfrowych jako tych, które ostatecznie znoszą granice między nadawcami i odbiorcami, wpisujących się w prostą teologię, zgodnie z którą zdecentralizowane i cyfrowe 2.0 ma być bardziej demokratyczne i po prostu lepsze niż analogowe i jednokierunkowe 1.0. Wspomniane wcześniej media 2.0 to dla mnie media będące w równej mierze narzędziami kształtowania oddolnej kultury 2.0, co i narzędziami biznesowo-marketingowego dyskursu Web 2.0, w którym internauci są dostawcami treści i trochę marionetkami w rękach przemysłów medialnych. Można je też postrzegać jako efekt rozwoju technologii, postrzeganego jako proces częściowo autonomiczny wobec ludzi, zwłaszcza – użytkowników<sup>11</sup>.

Co więc zawiera ta książka? Zaczynam od pomieszczonych w pierwszym rozdziale wstępnych uwag metodologicznych i od zarysu swojego projektu badawczego, ufundowanego na trzech filarach. Pierwszym jest postulat wyjścia „zza biurka”, ewentualnie „sprzed ekranu”, a więc rozszerzenie perspektywy dominującej w polskim, silnie związanym z badaniami filmu medioznawstwie, o elementy socjologii i etnografii, mające pomóc w walce z Beckowskimi „pojęciami zombi”

---

<sup>10</sup> Zob. *Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, red. V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, London: Routledge 2009; *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley-Blackwell 2009.

<sup>11</sup> Takie podejście jest obecne między innymi w *software studies*, w dużej mierze za sprawą inspiracji pracami Friedricha A. Kittlera.

– konstruktami teoretycznymi, które funkcjonują na kartkach tekstów badaczy, ale dla których coraz trudniej znaleźć referencje poza nimi. Chodzi więc o uwrażliwienie na użycia mediów przez użytkowników, szczególnie istotne w sytuacji, w której media stają się coraz silniej elastyczne i spersonalizowane. Drugim postulatem jest zwrócenie uwagi na technologiczną strukturę mediów, jej wpływ na ich użycia, a szerzej – wyjście poza język dychotomii, przeciwstawiający „techniczne” temu, co „społeczne”. Trzeci element mojego projektu to metarefleksja nad pozycją badacza mediów, jego motywacjami i wynikającymi z tego konsekwencjami dla efektów analizy. W rozdziale pierwszym zostaje przedstawiony też schemat pojęciowy, osadzający całe przedsięwzięcie w kontekście ekologicznego myślenia o mediach i zjawisk takich jak konwergencja (traktowana jednak przeze mnie nie tylko jako zjawisko „zewnętrzne” wobec badań, ale też i efekt kryzysu teorii), remediacja czy zmiana statusu przemysłów kultury. Punktem dojścia jest przedstawienie integrującego podejścia metodologicznego, wykorzystywanego przeze mnie w przedstawionych w kolejnych rozdziałach studiach przypadków.

Rozdział drugi, *Gra w kino*, to pierwsze studium przypadku, ilustrujące nieoczywiste powiązania i relacje pomiędzy mediami. Poświęcone jest wzajemnym inspiracjom filmów i gier, a w szczególności temu, jak filmy upodabniają się do interaktywnych form rozrywki i przewyższają swoje ograniczenia technologiczne. Rozdział zawiera też analizę sytuacji widza i gracza, rozdartych pomiędzy oglądaniem i uczestnictwem w prezentowanych wydarzeniach. Szczególnie ważnym terminem, wiążącym ten rozdział z kolejnym, jest tzw. *movie-ride* – kategoria opisująca mechanizm wywoływania immersji poprzez zabiegi formalne i narracyjne naśladujące rozwiązania z tematycznych parków rozrywki. To właśnie „filmowe



przejażdżki” – a dokładniej: autoetnograficzna relacja z wizyty w parku rozrywki Universal Studios – stanowią punkt wyjścia do kolejnej części, *W parku rozrywki: granice mediów*. Jest ona poświęcona analizie powiązań biznesowych, ale też eksperymentom technologicznym i markom transmedialnym budowanym wokół filmów i rozszerzającym doświadczenia filmowe. Park rozrywki zostaje tu przedstawiony jako alegoria współczesnych przemysłów medialnych, ale stanowi również pretekst do zajęcia się historią kina i postawienia pytań o kulturowy status filmu. Równocześnie rozdział ten pogłębia zestawienie filmów i gier, dokonując ponownego odczytania historii kina z perspektywy nowych form medialnych – punkt wyjścia stanowi koncepcja historii preposteryjnej Mieke Bal, a jej rozwinięciem jest kategoria „kina atrakcji” Toma Gunninga, wskazująca między innymi, że to właśnie atrakcje stanowią kluczową, a marginalizowaną przez krytyków i historyków kina kategorię funkcjonowania tego medium. Dlatego w rozdziale tym zajmuję się również archeologią mediów i Nową Historią Filmu, sytuującą początki kina w nowych kontekstach. Odniesienia do przeszłości – pytania o to, jak kiedyś oglądano filmy i jak sytuowano je w odniesieniu do innych sposobów spędzania wolnego czasu, ale też krytyczna rewizja naszych wyobrażeń o niej, stanowią bowiem ważny kontekst dla namysłu nad współczesnym ekosystemem medialnym i systemami rozrywkowymi.

Rozdział czwarty, *Telewizja „po telewizji”*, przenosi pytania o relacje między technologiami medialnymi i sposobami ich użycia w kontekst związany z przemianami telewizji. To paradygmatyczne dla drugiej połowy XX wieku medium przechodzi aktualnie okres głębokich przemian, choć równocześnie ich skala bywa przeceniana – dlatego zajmę się także napięciem pomiędzy możliwościami telewizji docierającej do

widzów za pośrednictwem coraz to nowszych kanałów przekazu a realnymi jej użyciami. Zmiany praktyk odbioru powiązane są oczywiście również z rozwojem nowych form telewizyjnych, dlatego w tej części książki poświęcam sporo miejsca nowej generacji seriali telewizyjnych, w wypadku których tradycyjne sposoby oglądania przenikają się z nowymi, a pozorna „nietelewizyjność” treści umożliwia wyrobionej publiczności oglądać seriale bez poczucia winy. Prowadzi to wywód w kierunku ostatniego wątku, ilustrującego między innymi zaangażowanie badaczy mediów w kształtowanie zinstytucjonalizowanej wiedzy, będącej dla nas wszystkich źródłem informacji o preferowanych czy wręcz właściwych użyciach mediów. To nieformalny obieg treści medialnych, omawiany w rozdziale *Nieautoryzowane, nieformalne... marginalne?* – marginalizowany w badaniach nad kulturą, a równocześnie, za sprawą internetu, niemal powszechny. Analiza luk w obszarach zainteresowań badaczy mediów oraz konsekwencje podejmowanych przez nich wyborów prowadzą mnie w stronę podsumowań.

# **ROZDZIAŁ 1**

Problemy badań nad mediami,  
czyli założenia wstępne



Zanim zajmę się zapowiadzanymi we wstępie studiami przypadków, istotne wydaje mi się określenie swojej pozycji na polu akademickim – a tym samym perspektywy, z której zwracam się do czytelników. Przede wszystkim: jest to praca kulturoznawcza, choć każda osoba interesująca się studiami kulturoznawczymi w Polsce ma zapewne świadomość, że nie jest to wyjaśnienie w pełni satysfakcjonujące. Nie sposób bowiem mówić o jednej tradycji polskiego kulturoznawstwa, rozwijanego niezależnie od siebie w ośrodkach wrocławskim, łódzkim i poznańskim, a później także śląskim, krakowskim i warszawskim<sup>1</sup>. Oczywiście problemem nie jest rozpiętość geograficzna środowiska badawczego, lecz różne zakorzenienia dyscyplinarne, począwszy od filozofii i historii, przez socjologię i etnologię, po filmoznawstwo i literaturoznawstwo. Nie bez znaczenia są także nawiązania, nie tylko do tradycji brytyjskich *cultural studies* (dla których kształtowania się ważne były socjologia i etnologia, a na poziomie przedmiotu zainteresowań – zjawiska popularne), ale i niemieckich *Kulturwissenschaften* (osadzonych w tradycji filozoficznej, wywodzących

---

<sup>1</sup> Historia studiów kulturowych w Polsce (i w Niemczech) przedstawiona jest w tekście Renaty Szczepaniak *Kulturo-znawstwo jako dyscyplina uniwersytecka. Z doświadczeń polskich i niemieckich*, w: *Kulturo-znawstwo: dyscyplina bez dyscypliny?*, red. W. J. Burszta, M. Januszkiewicz, Warszawa: Academica SWPS 2010.

się ze skoncentrowanych na kulturze artystycznej *Geisteswissenschaften*). Dlatego możemy mówić o sytuacji, którą – jak mniemam, nie tylko na zasadzie żartu – Wojciech J. Burszta i Michał Januszkiewicz opisali jako funkcjonowanie z „kulturoznawstwami z przypadku”<sup>2</sup>. Nie piszę o tym jednak, aby dystansować się od tego środowiska, lecz by wytłumaczyć rolę odwoływania się do konkretnej tradycji, niekoniecznie zgodnej z tym, jak kulturoznawstwo postrzegać mogą rozmaici przedstawiciele tej dyscypliny w naszym kraju. Moja praca jest osadzona przede wszystkim w tradycji krytycznych badań mediów z obszaru brytyjskich studiów kulturowych (rozumianych jako szeroka tradycja badań empirycznych, zwłaszcza badań widowni), które silnie wpłynęły na wielu polskich badaczy mediów<sup>3</sup>. Sięgam w niej po narzędzia wypracowane przez badania nad mediami w różnych ich wersjach (szczegółami zajmę się dalej), ale także przez socjologię i antropologię. Moje własne badania zakorzenione są – jak praktyka wielu przedstawicieli medioznawstwa w Polsce – w filmoznawstwie (które z kolei wyraźnie związane jest między innymi z literaturoznawstwem). Równocześnie jednak moje doświadczenia naukowe popychają mnie w kierunku badań społecznych, jestem bowiem przekonany, że w polskiej refleksji medioznawczej nie są one reprezentowane w wystarczającym stopniu. Zarazem mam świadomość, że wiele spośród stawianych tutaj przeze mnie tez pojawiało się w obszarze socjologii mediów,

---

<sup>2</sup> W. J. Burszta, M. Januszkiewicz, *Słowo wstępne: Kłopot zwany kulturoznawstwem*, w: *Kulturoznawstwo...*, dz. cyt., s. 17.

<sup>3</sup> Należy tu wymienić choćby prace Wiesława Godzica czy – spośród szeroko rozumianego młodszego pokolenia badaczy – Mateusza Haławy, Anny Nacher i Samuela Nowaka. Rodzaj tekstu programowego poświęconego związkom polskich badań mediów opublikował w roku 1999 Eugeniusz Wilk – zob. *Kulturoznawstwo a „cultural studies”*. *Pytania w perspektywie refleksji nad audiowizualnością*, „Kultura Współczesna” 1999, nr 2, s. 19–25.

której wpływ na tę książkę jest bardzo silny. Dlatego obszar swych działań sytuuję pomiędzy dyscyplinami, a wykorzystanie narzędzi wypracowanych przez filmoznawstwo czy socjologię wpisuję w paradygmat transdyscyplinarności – nie należy poszczególnych elementów tej książki postrzegać jako na przykład filmoznawczych, bo choć siłą rzeczy pisząc, dajmy na to, o kinie, będę odwoływać się do studiów nad filmem, zawsze istotny będzie szerszy kontekst kulturowy. Równocześnie uważam, że spieranie się o granice pomiędzy badaniami nad filmem, medioznawstwem i innymi dyscyplinami zajmującymi się badaniem popkultury i mediów nie jest z perspektywy zadań, które sobie tutaj postawię, kluczowe – zwłaszcza że przecież coraz częściej wątpliwości budzi kreślenie granic pomiędzy innymi, bez wątpienia bardziej odległymi od siebie działami humanistyki czy nauki w ogóle. Podobnie problematyczne i sztuczne coraz częściej okazują się też granice pomiędzy tematami badań – wykazywanie tego stanowi zresztą istotną część tej książki.

„Transdyscyplinarność dotyczy, jak wskazuje na to prefiks *trans*, tego, co jest zarazem *między* dyscyplinami, *poprzez* rozmaite dyscypliny i jednocześnie *poza* każdą z nich” – pisał Basarbu Nicolescu<sup>4</sup>. Barbara Kita, zajmując się tym pojęciem, odwołuje się do figury pasażu, przejścia; transdyscyplinarność ma się – jak pisze Kita, cytując René Bergera – manifestować przede wszystkim „jako swego rodzaju przechodzenie od fragmentaryzacji, podzielności rzeczywistości do ponownego odzyskiwania przez nią integralności”<sup>5</sup>. Można więc

---

<sup>4</sup> *La Transdisciplinarité: Manifeste*, Paris: Editions du Rocher 1996, s. 66; cyt. za: B. Kita, *Pasaże transdyscyplinarne*, „Kultura Współczesna” 1999, nr 3, s. 34.

<sup>5</sup> R. Berger, *Télévision: le nouveau Golem*, Lausanne: Iderive 1991, s. 179; cyt. za: B. Kita, dz. cyt., s. 32.

traktować je jako próbę uchwycenia sieciowej struktury kultury współczesnej, bez rezygnacji z diagnoz wykraczających poza poszczególne jej wycinki. W tym kontekście granice między dyscyplinami należy bowiem postrzegać nie jako linie podziału, lecz przestrzeń kontaktu, czy – jak pisze Anna Zeidler-Janiszewska, powołując się na koncepcje Jerzego Kmity, „oś integracji” nauk o kulturze<sup>6</sup>. Perspektywę taką uzasadniają zarówno eksplorowane w badaniach kultury tematy, jak i wykorzystywane do tego metodologie: „W odniesieniu do humanistyki ostatniego półwiecza trafne wydaje się przekonanie, że najciekawsze efekty poznawcze uzyskujemy na skrzyżowaniach różnych pól przedmiotowo-dyscyplinarnych i perspektyw metodologiczno-teoretycznych, a z wcześniejszych tradycji badawczych aktualizujemy najchętniej te, które z racji swego subwersywnego charakteru egzystowały dotąd na marginesach i w których granice dyscyplinarne ulegały wyraźnym procesom demontażu”<sup>7</sup>.

Przyjęcie perspektywy transdyscyplinarnej uzasadnia także sposób definiowania mediów, traktowanych tu przeze mnie jako dynamiczne, wielowymiarowe środowisko aktywności ludzi (i nie tylko ludzi, o czym – znów – dalej). Środowisko na tyle istotne, że można zaryzykować tezę, iż historia kultury staje się stopniowo historią mediów, a obecnie przede wszystkim historią mediów technicznych. Nie wikłając się tu jednak w podobne rozważania, napiszę, że analiza różnych zjawisk i sięgnięcie po szeroką gamę narzędzi teoretycznych ma na celu uchwycenie z pewnością nie całokształtu, ale możliwie

---

<sup>6</sup> A. Zeidler-Janiszewska, *Granice współczesności granicami „-znawstwa”?* Kilka uwag o miejscach skrzyżowania badań kulturoznawczych z badaniami historyków, w: *Kulturo-znawstwo*, dz. cyt., s. 25.

<sup>7</sup> Taż, „*Visual culture studies*” czy antropologicznie zorientowana *Bildwissen/schaft?* O kierunkach zwrotu ikonicznego w naukach o kulturze, „*Teksty Drugie*” 2006, nr 4, s. 11.



znaczącej części dokonujących się w sferze mediów zmian. Równocześnie, chociaż już w tytule tej książki znalazły się „media”, są one tylko pewnym hasłem wywoławczym – nie będę ich tutaj postrzegać tylko jako instytucji wytwarzania znaczeń, technologii komunikowania czy tekstów, ale szerzej, także jako społeczne praktyki skupione wokół mediów. Dlatego odwołuję się do kulturoznawstwa, a nie medioznawstwa – jestem zresztą przekonany, że ten podział, czy też wydzielanie badań nad mediami z badań kultury, nie zawsze ma sens. Wśród zróżnicowanych tradycji kulturoznawstwa – choćby w pracach Theodora Adorno – eksponowane są więzi między kulturą, społeczeństwem i mediami. Media są przecież w tym samym stopniu nośnikami treści kultury i narzędziem wytwarzania więzi społecznych, co wytworem działania instytucji społecznych, które współtworzą. Stanowią zarazem efekt i przejaw funkcjonowania żywej kultury – określanej przez Barbarę Fatygę jako „wielowymiarowe środowisko życia jednostek i grup społecznych oraz miejsce funkcjonowania instytucji społecznych, w których zachodzą dynamiczne procesy, rozwijają się praktyki kulturowe o zróżnicowanych charakterystykach aksjologicznych i zróżnicowanych, najczęściej polisemicznych znaczeniach”<sup>8</sup> – jak i impuls dla jej przekształceń. Niestabilne media są więc odbiciem, ale zarazem narzędziem pogłębiania procesów zmian systemów wartości i tożsamości grupowych, będących konstruktem kulturowym. Kultura i media stanowią zatem swoisty amalgamat, co trafnie ujął Douglas Kellner, pisząc: „Bez względu na to, czy jako »kulturę« rozumiemy artefakty kultury wysokiej, style życia, czy kontekst ludzkich zachowań, jest ona nierozzerwalnie związana z komunikacją. Cała

---

<sup>8</sup> B. Fatyga, *Obserwatorium kultury. Podstawa teoretyczna*, [online:] <http://www.obserwatoriumkultury.pl/kategorie/Podstawa%20teoretyczna.html> [dostęp 10.01.2013].

kultura, aby ulec uspołecznieniu, a tym samym właśnie stać się »kulturą«, zarówno pośredniczy w komunikacji, jak i jest zapośredniczana, ze swojej natury jest więc komunikacyjna. Równocześnie »komunikacja« jest mediowana przez kulturę; jest trybem, w którym kultura jest rozpowszechniana i staje się aktualna oraz efektywna. Nie istnieje komunikacja bez kultury i kultura bez komunikacji, tak więc ustanawianie sztywnych podziałów między nimi i twierdzenie, że jedno z nich jest odpowiednim obiektem studiów dyscyplinarnych, a drugie należy relegować do innej dyscypliny, stanowi doskonały przykład krótkowzroczności i bezcelowości arbitralnego podziału pracy akademickiej”<sup>9</sup>.

Oczywiście, eksponując transdyscyplinarność mojej pracy, zdaję sobie zarazem sprawę z podejmowanego ryzyka – taka hybrydyczna formuła prowadzi mnie wprost do stworzenia analizy, która nie jest „czystym” tekstem z obszaru studiów nad komunikowaniem, nie jest też tym bardziej pracą w pełni antropologiczną czy socjologiczną. Podejmowane w tej książce wycieczki w stronę analizy technologicznej warstwy formowania się i praktykowania kultury również dalekie są od analiz, które mógłby przeprowadzić ktoś o większych od moich kompetencjach związanych z programowaniem i zasadami funkcjonowania technologii. Ale jestem przekonany, że to ryzyko warto podjąć – fakt korzystania z różnych skrzynek narzędziowych, dopasowanych do przedmiotu analizy, ale też pozwalających z tych samych tekstów i praktyk wydobywać różne znaczenia, otwiera nowe możliwości. A na tym także, w moim odczuciu, polega kulturoznawstwo – na przekraczaniu arbitralnych granic dyscyplin, na odwadze sięgania

---

<sup>9</sup> D. Kellner, *Media Industries, Political Economy, and Media/Cultural Studies*, w: *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley-Blackwell 2009, s. 103.

po różne narzędzia, o ile mogą być pomocne w stworzeniu pełniejszego (choć nigdy pełnego) opisu badanych zjawisk. Nie chodzi bowiem o to, by stwarzać przedmiot badania na użytek wypracowanej przez daną dyscyplinę metodologii – wtlaczać go w przygotowane uprzednio formuły na tyle konsekwentnie, by wszelkie braki kompatybilności między badanym przedmiotem a narzędziem kończyły się okrawaniem przedmiotu. Proces badawczy rozumiem raczej jako niekończącą się pętlę interakcji pomiędzy poszukiwaniem narzędzi badawczych a obserwacjami interesujących badacza zjawisk – zarówno w obrębie jednej analizy, jak i na poziomie debat pomiędzy tekstami. Dlatego przedstawiając czytelnikom poniższy tekst, nie uważam, że znalazłem doskonałą formułę analizowania medialnego ekosystemu. Raczej – że wprowadzam do niego kolejny element, który, mam nadzieję, może odegrać jakąś rolę w kolejnych tego typu interakcjach.

Warto w tym miejscu na chwilę zmienić temat rozważań i przed pogłębieniem sygnalizowanych wątków precyzyjniej wskazać na obszar badawczych zainteresowań – bo kategorie „kultury” i „mediów” nie spełniają tego wymogu w sposób satysfakcjonujący. Wspominałem już o medialnym ekosystemie – ten termin omówię jednak dalej, bo ważne jest dla mnie nie tylko jego znaczenie historyczne, ale też dynamika zmiany znaczeń w ostatnich latach. W tym miejscu zaanonsuję inne terminy, które będą się w tym tekście pojawiać nader często. Interesują mnie przede wszystkim treści wytwarzane przez przemysły kultury, zwłaszcza treści audiowizualne – choć nie tylko, dlatego obok pojęć takich jak „przemysły kultury” czy „przemysły medialne” (w kontekście wspomnianego przede mnie zrośnięcia tych obszarów, będę je traktować synonimicznie) pojawią się osłabiające nieco znaczenie mediów (co w wypadku analizy zjawisk okołofilmowych okaże się

istotne) określenia takie jak „system rozrywkowy” lub „przemysł rozrywkowy”. Nie chcę w tym miejscu wnikać w długą dyskusję dotyczącą istnienia „przemysłów medialnych” – przyjmuję za Enrique Bustamante, że deregulacja rynków medialnych, zwiększona koncentracja kapitału w mediach i globalna standaryzacja zarządzania w tej branży to trendy uzasadniające posługiwanie się tą kategorią<sup>10</sup>. Równocześnie postaram się unikać błędów, które w dyskursie przemysłów medialnych ukazał John Hartley<sup>11</sup>. To przede wszystkim przypisywanie przemysłom medialnym moralności (zazwyczaj są „złe”) czy w ogóle antropomorfizowanie ich (emanacją posiadających świadomość przemysłów są medialni magnaci – Hearst, Berlusconi, Murdoch). Jak pisze Hartley: „Metafora sprawczości na skalę przemysłu niesie ze sobą konotacje władzy, kontroli, ukrytych celów oraz uprzedmiotowienie konsumenta/publiczności, prowokujące zazwyczaj moralistyczne lub ideologiczne obawy na temat wytwarzania bogactwa samego w sobie”<sup>12</sup>. Dla mnie przemysł i jego produkty to przede wszystkim obszar działania, a świadomość zachodzących w obrębie przemysłów procesów dodatkowo wzmocnię w dalszej części tego rozdziału, wprowadzając pojęcie „rozszerzonych przemysłów kultury”. Skorzystam za to z innej wskazówki Hartleya, który zwraca uwagę, że nawet w czasach fordyzmu/taylorizmu w mediach kluczowa była – inaczej niż w większości przemysłów – nie produkcja, lecz dystrybucja. Zmiany jej mechanizmów są jednym z najważniejszych tematów tej książki. W dobie usieciowionych mediów

---

<sup>10</sup> E. Bustamante, *Cultural industries in the digital age: Some provisional conclusions*, „Media, Culture & Society” 2004, vol. 26, s. 803–820.

<sup>11</sup> J. Hartley, *From the Consciousness Industry to Creative Industries*, w: *Media Industries*, dz. cyt., s. 231–244.

<sup>12</sup> Tamże, s. 232.

cyfrowych tradycyjne konglomeraty medialne rywalizują bowiem z nowymi graczami, takimi jak Microsoft, Google, Facebook, Apple. Co więcej – za sprawą przemian technologicznych częścią swych kompetencji musiały się podzielić z klientami.

Zbliżone znaczeniowo do przemysłów kultury jest pojęcie (super)systemu rozrywkowego, który Marsha Kinder definiuje jako intertekstualną sieć budowaną wokół fikcyjnego bądź „rzeczywistego” bohatera. Taka sieć musi korzystać z różnych trybów produkcji obrazów i różnych strategii promocyjnych, co pozwala jej na dotarcie do różnych grup odbiorców i pośrednie zaangażowanie ich nie tylko w konsumpcję, ale i marketing systemu<sup>13</sup>. Piotr Sitarski, omawiając koncepcję Kinder, pisze: „System rozrywkowy ma dwie składowe. Pierwsza z nich jest składową ekonomiczną, wyznaczoną przez strategię marketingu i produkcji oraz faktyczny sukces systemu [...]. Druga składowa związana jest z samymi tekstami i dotyczy dominacji postaci w ramach systemu rozrywkowego. Postacie dominują nad fabułą (stąd występowanie obok siebie takich produktów, jak film i nalepka czy figurka do zabawy) oraz nad instancją autorską, czego skutkiem jest zatarcie relacji chronologicznych między produktami”<sup>14</sup>. Oczywiście można zastanowić się, czy tych składowych nie jest więcej – obejmują one bowiem także istotne tu dla mnie praktyki społeczne budowane wokół systemów rozrywkowych, częściowo autonomiczne zarówno wobec rynku, jak i samych tekstów oraz ich autorów. Pojęcie systemu rozrywkowego nie jest jednak

---

<sup>13</sup> M. Kinder, *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Berkeley: University of California Press 1993, s. 122–125.

<sup>14</sup> P. Sitarski, *Obcość i dekoracje w systemie rozrywkowym „Blade Runner”*, w: *Wokół gotycyzmów*, red. G. Gazda, A. Izdebska, J. Pluciennik, Kraków: Universitas 2002, s. 180.

podporządkowane opowiadaniu, które wpływałoby na ocenę różnych jego elementów (narracyjny film – wartościowy, figurka do zabawy – już niekoniecznie), zawiera w sobie element ekonomiczny i wykracza poza obszar mediów, a przynajmniej mediów postrzeganych jako środki przekazu i stanowiących podstawę sfery publicznej. Dlatego stanowi dla mnie kolejne istotne odwołanie. Sitariski sugeruje również, że centrum systemu rozrywkowego nie musi być postać – i w tym zakresie przydatna wydaje się także szersza kategoria marki medialnej czy transmedialnej albo franczyzy, proponowana przez Henry’ego Jenkinsa, którym to mianem określa on „skoordynowane działania prowadzone w kontekście konsolidacji mediów, mające na celu wypromowanie i sprzedaż treści fabularnych”<sup>15</sup>. Chodzi po prostu o grupę treści, które wywołują zaangażowanie emocjonalne użytkowników („Dobra marka transmedialna stara się przyciągnąć odmiennych zwolenników, inaczej prezentując treści w różnych mediach”<sup>16</sup>). Kreowanie takich marek ma oczywiście charakter ekonomiczny – treściami zarządza jedna firma lub wiele firm korzystających z licencji; efekty jednak mają wpływ na rozwój nowych form kulturowych, także opowiadania.

W tej książce przyjrzę się więc przemianom przemysłów rozrywkowych, rozumianych jako sieci, w których w relacje wchodzi ze sobą teksty kultury, ich użytkownicy, ale też technologie komunikowania. Będę je analizować z perspektywy transdyscyplinarnej – takie podejście wydaje mi się jedynym możliwym w momencie, o którym można chyba stwierdzić, że jest okresem kryzysu teorii mediów – ale też kryzysu samych mediów. Okresem zmian, w którym media wchodzi ze sobą

---

<sup>15</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAIp 2006, s. 254.

<sup>16</sup> Tamże, s. 96.

w nowe połączenia, równocześnie odkrywając przed nami nie tylko, że dotychczasowe kategorie są niewystarczające, ale też, że być może w sztuczny sposób modelowały nasze pojmowanie przeszłości. Upadają też paradygmaty związane z myśleniem o mediach, jakie formowało się w epoce scentralizowanego nadawania masowego. Przenikające się z mediami typu „broadcast” oddolne, ahierarchiczne media o potencjalnie porównywalnym z mediami masowymi zasięgu prowadzą do powstawania nowych hybryd. Wzajemne wpływanie na siebie różnych obiegów sprawia, że coraz trudniej tworzyć kategorie, które sztywno oddzielają to, co „wewnątrz” i „na zewnątrz”. Jak więc pracować z mediami? W poniższym rozdziale chciałbym zmierzyć się z trzema zestawami nawzajem przecinających się, lecz wyodrębnionych tu na potrzebę przejrzystości wywodu, problemów.

Pierwszy związany jest z zasygnalizowaną już tutaj kwestią funkcjonowania matryc pojęciowych, które niekoniecznie pomagają zrozumieć przedmiot analizy, czasem wręcz go tworzą lub przynajmniej przesłaniają – to Beckowskie „pojęcia zombi”<sup>17</sup>. Jednak problem ten dotyczy również potrzeby wyjścia badacza mediów „zza biurka” – usystematyzowania sposobu łączenia badania mediów ze sposobami ich użyć, a więc otwarcia medioznawstwa na socjologię i etnografię, które dostarczają narzędzi, dzięki którym badacz ma szansę zmierzyć się z rzeczywistymi użyciami mediów, a nie tylko z użyciami idealnymi lub po prostu użyciami własnymi, ewentualnie użyciami obserwowanymi w otoczeniu społecznym badacza. To szczególnie ważne w czasach, w których media są coraz silniej spersonalizowane i elastyczne – często nie „nasze”, lecz

---

<sup>17</sup> J. Rutherford, *Zombie Categories: Interview with Ulrich Beck*, w: *Individualization. Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, red. U. Beck, E. Beck-Gernsheim, London: Sage 2002, s. 202–213.

po prostu „moje” lub „nasze” z zastrzeżeniem, że dla różnych tekstów i praktyk za tym „my” kryją się różne grupy.

Drugi wątek dotyczy kolejnego napięcia, które w badaniach mediów wydaje mi się dziś szczególnie istotne: to granica pomiędzy tym, co w mediach „społeczne”, i tym, co „technologiczne”, rozdarcie pomiędzy antropocentrycznym przekonaniem o sprawczości człowieka, który tworzy maszyny i używa ich do swoich celów, a technodeterminizmem, wedle którego przemiany społeczne i kulturowe stanowią następstwo przemian technologicznych. Spróbuję pogodzić te dwa elementy, zbyt często w studiach nad kulturą postrzegane jako przeciwstawne i opisywane językiem dychotomii (który – o czym za chwilę – sam w sobie stanowi coraz częściej kluczową przeszkodę w analizie procesów, których logika wykracza poza proste opozycje).

Wreszcie – i to problem trzeci – zastanowię się nad sytuacją badacza mediów i do wymienionych elementów dołączę wątek metarefleksji nad relacjami pomiędzy badającym i badanym obszarem. Omówienie tych trzech elementów będzie punktem wyjścia do podjętych w dalszej części wyborów metodologicznych, które w kolejnych rozdziałach tej publikacji zostaną użyte do charakterystycznych dla interesujących mnie przemian medialnych studiów przypadków.

W tym miejscu poczynić muszę zastrzeżenie, z którego pełniej wytłumaczę się w dalszej części tego rozdziału – dokonywane tu przeze mnie rozróżnienia (na producentów i konsumentów, profesjonalistów i amatorów, ale też poszczególne media) mają charakter operacyjny. Mam świadomość, że często granice pomiędzy nimi są płynne; jednak ze względów analitycznych będę pisać na przykład o odbiorcach, mając na uwadze sytuację, gdy dane osoby są konsumentami mediów (pomimo faktu, że w innych sytuacjach lub



w szerszym kontekście można je postrzegać także jako producentów). Tym, co czytelnik winien znać w tym momencie, są teoretyczne granice obszaru analizy. Poruszam się w obszarze wyznaczanym przez media i ich użytkowników, trzeba tu jednak dokonać istotnych rozróżnień. Po pierwsze w obrębie mediów istotne wydaje się wyodrębnienie różnych elementów – instytucji wytwarzania tekstów (ale też dyskursów związanych z interpretacją tych tekstów), zmieniających się i ulegających decentralizacji technologii tworzenia oraz udostępniania tych tekstów i wreszcie samych tekstów, które w związku z przemianami technologii nie tylko są otwarte na interpretację, ale też coraz częściej zmieniają swój status z tekstów czytanych/oglądanych/słuchanych/dotykanych na status tekstów posiadanych/redystrybuowanych/zarządzanych, a czasem nawet przetwarzanych przez użytkowników. Po drugie – zajmując się użytkownikami, musimy pamiętać, iż jest to kategoria nader pojemna, do której można zaliczyć zapewne w zasadzie całe populacje nowoczesnych społeczeństw. Dokonując choćby najmniej subtelnych podziałów w tej grupie, istotne wydaje się wyodrębnienie badaczy mediów jako grupy specyficznej – z jednej strony zanurzonej w tekstach medialnych i czerpiącej z niej przyjemność, z drugiej strony w najszerszym tego słowa znaczeniu zarabiającej na nich (na przykład na ich analizie, stanowiącej część pracy zarobkowej) i uprzywilejowującej pewne odczytania kosztem innych.

Nietrudno zauważyć, że już tak podstawowe i czysto utilitarne rozbicie na media i ich użytkowników wskazuje na dwuznaczną sytuację medioznawców, którzy będąc użytkownikami mediów, są zarazem elementem systemu medialnego oddziałującego na innych użytkowników. Nie jest to zresztą cecha przynależąca wyłącznie badaczom – w coraz większym stopniu dotyczy ona także części „zwykłych” użytkowników.

Podział na „wnętrze” i „zewnątrze” w odniesieniu do cyrkulacji treści medialnych ma bowiem coraz mniejszy sens, co – znów – tworzy problem dla perspektywy teoretycznej, bo przecież w tradycji kulturoznawstwa badacz jest umieszczonym niejako „z boku” krytykiem, a nawet kimś, kto na użytek innych użytkowników mediów dokonuje dekonstrukcji często opresyjnego systemu. Pozytywny autostereotyp studiów kulturowych w niemal wszystkich ich odmianach dotyczy więc działania „na rzecz zwykłych ludzi” (tego ducha doskonale oddaje Douglas Kellner, pisząc o pierwszej fali brytyjskich studiów kulturowych: „Williams i Hoggart byli głęboko zaangażowani w projekty edukacji klasy pracującej i zorientowani na politykę klasy robotniczej, postrzegając uprawiane przez siebie studia kulturowe jako instrument służący społecznemu postępowi”<sup>18</sup>). Daleko mi do ironizowania na temat politycznego zaangażowania badacza – przeciwnie, jest to postawa, z którą sam się identyfikuję i którą postrzegam jako istotny element tożsamości kulturoznawstwa, w której projekt polityczny jest eksponowany bardzo wyraźnie. Zaangażowanie nie wyklucza jednak uwikłania – właściwie wręcz je zakłada. Swoją perspektywę określam więc jako posthegemoniczną. Czynione często w studiach kulturowych założenie, że konflikty pomiędzy uprzywilejowanymi i podległymi grupami społecznymi są ukryte, ale możliwe do zidentyfikowania i wyodrębnienia – i że ta identyfikacja napięć jest właśnie zadaniem kulturoznawców – nie przystaje bowiem do współczesnej kultury, w której granica między obserwowaniem napięć a generowaniem nowych jest nader płynna. Jak pisze Scott Lash: „O ile porządek hegemoniczny opiera się na kulturowej logice reprodukcji, władza posthegemoniczna działa poprzez kulturową

---

<sup>18</sup> D. Kellner, *Marksizm kulturowy i „cultural studies”*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2006, nr 5, s. 127.

logikę wynalazku, a więc nie reprodukcję, a nieustanną produkcję relacji ekonomicznych, społecznych i politycznych [...] W porządku posthegemonicznym, władza działa oddolnie: nie znajduje się już poza tym, na co »wpływa«. Staje się raczej immanentną częścią obiektu [na który oddziałuje] i jego procesów”<sup>19</sup>. A podstawowym narzędziem dominacji staje się komunikacja – proces, w którym niektórzy uczestnicy są przecież bardziej uprzywilejowani od innych. W tym sensie badacze są istotnymi pracownikami „rozszerzonych przemysłów kultury”, które Mirko Tobias Schaefer definiuje w następujący sposób: „Rozszerzone przemysły kulturowe charakteryzują się dynamicznymi interakcjami wszystkich uczestniczących stron. Procesy produkcji zostają nie tylko rozszerzone na użytkowników – którzy zawłaszczają teksty medialne i produkty (starego) przemysłu kulturowego, ale zachodzą też zupełnie niezależnie od tradycyjnych kanałów produkcji i dystrybucji. Możemy więc uznać, że nową kulturę konstytuują nowe projekty i zawłaszczanie starych treści, rozwijające się wzdłuż linii akumulacji, tworzenia i archiwizowania, począwszy od przemysłów kultury, po ich obrzeża – i poza nie”<sup>20</sup>. I dalej: „Uczestnictwo nie może być przypisywane jedynie użytkownikom wchodzącym w kontakt z mediami i »przeciwstawiającym się« dominującemu dostarczycielowi treści. Oryginalny producent oraz inne podmioty komercyjne – które są albo aktywnie zaangażowane w proces modyfikacji oryginalnego projektu, albo

---

<sup>19</sup> S. Lash, *Power After Hegemony: Cultural Studies in Mutation?*, „Theory, Culture, Society” 2007, vol. 24, s. 56, 61. Warto w tym miejscu dodać, że równoległe do uprzemysłowienia kultury można zaobserwować kulturyfikację przemysłu.

<sup>20</sup> M. T. Schaefer, *Participation inside? User activities between design and participation*, w: *Digital Material. Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, red. M. van den Boomen, S. Lammes, A.-S. Lehmann, J. Raesens, M. T. Schaefer, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009, s. 150.

czerpią korzyści z jego efektów – są także częścią kultury uczestnictwa”<sup>21</sup>.

Przemysły kultury jawią się więc jako sieć, w której brak sztywnych hierarchii i jednoznacznie ustalonych wektorów przepływu – jak pokażę w dalszej części tej książki, nie brak sytuacji, w których nie tylko „zwykli” użytkownicy wykonują pracę na rzecz producentów treści, ale też krytykujący teksty badacze stają się nieoczekiwanie, zapewne także dla samych siebie, sojusznikami pracowników działu marketingu i twórcami legitymizacji dla „wywrotowych” strategii promocyjnych. Zjawisko to wpisuje się w szerszy kontekst zacierania się granic, na których ufundowanych jest wiele debat w obrębie krytyki mediów. Warto więc przywołać tu pojęcie konwergencji – a więc łączenia/upodobniania się, które według Henry’ego Jenkinsa odnosi się do przemian systemu medialnego na tyle istotnych, że już w tytule swej książki pisze on o „kulturze konwergencji”. „Jako konwergencję rozumiem przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą niemal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę. Konwergencja to pojęcie opisujące zmiany technologiczne, przemysłowe, kulturowe i społeczne. [...] Zamiast mówić o pełniących oddzielne role producentach i konsumentach mediów, możemy dziś raczej postrzegać jednych i drugich jako uczestników wchodzących ze sobą w interakcje” – pisze Jenkins<sup>22</sup>.

Konwergencja to bez wątpienia jeden z kluczy do opisu przemian współczesnego środowiska medialnego. Ale przecież pojęcie to jest nie tylko diagnozą zachodzących wokół nas procesów, ale również diagnozą kryzysu teorii. Zamazują się

---

<sup>21</sup> Tamże, s. 153.

<sup>22</sup> H. Jenkins, dz. cyt., s. 9.

dotychczasowe podziały technologiczne i biznesowe, zmieniają się praktyki użytkowników mediów, ale przecież oznacza to także, że obnażona zostaje nieadekwatność medioznawczych pojęć i definicji, że przestają one „pracować”. Z obecnej perspektywy pewne powiązania między zjawiskami okazują się bardziej istotne od innych – co przecież nie znaczy, jak pokazuje choćby historia filmu, że wcześniej te „nowe” relacje nie istniały. Po prostu pozostawały niewidoczne lub – częściej – uznawano je za nieistotne. Można więc i trzeba myśleć o konwergencji nie tylko jako o czymś, co dzieje się „na zewnątrz” warsztatu badacza, ale też jako o czymś, co powiązane jest z tworzonymi w obrębie tego warsztatu pojęciami – jak się dziś okazuje, opierającymi się na tych akurat atrybutach mediów, które nie okazały się najważniejsze. Tak widzimy to dzisiaj, stawiając pytanie: czy jesteśmy pewni, że kiedyś było inaczej?

Wynika z tego szereg problemów, z których pierwszym jest banalne stwierdzenie: badacz mediów nie jest „zwykłym” użytkownikiem mediów i jego użycia mediów niekoniecznie muszą się pokrywać z użyciami innych osób. Starając się więc uniknąć przesadnego dowartościowywania pozycji odbiorców i pogoni za nowinkami, skoncentruję się na wyłaniających się nowych zjawiskach – i choć także fascynacja „nowymi użyciami” oraz ściśle z nią powiązana fascynacja „młodymi odbiorcami” będą w tej książce poddane krytycznej analizie, to znów musimy zakładać możliwość, że moje spojrzenie znad klawiatury może znacząco różnić się od innych spojrzeń znad różnych klawiatur, czy nawet znad braku klawiatury – zresztą wydaje się to chyba oczywiste i nie ma sensu wywierać drzwi otwartych przed blisko półwieczem, choćby przez badaczy związanych ze szkołą Birmingham.

Zanim przejdę do kluczowych pytań metodologicznych, które uzasadniają zarówno dobór, jak i sposób analizy studiów

przypadków prowadzonych w kolejnych rozdziałach tej książki, przywołam jeszcze jedno pojęcie, ważne dla myślenia o mediach jako systemie naczyń połączonych. To zaproponowana przez Jaya Davida Boltera i Richarda Grusina „remediacja”, definiowana jako „reprezentacja jednego medium w innym” i „definiująca charakterystyka nowych mediów cyfrowych”, bowiem „media nieustannie komentują, reprodukują i zastępują siebie nawzajem i ten proces jest ich integralną częścią. By w ogóle móc funkcjonować jako media, media potrzebują samych siebie”<sup>23</sup>. Pojęcie to będę operacjonalizować później, w tym miejscu jednak przywołuję je w celu dookreślenia perspektywy, w której granice między mediami są płynne, dynamiczne i negocjowane. Równocześnie jednak samą remediację rozumiem szerzej niż Bolter i Grusin – nie tylko na poziomie „logiki” działania mediów i ich estetyki (gra komputerowa wchłania elementy filmu, film w dobie gier staje się innym medium niż wcześniej), ale też w szerszym wymiarze społecznym. Jak pisaliśmy wspólnie z innymi autorami raportu *Młodzi i media*, „zastanawiamy się, w jaki sposób cyfrowe i sieciowe media remediują nie tylko wcześniejsze media, ale też praktyki angażujące te media – a co za tym idzie współtworzone w tych praktykach środowisko kulturowe”<sup>24</sup>. Dlatego, przechodząc do sygnalizowanych wcześniej problemów z analizą mediów dziś, rozpocznę właśnie od wymiaru społecznego ich funkcjonowania. To pierwsza z linii przecięcia triady wyznaczającej interesujący mnie obszar – podmiot, który (współ) tworzy media; media, które (współ)tworzą podmiot. Ale też: media, które (współ)tworzą media. Albo po prostu, uciekając

---

<sup>23</sup> J. D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press 2000, s. 45, 55.

<sup>24</sup> M. Filiciak i in., *Młodzi i media*, Warszawa: SWPS 2010, s. 7; [online:] [www.wyborcza.pl/mlodziimedia](http://www.wyborcza.pl/mlodziimedia) [dostęp 10.01.2013].

od „upodmiotowiania” mediów kosztem ich użytkowników, interesują mnie medialnie zapośredniczone relacje pomiędzy różnymi typami aktorów w obszarze żywej kultury – przy założeniu, że samo zapośredniczenie też jest znaczące.

### Problem pierwszy – o wyjściu zza biurka<sup>25</sup>

Każdy tekst – i tekst naukowy nie jest tu wyjątkiem – jest zakorzeniony w osobistym doświadczeniu. Analizując filmy, seriale czy gry komputerowe, piszemy o swoich doświadczeniach z tymi mediami lub o – znów – swoich wyobrażeniach na temat doświadczeń innych. Dlatego badania mediów, o ile roszczą sobie pretensje do opisu zjawisk o szerokiej skali społecznego oddziaływania, nie powinny ograniczać się do badań tekstów i struktur ich wytwarzania oraz odbioru/tworzenia znaczeń. Ważnych dla mnie inspiracji w tym obszarze dostarcza Nick Couldry, który postuluje otwarcie badań mediów na podejście socjologii praktyk społecznych<sup>26</sup>. Couldry uważa, że tylko dostrzeżenie i dopuszczenie do głosu „zwykłych” użytkowników mediów może być receptą na funkcjonalistyczną chorobę medioznawstwa, uprzywilejowującego instytucje medialne i często przeceniającego ich oddziaływanie. Główną przyczyną takiego skrzywienia jest fakt, iż „instytucje związane z mediami, podobnie jak rządy, wiele wysiłku wkładają

---

<sup>25</sup> Poruszany tu przeze mnie problem nie jest argumentem „przeciw teorii” samej w sobie – co więcej, zgadzam się z redaktorami publikacji *New Cultural Studies. Adventures in Theory* (red. Gary Hall i Claire Birchall, Edinburgh: Edinburgh University Press 2006), że współczesna nauka zmaga się z kryzysem teorii, powiązany m.in. z neoliberalnym myśleniem o efektywności i będącą jej następstwem zmianą warunków pracy naukowców, którzy kierują się coraz częściej w stronę szybkich w realizacji, doraźnych projektów. Pisząc wprost: łatwiej zdobyć grant na zebranie i opracowanie danych niż na lekturę książek i namysł nad nimi.

<sup>26</sup> N. Couldry, dz. cyt., s. 96–113.

w stwarzanie wrażenia, że są w »centrum« funkcjonującej całości »społeczeństwa«, rozumianym jako centrum wartości<sup>27</sup>. Badacze powinni zachować do tego stanowiska krytyczny stosunek, a przynajmniej dopuszczać możliwość, że taka perspektywa jest także produktem funkcjonowania systemu medialnego. Według Couldry'ego: „Studia nad mediami (a czasem także nauki polityczne) wymagają sporego wysiłku pozwalającego osłabić nieodłącznie związaną z nimi presję, pchającą je w kierunku funkcjonalizmu. Z tego samego powodu, studia nad mediami (i nauki polityczne) muszą oprzeć się pokusie, aby widzieć faktyczne centra instytucjonalne kultury mediów (i politycznej) jako »wszystko, co istnieje« – muszą unikać »centryzmu«, który ogranicza zakres faktycznego obszaru praktyk medialnych (i politycznych) poza tymi samozwańczymi »centrami«. (Społeczne »centrum«, do którego media pośrednio roszczą sobie prawa, jest więc podwójnie mityczne: nie jest to ani centrum wartości, ani centrum praktyk w takim stopniu, w jakim media chciałyby, żebyśmy je widzieli)»<sup>28</sup>. Ta fiksacja na centrum, wytykana badaniom mediów przez Couldry'ego, w wypadku łączących się mediów cyfrowych jest błędem podwójnym: nie tylko błędem teorii, arbitralnie wyznaczającej podział na praktyki istotne (warte analizy) i marginalne (niezauważane lub pomijane, ewentualnie postrzegane jako niewłaściwe i opisywane językiem braku kompetencji czy innych deficytów), ale też błędem polegającym na nieuwzględnieniu likwidacji podziału na centrum i peryferia już w samej strukturze mediów, w których zarówno granice między różnymi środkami przekazu, jak i sztywny podział na nadawców i odbiorców dawno się zdezaktualizowały.

---

<sup>27</sup> Tamże, s. 106.

<sup>28</sup> Tamże.



Ujęcie to nakazuje więc przyglądać się mediom w perspektywie praktyk społecznych, dla czego dobrą podstawę może stanowić dowartościowanie działań ich użytkowników już na poziomie definiowania mediów. Doskonałym przykładem może być tutaj propozycja Lisy Gitelman, korespondująca z uwagami Couldry'ego: „Definiuję media jako realizowane społecznie struktury komunikowania, gdzie struktury obejmują zarówno technologiczne formy i powiązane z nimi protokoły i gdzie komunikacja jest praktyką kulturową, rytualizowanym układem różnych osób na tej samej mapie mentalnej, dzielących lub zaangażowanych w popularne ontologie reprezentacji. Jako takie, media są unikalnymi i złożonymi podmiotami historycznymi. Ich historia musi być społeczna i kulturowa, nie może zaś być opowieściami o tym, jak jedna technologia prowadzi do kolejnej albo jak odizolowani geniusze magicznie zmieniają świat. Każda pełna analiza musi zawierać, jak określa to William Uricchio, »uwzględnienie różnorodności, złożoności, a nawet sprzeczności [...]«<sup>29</sup>. Samą Gitelman interesuje rewizja historii mediów – do której na przykładzie kina sięgnę w kolejnych rozdziałach. W tym miejscu istotne jest dla mnie jednak docenienie możliwości społecznej negocjacji praktyk kulturowych budowanych wokół mediów – protokołów rozumianych jako „rozległy zbiór normatywnych zasad i ustalonych warunków, które zbierają się i przywierają [do mediów] jak mgławica do technologicznego jądra. Protokoły wyrażają ogromne zróżnicowanie relacji społecznych, ekonomicznych i materialnych. Telefonnia obejmuje więc powitanie »Halo?« [...], miesięczny cykl rozliczeniowy i okablowanie, które fizycznie łączy nasze

---

<sup>29</sup> L. Gitelman, *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*, Cambridge, MA: MIT Press 2006, s. 7.

telefony”<sup>30</sup>. Przykład telefonów pokazuje zresztą doskonale, jak pewne praktyki ewoluują wraz z technologią (pojawienie się telefonii komórkowej to m.in. nowe możliwości regulowania rachunków, także poza comiesięcznym cyklem), ale też jak pomimo zmiany technologicznej (zaniku fizycznych łącz i zastąpienia ich falami radiowymi) społeczne praktyki mogą pozostać niezmiennie (to samo powitanie, wciąż możliwość comiesięcznego regulowania rachunku). To uwzględnienie doświadczeń i oczekiwań użytkowników – społeczne formy realizacji struktur komunikowania – jest istotne także dlatego, że gwałtowność przemian medialnego ekosystemu, spowodowana digitalizacją i usieciowieniem kolejnych form medialnych, sprawia, iż praktyki użytkowników zmieniają się tak dalece, że badaczom, także ze względów metrykalnych i związaną z nimi historią kontaktów ze środkami przekazu, coraz trudniej może być zrozumieć „cyfrowych tubylców”. Jak pisze Marek Krajewski: „Skupienie całej wiązki różnych typów przekazów w obrębie jednego ekranu i zarządzanie nimi przez pojedynczy interfejs pociąga za sobą rosnącą intymność percypowania przekazów, które dawniej doświadczane były wspólnotowo (telewizja, radio, muzyka). Tym samym proces ten unieważnia te formy więzi, które opierały się na bezpośredniej bliskości, współuczestnictwie, współprzeżywaniu, a których źródłem były doświadczenia medialne. Oznacza to »przeterminowanie« pewnych sytuacji odbiorczych, które jeszcze do niedawna stanowiły synonim relacji zachodzących pomiędzy człowiekiem a mediami. Sytuacji takich, jak siedzenie przed telewizorem, słuchanie muzyki płynącej z przeznaczonego wyłącznie do jej odtwarzania urządzenia, oglądanie wypożyczonych filmów itd. Przeterminowanie to nie oznacza, że sytu-

---

<sup>30</sup> Tamże.

acje te nie zachodzą, że zostały zupełnie wytarte z przestrzeni społecznej, ale raczej że są one traktowane jako sytuacje wyjątkowe, odświeżone, nietypowe. Jednostka uczestniczy w nich z pełną świadomością, że są one przestarzałe, że zastąpiły je nowe formy działań odbiorczych, które mają bardziej podstawowy charakter”<sup>31</sup>. Ta sytuacja wymaga poszukiwania nowych kategorii opisu, ale też specyficznej wrażliwości, obsesyjnie wręcz otwartej na inne od naszych – badaczy, prywatne użycia mediów, bo tego typu praktyki nie są już zarezerwowane dla nisz subwersji, lecz stały się częścią codzienności. Dlatego Krajewski przekonuje też, że badanie użytkowników mediów wymaga uwzględnienia tej „nowej sytuacji egzystencjalnej”<sup>32</sup>.

Ta „nowość” intensyfikowana jest nie tylko przez zmiany praktyk medialnych, ale szerzej – przez zmiany stylów życia i codziennych praktyk publiczności. Publiczności, których charakterystyka uległa zmianie, na co zwracają uwagę Nicholas Abercrombie i Brian Longhurst, piszący o rozproszonych publicznościach (*diffused audience*)<sup>33</sup>. To kategoria opierająca się na spostrzeżeniu, że we współczesnym świecie publicznością jesteśmy przez cały czas. Rozproszenie publiczności odnosi się więc zarówno do faktu, że publiczności są pofragmentowane, jak i spostrzeżenia, że ich doświadczenia medialne są zrośnięte z innymi, niemiedialnymi aspektami codzienności. Rozproszona publiczność jest z jednej strony bardzo silnie zrośnięta z mediami, bo przenikają one do wielu praktyk życia codziennego, a równocześnie to zrośnięcie sprawia, że media same stają się czymś codziennym, pozbawione są uprzywilejowanego statusu.

---

<sup>31</sup> M. Krajewski, *Przeterminowanie*, w: M. Filiciak i in., dz. cyt., s. 145–146.

<sup>32</sup> Tamże, s. 146.

<sup>33</sup> N. Abercrombie, B. Longhurst, *Audiences*, London: SAGE 2003, s. 68–76. Za wskazanie tego tropu dziękuję Markowi Krajewskiemu.

Podobnym tropem podąża Nick Couldry, sugerujący jednak, że ze względu na relatywnie nowy, dwustronny charakter relacji użytkowników z mediami lepszą kategorią byłaby publiczność rozszerzona (*extended*). Badacze zgadzają się jednak w ocenie, że „sama natura publiczności zmieniła się nie tylko za sprawą nowych interfejsów technologicznych wykorzystywanych przez media, ale też poprzez zmiany w społecznych i przestrzennych formach, jakie przybiera bycie publicznością (*audience-hood*), w efekcie których bycie członkiem publiczności jest dziś innym doświadczeniem, niż było kiedyś”<sup>34</sup>. Większa liczba treści krąży między większą ilością urządzeń używanych w większej ilości miejsc i sytuacji<sup>35</sup>. Równocześnie, skoro użytkownicy negocjują własne sposoby używania mediów, a cyfrowe media pozwalają na bezprecedensową personalizację zarówno interfejsów dostępu, jak i konsumowanych treści, to na znaczeniu zyskują wszystkie specyficzne, lokalne lub nawet indywidualne działania, które – odnosząc się do obszaru wizualnego – Nicholas Mirzoeff określa mianem „oglądania wernakularnego” (*vernacular watching*)<sup>36</sup>. Chodzi zwłaszcza o zerkanie na ekrany (na

---

<sup>34</sup> N. Couldry, *The Extended Audience: Scanning the Horizon*, w: *Media Audiences*, red. M. Gillespie, Berkshire: Open University Press 2005, s. 188.

<sup>35</sup> Choć to spostrzeżenie wpisuje się w zjawisko przejmowania przez użytkowników mediów części kompetencji zarezerwowanych wcześniej dla nadawców, to bywa też wykorzystywane przez twórców. Jednym z przykładów mogą być działania reżysera Riana Johnsona, który w wypadku dwóch swoich filmów – *Niesamowici bracia Bloom* (2008) oraz *Pętla czasu* (2012) – udostępnił w internecie dla widzów kinowych autorski komentarz. Nagranie należało ściągnąć z sieci i odtworzyć w trakcie seansu (reżyser instruuje, kiedy należy włączyć odsłuch) z użyciem odtwarzacza mp3 albo telefonu. To w pewnym sensie przeniesienie do kina opcji rutynowo udostępnianej na rynku DVD. Za: F. Wickman, *Looper Gets In-Theater Director Commentary*, [online:] [http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/10/08/looper\\_in\\_theater\\_commentary\\_from\\_director\\_rian\\_johnson\\_download\\_or\\_stream\\_it\\_here\\_.html](http://www.slate.com/blogs/browbeat/2012/10/08/looper_in_theater_commentary_from_director_rian_johnson_download_or_stream_it_here_.html) [dostęp 10.01.2013].

<sup>36</sup> N. Mirzoeff, *Watching Babylon: The War in Iraq and Global Visual Culture*, New York: Routledge 2005, s. 30–32.

przykład telefonów komórkowych) towarzyszące nam w coraz to nowych sytuacjach społecznych, niezwiązanych z samymi mediami, o wszystkie sytuacje powiązane z nieuważnym użytkowaniem mediów czy wręcz nudzeniem się; o specyficzne zachowania, w których media są obecne, ale nie stanowią ich celu czy podstawy. Na poziomie programu badawczego ważne jest więc wyczerpanie na inne od naszych – by użyć terminu Gitelman – „protokoły” użycia. Ale sam ten termin jest przecież przewrotny: o ile w przeszłości kojarzył się głównie z normami ludzkich zachowań, to dziś odnosi się także, jeśli nie przede wszystkim, do norm technicznych. Oczywiście, mówimy na przykład o „protokole dyplomatycznym”, ale przecież także o protokołach komunikacyjnych, na przykład IP (*Internet Protocol*). Te z kolei same często wzorowane są na protokołach zachowań społecznych – na przykład pierwszy etap ustanawiania połączenia między urządzeniami telekomunikacyjnymi w specyfikacjach nazywany jest procedurą powitalną (ang. *handshake*). Użyty przez Gitelman termin wskazuje więc na współzależność warstwy technologicznej i społecznej (podobnego zabiegu dokonuje między innymi Alexander Galloway, dla którego protokół jest technologią komunikacyjną – „zbiorem rekomendacji i zasad określających specyficzne standardy technologiczne”<sup>37</sup> – ale też narzędziem kontroli: technologią społeczną i polityczną). Kwestie technologiczne, dla humanistyki tradycyjnie kłopotliwe, a może raczej: relacja pomiędzy tym, co technologiczne i społeczne, to kolejny element, który w wypadku badań mediów wydaje się tyleż istotny, co często bagatelizowany. Prowadzi nas to do problemu numer dwa.

---

<sup>37</sup> A. Galloway, *Protocol: How Control Exists After Decentralization*, Cambridge, MA: MIT Press, 2004, s. 6.

## Problem drugi – społeczne czy techniczne?

---

Jak już sugerowałem, w wypadku omawianych w tej książce zjawisk istotnym elementem zmiany jest cyfryzacja i usieciowienie mediów, na bazie których zbudowane są praktyki społeczne – kształt tych praktyk w dużej mierze wynika z afordancji technologicznych, a więc możliwości działania użytkowników wyznaczonych przez właściwości mediów<sup>38</sup>. Afordancje powiązane są nie tylko z negocjowanymi społecznie protokołami użyć, przekładającymi się na uświadamiane możliwości korzystania z mediów, ale też po prostu z budową tych mediów – ich konstrukcją technologiczną czy, w wypadku oprogramowania, kodem. To druga strona tego procesu, znajdująca wyraz choćby w myśli Friedricha Kittlera, wskazującego na rolę, jaką dla kształtu funkcjonowania mediów odgrywają instytucje (na przykład pedagogiczne, choć dziś pewnie tę funkcję pełni często marketing), ale też same techniczne środki reprodukcji, przechowywania i przetwarzania informacji<sup>39</sup>. Przykładu może dostarczyć choćby omawiany w ostatnim rozdziale tej książki wpływ upowszechnienia ahierarchicznych sieci komunikacyjnych – internetu – ale i specyficznego oprogramowania (na przykład aplikacji do wymiany plików w modelu *peer-to-peer*) na przemiany przemysłów kultury i praktyk budowanych wokół mediów. Pokazuje to, że oddzielanie użytkowników mediów i ich praktyk od narzędzi umożliwiających te praktyki staje się coraz bardziej kłopotliwe. Zajmując się wyzwaniem, jakie media cyfrowe stawiają przed badaczami kultury, Ryszard W. Kluszczyński pisze: „Przez połączenie (zarówno na poziomie metadyskursywnym, jak i na poziomie koncepcji badanego przedmiotu) trzech

---

<sup>38</sup> D. Norman, *The Design of Everyday Things*, New York: Basic Books 1988.

<sup>39</sup> Zob. F. Kittler, *Discourse Networks, 1800/1900*, przeł. M. Metteer, C. Cullens, Stanford: Stanford University Press 1990.

różnych dziedzin: tego, co organiczne, techniczne oraz tekstualne, zostają ostatecznie zniesione granice oddzielające często do tychczas przeciwstawiane sobie typy kultur<sup>40</sup>. Konieczne jest więc połączenie wzajemnie wpływających na swój kształt struktur materialnych i praktyk społecznych umożliwiających intencjonalną komunikację między podmiotami. Nie wikłając się w odpowiedź na pytanie, który z elementów – ludzki czy technologiczny – ma na obserwowane procesy wpływ bardziej znaczący, zakładam więc, że konieczne jest uwzględnienie w nich pierwiastka nieludzkiego – uwarunkowań materialnych, które wywierają wpływ na kształt komunikacji (na przykład możliwości układów scalonych wykonanych z krzemu). Dobrym przykładem próby zrównoważenia elementu społecznego i technologicznego jest postulat Lev Manovicha, który pisze: „Żeby zrozumieć nowe media, musimy odwołać się do informatyki. To właśnie tam znajdziemy nowe terminy, kategorie i funkcje charakteryzujące media, które stały się programowalne. Od medioznawstwa zmierzamy w stronę czegoś, co można by nazwać programoznawstwem, czyli od teorii mediów do teorii oprogramowania<sup>41</sup>. W swej ostatniej książce o znaczącym tytule *Software Takes Command* Manovich uzupełnia: „»Społeczeństwo informacyjne», »społeczeństwo wiedzy«, »społeczeństwo sieci«, »media społecznościowe« – bez względu na to, na której z nowych cech współczesności koncentruje się dana teoria społeczna, każda z nich jest związana z działaniem oprogramowania. Czas więc, byśmy to na nim się skoncentrowali<sup>42</sup>”.

<sup>40</sup> R. W. Kluszczyński, *Od web.studies do antropologii nowej wizualności. Współczesne badania nad cyberkulturą*, „Kultura Współczesna” 2005, nr 1, s. 36–37.

<sup>41</sup> L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAIp 2006, s. 117.

<sup>42</sup> Tenże, nowa wersja wstępu do *Software Takes Command – Cultural Software*, s. 3, [online:] [http://www.manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural\\_Software.2011.pdf](http://www.manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural_Software.2011.pdf) [dostęp 10.01.2013].

W tym kontekście przydatną kategorią proponowaną przez Manovicha jest transkodowanie, które, jak pisze badacz, „jest najważniejszym następstwem komputeryzacji mediów”<sup>43</sup>. To połączenie warstwy technicznej i kulturowej – pozornie banalny, ale związany z kolosalnymi konsekwencjami fakt, że cyfrowo zapisany tekst kultury jest z jednej strony dziełem, ale z drugiej po prostu plikiem komputerowym, poddającym się wszystkim zabiegom, jakie można prowadzić na danych komputerowych. Nieprzypadkiem to warstwa techniczna staje się coraz częściej źródłem metafor opisujących procesy kulturowe (u Manovicha jest to choćby baza danych) czy społeczne (czego przykładem może być pisanie przez Lee Rainiego i Barry’ego Wellmana o sieciowym indywidualizmie jako „społecznym systemie operacyjnym”<sup>44</sup>). Postulaty Manovicha, podobnie jak innych autorów zaliczających się do szerokiego i niejednorodnego nurtu programoznawstwa (*software studies*), między innymi Matthew Fullera czy cytowanego wcześniej Alexandra Gallowaya<sup>45</sup>, a także Couldry’ego i Gitelmana, zawierają krytykę współczesnych badań mediów, obwinianych o koncentrację na tekstach i instytucjach medialnych. O ile jednak Gitelman i Couldry postulują dowartościowanie społecznej strony funkcjonowania mediów, to w tym wypadku mamy do czynienia z inną argumentacją: w wyniku zwrotu wizualnego badania mediów fetyszyzują interfejsy i teksty, pomijając technologiczne protokoły ich powstawania. Analizują skutki, pomijając przyczyny. Wspólnym mianownikiem dla obu ujęć pozostaje krytyka redukcjonistycznego koncentrowania się tylko na jednym z elementów

---

<sup>43</sup> Tenże, *Język nowych mediów*, dz. cyt., s. 114.

<sup>44</sup> L. Rainie, B. Wellman, *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA: MIT Press 2012.

<sup>45</sup> Więcej: zob. M. Filiciak, *Zajrzeć pod powierzchnię ekranu*, „Kultura Popularna” 2008, nr 4, s. 15–18.



kształtujących relacje między mediami i ich użytkownikami. Zwłaszcza że *software studies* dystansują się od determinizmu technologicznego – jak pisze Manovich: „informatyka też jest częścią kultury. Dlatego uważam, że *software studies* muszą zajmować się zarówno rolą oprogramowania w formowaniu współczesnej kultury, jak i kulturowymi, społecznymi i ekonomicznymi siłami kształtującymi rozwój samego oprogramowania”<sup>46</sup>. Otwarcie na analizę kodu komputerowego ma pozwolić na lepsze zrozumienie obiektów medialnych, które są „doświadczane, tworzone, edytowane, remiksowane, katalogowane i udostępniane za pośrednictwem oprogramowania”<sup>47</sup>. Konieczne jest podjęcie próby zrozumienia medialnego *software*’u – i tego jak wpływa on na produkcje medialne oraz ich odbiór i dalsze przetwarzanie, a także – znalezienie kolejnych danych pozwalających zrozumieć, czym dziś są „media”. Bo czy mówienie o odrębnych bytach medialnych w sytuacji, w której ich treść często tworzona jest z użyciem tych samych narzędzi informatycznych, ma sens?<sup>48</sup> Rzecz jasna takie podejście otwiera kolejny zestaw wyzwań – nie tylko dla paradygmatu badawczego, ale i samych badaczy, których (i piszę w tym miejscu także o sobie) znajomość programowania jest często znikoma. Stawia też pytanie

<sup>46</sup> L. Manovich, *Software Takes Command*, [online:] [softwarestudies.com/softbook/manovich\\_softbook\\_11\\_20\\_2008.pdf](http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf) [dostęp 10.01.2013].

<sup>47</sup> Tamże, s. 22.

<sup>48</sup> O wymienności obiektów między programami i pewnej uniformizacji procesu produkcji tekstów kategoryzowanych jako odrębne media, jak na przykład film i grafika – zob. L. Manovich, *Import/eksport*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 4, s. 45–49 (ideę tę Manovich rozwija m.in. w tekście *Media After Software*, [online:] [http://softwarestudies.com/cultural\\_analytics/Manovich.Media\\_after\\_software.2012.pdf](http://softwarestudies.com/cultural_analytics/Manovich.Media_after_software.2012.pdf) [dostęp 10.01.2013]. Także ewolucja sprzętu (oraz oczywiście – bo ten podział znów jawi się jako sztuczny – sterującego nim oprogramowania) sprawia, że to rozdzielenie dokonuje się na przykład w mediach takich jak fotografia czy film coraz częściej już po procesie rejestracji obrazu. Współczesne aparaty cyfrowe pozwalają rejestrować wysokiej jakości filmy, by później wycinać z nich pojedyncze zdjęcia.

o adekwatność analizy mediów poprzez pisanie tekstów – bo być może należałoby zamiast książek pisać oprogramowanie (by nie powiełać w pracy badacza archaicznej koncentracji na odbiorze i samemu zająć się działaniem).

Akcentowanie roli, jaką w społecznym funkcjonowaniu mediów odgrywa to, co technologiczne, wpisuje się w jeszcze jeden istotny kontekst, który należy tutaj poruszyć. To próba przezwyciężenia rozdarcia badań kultury, często posługujących się dualistycznym dyskursem „antropocentryzmu” i „techno-determinizmu”, przypisujących siłę sprawczą albo użytkownikom mediów, albo ich warstwie technologicznej. Muszę więc wspomnieć, że wśród inspiracji teoretycznych tej książki ważną – choć nie będę tu bezpośrednio sięgać do jej aparatu badawczego – jest dla mnie wywodząca się z socjologii nauki i reprezentowana między innymi przez Bruno Latoura teoria aktora-sieci (ANT). Jej podstawowym założeniem jest przekonanie o nieekskluzywnie ludzkim charakterze sprawczości i „dopuszczenie” do niej także aktorów nieludzkich, na przykład maszyn. Z perspektywy ANT większe znaczenie od samych aktorów mają ich materialno-semiotyczne relacje, przedstawiane jako niemożliwe do rozdzielenia sieci wzajemnych wpływów. Przyjmuję stojącą za ANT logikę, staram się myśleć w jej duchu: przede wszystkim dlatego, że będę tu eksponować zacierające się dychotomie. Dodatkowo, pisząc o pejzażu medialnym doby konwergencji i wzajemnym oddziaływaniu mediów, będę wpisywać się w sposób myślenia właściwy ANT, która „uparcie zajmuje się relacjami, a nie esencjami”<sup>49</sup>. Istotny jest dla mnie niedualizujący sposób myślenia<sup>50</sup>, który

---

<sup>49</sup> K. Abriszewski, *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza Teorii Aktora-Sieci Bruno Latoura*, Kraków: Universitas 2008, s. 10.

<sup>50</sup> Tenże, *Inny sposób myślenia. Uwagi na marginesie „Wkraczając na terytorium ryzyka”*, „Kultura Popularna” 2010, nr 3–4, s. 126–138.

wyduje mi się także dobrze przystawać do wyartykułowanej już przeze mnie perspektywy posthegemonicznej<sup>51</sup>, zakładającej świadomość, że kulturoznawcy stanowią część przemysłów kultury. Poza tym opisuję media w „wersji beta”, a więc to, co staje się, jest dynamiczne, rozedrgane, niejednoznaczne, dalekie od stabilności i osiągnięcia ostatecznej formy. Te nowe procesy manifestują się w działaniu. I to znów jest moment, w którym bliskie jest mi myślenie ANT – możemy nie wiedzieć, jaki nowy aktor oddziałuje, kim jest, ale widzimy, że coś się dzieje – i to już jest impuls do rozpoczęcia pracy naukowej. ANT podsuwa więc tropy, które pozwalają pogodzić analizę działań użytkowników mediów z docenieniem technicznej strony środków przekazu<sup>52</sup>. Pozwala łączyć społeczne z technicznym, ale też pomaga radzić sobie z innymi kłopotliwymi, choćby w kontekście Web 2.0 czy przytoczonej wcześniej koncepcji rozszerzonych przemysłów kultury, zjawiskami, jak pasożytnicze wykorzystanie treści medialnych, zarówno przez „amatorów”, jak i – w wypadku treści tworzonych oddolnie – profesjonalistów. ANT pozwala wreszcie zająć się rolą badacza, który opisuje zjawiska, wobec których nie może zdobyć się na dystans.

---

<sup>51</sup> Narzędzie, które pozwala mi usubtelnić związki technologicznego i społecznego, jest też przydatne w kwestii badania relacji między badaczem a przedmiotem jego badań – akcentuje wzajemne oddziaływania, ale nie wulgaryzuje go do podziału na rolę tego pierwszego jako aktora działającego na rzecz dominacji lub emancypacji, o czym wspomina zresztą sam Latour – m.in. tutaj: B. Latour, *Nigdy nie byliśmy nowocześni. Studium z antropologii symetrycznej*, przeł. M. Gdula, Warszawa: Oficyna Naukowa 2011, s. 22–23.

<sup>52</sup> To paradoks, bo w studiach nad mediami i kulturą, gdzie paradygmat aktywności odbiorców jest oczywistością, po Latoura sięga się przeważnie – czego przejawem jest również ta książka – aby wzmocnić znaczenie czynnika technicznego. Jednak sam Latour, na media spoglądający z perspektywy antropologii nauki i techniki, zwraca uwagę, że media nie są abstracyjne, lecz „wysoce uspołecznione, ekstremalnie ucieleśnione i lokalne” (155). Ważna jest nie informacja, lecz jej transformacje. Zob. B. Latour, *There is no Information, Only Transformation*, w: G. Lovink, *Uncanny Networks: Dialogues with the Virtual Intelligentsia*, Cambridge, MA: MIT Press 2004, s. 155.

To wszystko wpisuje się też w szerszy nurt ekologicznego myślenia o tym, co dzieje się wokół nas – bardzo istotnego w obserwowanym w kulturoznawstwie zwrocie nieantropocentrycznym, ale też obecnego w myśleniu o mediach jako części ekosystemu współczesnego człowieka. Te „nienaturalne ekologie” są tematem numeru australijskiego pisma „Fiber Journal” poświęconego myśli jednego z przedstawicieli *software studies*, przywoływanego już Matthew Fullera. We wstępie do tego numeru Michael Goddard i Jussi Parikka piszą: „Ekologia mediów sama w sobie jest rozedrganą sferą dynamik i turbulencji. [...] Technologia nie jest tylko pasywną powierzchnią dla inskrypcji sensów i znaczeń, lecz materialnym asamblażem biorących udział w ekologiach maszyn. Zamiast zakładać, że »ekologie« są ze swej istoty naturalne (nawet jeśli są naturalizowane na poziomie wpływu na możliwości odczuwania i myślenia), uważamy, że są także radykalnie współzależne i dynamiczne, innymi słowy: skłonne do zmiany”<sup>53</sup>. Fuller sięga po termin „ekologia” w sensie nadanym mu w pracach Guattariego – ekologii nieograniczającej się do systemów fizycznych, ale też do tego, co niematerialne, a więc i często subiektywne. Traktuje media jako złożony i dynamiczny, ale też – samoorganizujący się, tworzący nowe połączenia we własnym obszarze ekosystem. Fuller broni też perspektywy ekologicznej, wskazując na niejednoznaczności wokół samego terminu – rozmaite tradycje jego wykorzystywania, od Neila Postmana, przez Marshalla McLuhana, Waltera Onga, po Feliksa Guattariego, Friedricha Kittlera i N. Katherine Hayles, wskazują też na jego ekspresyjność i są adekwatne do procesów zachodzących w obrębie mediów, które również wymykają się prostym definicjom i pełne są napięć oraz sprzeczności<sup>54</sup>.

---

<sup>53</sup> M. Goddard, J. Parikka, *Editorial*, „Fiber Journal” 2011, nr 17, s. 1.

<sup>54</sup> M. Fuller, *Media Ecologies. Materialist Energies in Art and Technoculture*, Cambridge, MA: MIT Press 2005, s. 3-5.

Ja również cenię wieloznaczność tego pojęcia, do którego Fuller dobudowuje wiele pokładów znaczeń – także tych związanych wprost z myśleniem w kategoriach ochrony i zanieczyszczania środowiska, w którym funkcjonujemy. Choć znów, wracając do wątku podjętego przeze mnie we wstępie – z ludzkiej perspektywy media mogą być tyleż środowiskiem funkcjonowania, co elementem, który to środowisko degradowuje.

Postrzeganie mediów jako ekosystemu daje się też po-  
wiązać z inspiracjami Latourem, podsuwającymi narzędzia do  
myślenia o mediach nie jako o rzeczownikach, lecz o tym, co  
„działa”. O środowisku, w którym zachodzą relacje między  
różnymi aktorami, w którym mają miejsce manipulacje czaso-  
we i przestrzenne. Ekosystem mediów jest więc przestrzenią,  
w której mnożą się hybrydy – hybrydy ludzi i maszyn. Ważny-  
mi aktorami są w nim badacze.

### Problem trzeci – pozycja badacza

Pochylając się nad problemem odpowiedzialności badacza,  
wróćmy do pytania o definicję mediów. Związek tych dwóch  
kwestii celnie punktuje Jussi Parikka: „Czym są media? Jak  
poznać, że coś jest medium? Możemy myśleć o badaniach  
mediów jako o dyscyplinie, która nie tylko produkuje profe-  
sjonalistów zajmujących się mediami, ale która też uczy nas,  
czym są media”<sup>55</sup>. Prasa, radio, telewizja, internet nie są prze-  
cież jedynymi możliwymi kandydatami do miana medium.  
Medioznawstwo można więc traktować jako dyscyplinę zaj-  
mującą się nie tylko badaniem mediów, ale też jeśli nie stwa-  
rzaniem, to wyznaczaniem ram postrzegania obiektu swych

---

<sup>55</sup> J. Parikka, *Media Ecologies and Imaginary Media: Transversal Expansions, Contractions, and Foldings*, „Fiber Journal” 2011, nr 17, s. 35.

badania. Na tym jednak władza „profesjonalistów zajmujących się mediami” wcale się nie kończy.

Badacze podczas swojej pracy dokonują serii translacji. To jeden ze sposobów traktowania nauki – założenie, że tracąc jednostkowość opisywanych obserwacji, zyskujemy możliwość generalizacji. Nie chodzi tu bynajmniej o zrównywanie pracy naukowej z pisanie literatury pięknej, istotne jest jednak przede wszystkim urefleksyjnienie procesu zdobywania wiedzy. Świadomość używanych narzędzi i konsekwencji odwoływania się raczej do tych, a nie innych paradygmatów czy korzystania ze spójnego (ale niejedynego możliwego) zestawu interpretacji. Świadomość, że nie tyle odkrywamy, co konstruujemy – z bardzo jednak mocnym zastrzeżeniem, że konstruowanie to nie wymyślanie, ale zmienianie przedmiotu opisu właśnie poprzez tworzenie opisu: ta konstrukcja odbywa się w oparciu o pewne reguły i nie jest to aktywność dowolna. Co więcej – i szczególnie w rozważaniach nad mediami wydaje się być to istotne – konstruuje nie tylko badacz. On jest tylko jedną z sił sprawczych. Pozostałe siły to: dorobek innych badaczy, do którego się odwołuje, obserwowane praktyki, analizowane teksty, normy społeczne i podzielane wizje oraz czynniki ludzkie, takie jak choćby materialne uwarunkowania działania maszyn, które stanowią techniczną infrastrukturę funkcjonowania mediów.

Moja książka nie jest jednak metapracą, medioznawczą książką poświęconą wyłącznie refleksji na temat samych badań mediów – to raczej praca o relacjach pomiędzy mediami, oparta jednak na założeniu, że te relacje bywają współkształtowane przez badaczy mediów. Mam zresztą wrażenie, że jest to wątek niechętnie podejmowany przez badaczy – którzy często zabierają głos jako „eksperti” i czasem zyskują moc oddziaływania na odbiorców oraz twórców mediów,

ustawiają się jednak „na zewnątrz” analizowanych zjawisk, podczas gdy stanowią ich część, w większym stopniu niż „zwykli” użytkownicy. Oczywiście może być to powodowane pewnym dyskomfortem, związanym z krytyką roli, jaką badacze niejako z definicji pełnią w medialnym ekosystemie. A przecież wywodząca się z najpiękniejszych tradycji studiów nad kulturą figura organicznego czy publicznego intelektualisty, do której kulturoznawcy mogą się odwołać, powiązana jest też z odpowiedzialnością i ryzykiem uprawnienia jednych argumentów kosztem innych<sup>56</sup>. Problem ten porusza Chris Barker, który o aspiracjach kulturoznawców do bycia „organicznymi intelektualistami”, a więc nie zamkniętą kastą, a grupą dającą impulsy dla społecznej zmiany, pisze tak: „Uwzględniając fakt, że Gramsci szeroko definiuje organicznego intelektualistę, tę rolę mają odgrywać nie tylko osoby usytuowane w świecie edukacji, ale także związkowcy, pisarze, działacze, aktywiści, nauczyciele itd. Niełatwe jest jednak znalezienie dowodów na to, że osoby piszące z perspektywy studiów kulturowych kiedykolwiek były »organicznie« powiązane z ruchami politycznymi w jakikolwiek znaczący sposób. Raczej, jak komentował to Hall, intelektualiści z kręgu *cultural studies* działali, jakby byli organicznymi intelektualistami albo mieli nadzieję, że kiedyś się nimi staną. Inni, zwłaszcza Bennett, wykazywali więcej optymizmu w rozważaniach o ewentualnych związkach studiów kulturowych z organicznymi intelektualistami. Bennett zwraca uwagę zwłaszcza na to, że studia kulturowe związane są instytucjonalnie przede wszystkim z wyższą edukacją. W konsekwencji, choć jednostki i grupy identyfikujące się ze studiami kulturowymi mogą próbować fabrykować powiązania

<sup>56</sup> Zob. H. Jenkins, T. McPherson, J. Shattuc, *Kultura bliska ciału*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1, s. 117.

akademii z ruchami społecznymi i politycznymi, z pracownikami instytucji kultury i z osobami zarządzającymi kulturą, to i tak studia takie dzielą z większością innych dyscyplin akademickich relatywną izolację od kultury popularnej”<sup>57</sup>. Barker zwraca też uwagę, że interwencje studiów kulturowych w ostatnich dekadach nie były szczególnie efektywne – tym samym przekonanie o swej istotnej, także politycznie, roli we współczesnym świecie mogą podzielać wyłącznie sami kulturoznawcy.

Oczywiście wszystkie te kulturoznawcze odniesienia wypada jeszcze zestawzić w dużej mierze niekompatybilną z nimi polską tradycją inteligencką. Ta nieprzystawalność pojęć, takich jak „publiczny intelektualista” czy „intelektualista organiczny”, wynika z dwóch elementów – zakorzenienia dyskusji o statusie inteligencji w Polsce w innych debatach, ale też ze specyfiki historycznej, związanej zarówno ze specyficznym postrzeganiem roli inteligentów, jak i równocześnie z relatywnie słabym oddziaływaniem w okresie PRL-u tego, co w tradycji studiów kulturowych nazywamy przemysłami kultury. Nie oznacza to, że pomimo różnych tradycji problemy i oczekiwania przynajmniej części środowisk badaczy kultury nie są bliskie założeniom, czerpiących inspiracje z Gramsciego, *cultural studies*, bo jak mówi Andrzej Mencwel, „naukowiec jest człowiekiem i obywatelem”, nie powinien więc omijać zagadnień społecznych i politycznych, a reprezentować – co zresztą powracać będzie w tej książce wielokrotnie – „ujawniony subiektywizm”<sup>58</sup>. O ile jednak

---

<sup>57</sup> Ch. Barker, *Making Sense of Cultural Studies: Central Problems and Critical Debates*, London: SAGE 2002, s. 180–181.

<sup>58</sup> R. Walenciak, *Ja, człowiek lewicy – prof. Andrzej Mencwel*, „Przegląd” 2012, nr 12, [online:] <http://www.przegląd-tygodnik.pl/pl/artukul/ja-czlowiek-lewicy-prof-andrzej-mencwel> [dostęp 10.01.2013].



polskiego „inteligenta” z zagranicznym „organicznym intelektualistą” czy „publicznym intelektualistą” łączy wiązanie zaangażowania w działalność naukową i społeczną, to problemem jest obszar sporów. Sam Mencwel wskazuje drogę dla polskiej inteligencji, odnosząc się do lewicowych środowisk, jeśli nie związanych bezpośrednio z Polską Partią Socjalistyczną, to współpracujących z takimi pismami z początków XX wieku, jak „Głos” czy „Ogniwo”<sup>59</sup>. Przywoływane dyskusje mogą być jednak ledwie luźną inspiracją, odnosząc się bowiem do – tylko nieco przerysowując – sporów o Sienkiewicza<sup>60</sup>. Jak piszą w pierwszym numerze „Krytyki Politycznej” – która przecież sama w sobie jest przykładem interwencji utrzymanej w duchu organicznego intelektualizmu, łączącego namysł akademicki z praktycznym działaniem na rzecz zmiany społecznej – Sebastian Michalik i Piotr Szumlewicz, „Ogólnie rzecz biorąc orientacja polskiej świadomości intelektualnej na przeszłość i historię raczej niż współczesność i przyszłość, jak też uparte przywiązanie do etosu solidarnościowego należy powiązać z największym zaniedbaniem polskiego intelektualisty, a mianowicie brakiem woli twórczości – z zanikiem zdolności tworzenia nowych idei, wizji, projektów politycznych możliwych i lepszych światów”<sup>61</sup>. Oczywiście sprawę komplikują problemy z tożsamością polskiej lewicy i legitymizacja neoliberalizmu przez znaczną część polskiej inteligencji, dla której w tym ujęciu

<sup>59</sup> Zob. Mencwel, *Etos lewicy*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2009.

<sup>60</sup> Nie twierdzę, że to jedyny element „sporu o cywilizację” w Polsce – faktem jest jednak, że ze względu na kwestie związane z utratą niepodległości, był on elementem pierwszoplanowym. Szerzej na ten temat – zob. J. Jedlicki, *Jakiej cywilizacji Polacy potrzebują*, Warszawa: WAB 2002.

<sup>61</sup> S. Michalik, P. Szumlewicz, *Intelektualista, nowoczesność i możliwe światy*, „Krytyka Polityczna” 2002, nr 1, s. 129.

elementy funkcjonowania systemu kultury z PRL-u nie stanowią atrakcyjnej alternatywy dla konglomeratów medialnych, które w ostatnich dekadach – przynajmniej od czasów *Dialektyki oświecenia* Adorna i Horkheimera – krytykowali ich zachodnioeuropejscy i amerykańscy odpowiednicy. Nie przypadkiem odwołania do terminów takich jak „organiczny intelektualizm” pojawiają się wprawdzie w debatach choćby w środowisku „Krytyki Politycznej”, ale nie w dyskusjach z polskimi naukowcami i aktywistami, lecz przy okazji rozmów z badaczami z Europy Zachodniej, jak choćby Chantal Mouffe, Ernesto Laclau czy Tony Judt<sup>62</sup>.

Dlatego warto zwrócić się też w kierunku innych – być może bardziej aktualnych, a na pewno szczególnie istotnych w perspektywie badań mediów – argumentów, których używa John T. Caldwell w artykule pod znaczącym tytułem „Po obu stronach ogrodzenia”. Caldwell pisze, że dziś model „organicznego” czy „publicznego” intelektualisty przenika się z modelem „intelektualisty branżowego” (*industrial intellectual*), gdyż „niektórzy badacze funkcjonują dziś bardziej jako »obserwujący uczestnicy« (*observational participants*), pracujący w branży, niż »uczestnicy-obserwatorzy« (*participant-observers*), jak w tradycyjnym modelu akademickim”<sup>63</sup>. W swoim tekście Caldwell dotyka specyficznego obszaru –

---

<sup>62</sup> Nie oznacza to, że podobnych koncepcji nie można znaleźć w polskim piśmiennictwie. Florian Znaniecki w zakończeniu książki *Ludzie teraźniejsi a cywilizacja przyszłości* (Lwów–Warszawa: Książnica-Atlas 1934), odnosząc się do potrzeby mądrości, dobroci, ale też idei egalitaryzmu i solidarności, pisał: „Choć nie ma w społeczeństwach obecnych ludzi, w pełni zdolnych do stworzenia nowej cywilizacji, są tacy, choć nieliczni, którzy mogą zapoczątkować proces organicznego jej rozwoju przez wytworzenie, przynajmniej częściowe, środowiska cywilizacyjnego dla wzrastania przyszłych jej twórców” (s. 345).

<sup>63</sup> J. T. Caldwell, „*Both Sides of the Fence*”. *Blurred Distinctions in Scholarship and Production (a Portfolio of Interviews)*, w: *Production Studies...*, dz. cyt., s. 215.

studiów nad produkcją filmową i między innymi swojej własnej sytuacji: badacza tego obszaru, który równocześnie sam przy produkcji filmów pracuje. Jestem jednak przekonany, że sytuacja „branżowego intelektualisty” dotyczy także polskich medioznawców, z obszarem swoich badań powiązanych w sposób mniej bezpośredni – piszących ekspertyzy, prowadzących szkolenia, opowiadających o wynikach swoich badań czy współpracujących z biznesem na poziomie *public relations* albo prac nad nowymi produktami/usługami i wprowadzaniem ich na rynek. To wszystko z jednej strony ułatwia zdobywanie wiedzy o funkcjonowaniu przemysłów kultury; z drugiej – komplikuje relacje między nimi a współpracującymi z nimi kulturoznawcami. Ja sam mam poczucie, że na przykład współpraca przy projektach badawczych realizowanych na zlecenie biznesu, w tym firm telekomunikacyjnych i stacji telewizyjnych, w znaczący sposób wzbogaciła moją wiedzę o praktykach medialnych Polaków. Równocześnie wiem, że były to projekty, które – zachowując wprowadzone metodologiczną poprawność – poszukiwały, choćby na poziomie związanym ze stawianymi pytaniami badawczymi, nie tylko „użytkowników”, ale i „konsumentów”. Wiem też, że związany wymogami zawieranych umów, nie zawsze mogę pochodzące z tych przedsięwzięć badawczych doświadczenia w pełny sposób komunikować, bo na przykład pewne zapisy zobowiązują mnie do zachowania poufności, a niektóre płynące z badań wnioski nie są zgodne z tym, co zleceniodawca komunikował choćby w notkach prasowych.

To różnicowanie odbiorców efektów pracy badawczej komplikuje relacje działań z polem nauki, o czym pisze Mateusz Halawa, omawiając wzmiankowany już wcześniej projekt *Młodzi i media* jako przykład publicznej etnografii:

„Publiczny charakter badania kultury wiąże się, po pierwsze, z myśleniem o tym, kto stanowi publiczność projektu, oraz decyzją aktywnego poszukiwania i rozszerzania publiczności – w tym przez tworzenie sojuszy z innymi instytucjami. Po drugie, istotne jest utrzymanie otwartego charakteru projektu tak, by w kontakcie z zainteresowanymi publicznościami następowało nie tyle »upowszechnianie«, co dalsze rozbudowywanie wiedzy i precyzyjniejsze stawianie problemów. Po trzecie wreszcie, liczy się ustalenie relacji z polem nauki. W przypadku *Młodych i mediów* to z niego rekrutowali się autorzy i autorki, nauka zapewniała też większość metodologicznego, teoretycznego i eksperckiego oprzyrządowania. Jednak wyobrażaliśmy sobie, że stawiane przez nas problemy będą rezonować szerzej – w polu społecznego imaginarium”<sup>64</sup>. Halawa wskazuje na dwa potencjalnie ryzykowne obszary, które jednak – w pełni się zgadzam – warto eksplorować. Pierwszym jest selektywna, ale jednak „obecność w mediach” (o której Halawa pisze, że „często spotyka się w środowisku naukowym z podejrzliwością. Nie chodzi tu tylko o kąśliwe uwagi na temat gwiazdorstwa, lecz przede wszystkim o zupełnie uzasadnione niepokoje, które rodzą się z obserwacji procesów, w których wyłaniają się »dyżurni eksperci od wszystkiego«, złożone problemy są redukowane do sensacyjnych tez, a szybkość myślenia i reagowania unieważnia refleksję i krytycyzm”<sup>65</sup>). Drugi to praca z instytucjami rządowymi, dla których odpowiednio sprofilowane teksty naukowe mogą być źródłem informacji – bliskość tej kooperacji,

---

<sup>64</sup> M. Halawa, *Wyobrażenia etnograficzna w badaniach kultury współczesnej. Refleksje po projekcie „Młodzi i media”*, s. 30, [online:] [www.mim.swps.pl/halawa-wyobraznia-etnograficzna.pdf](http://www.mim.swps.pl/halawa-wyobraznia-etnograficzna.pdf) [dostęp 10.01.2013]; skrócona wersja tekstu ukazała się w „Kulturze Współczesnej” 2010, nr 4.

<sup>65</sup> Tamże, s. 30.

potencjalnie podnosząca efektywność pracy na zebranych materiale, równocześnie paradoksalnie niesie ze sobą niebezpieczeństwo utraty kontroli nad wnioskami (tłumaczonymi na język dokumentów strategicznych, ale też modyfikowanych zgodnie z logiką różnych instytucjonalnych aktorów biorących udział w procesie) i w ekstremalnych przypadkach legitymizowania działań, których skutki mogą być inne od oczekiwanych (problem związków badań kulturoznawczych z polityką kulturalną jest akurat zbieżny z doświadczeniami zachodnich *cultural studies*, przede wszystkim brytyjskich).

Poruszając wątek autorefleksyjny czy krytyczny, dla którego inspiracją jest między innymi antropologia refleksyjna (a efektem tej inspiracji jest postulat tworzenia prac, które można by określić mianem medioznawstwa refleksyjnego<sup>66</sup>), jeszcze raz dookreślę więc swoją pozycję. Piszę o mediach i systemach rozrywkowych jako kulturoznawca, ale też jako osoba, która uwikłana jest w analizowane i krytykowane tu procesy. Jestem przede wszystkim badaczem, pracuję na uczelni i zarabiam, realizując projekty badawcze, pisząc o nich i prowadząc zajęcia ze studentami. Ale zarazem część moich dochodów pochodzi z rynku, który badam i o którym piszę. Inna część – ze współpracy z instytucjami państwa w roli „eksperta”, a jeszcze inna – z działań w trzecim sektorze i projektów aktywistycznych. W każdej ze wzmiankowanych działalności korzystam – bo inaczej chyba po prostu być nie może – z doświadczeń zdobytych w pozostałych. To kłopotliwe, jednak relacje pomiędzy tymi działaniami, ich efektami, ale też towarzyszącymi poszczególnym projektom motywacjami, muszą zostać urefleksyjnione, zarówno ze względów etycznych, jak i badawczych. Co więcej,

---

<sup>66</sup> To określenie podsunął mi Mariusz Czubaj.

ta refleksja powinna zawierać jeszcze jeden wymiar, związany z opisem zjawisk, które nie tylko są wiecznie rozedrgane i niestałe, ale też w dużej mierze warunkują nasze spojrzenie. Pisząc o medialnej zmianie, której przyczyny ogniskują się wokół upowszechnienia podłączonych do internetu komputerów, sam korzystam z komputera podłączonego do internetu. Nie tylko jestem uczestnikiem opisywanych tu praktyk – sam proces badawczy został przez nie zremediowany. Pisząc tę książkę, częściej niż na półkach bibliotek czy we własnych zbiorach poszukiwałem materiałów w sieci (lub na dysku komputera, magazynującym pobrane z internetu materiały). W researchu istotną rolę odegrały serwisy takie jak Google Books, ale też akademickie „shadow libraries” – nieoficjalne repozytoria, z których niektóre, jak choćby Monoskop, pełniły przy części podejmowanych przeze mnie wyborów rolę wręcz kuratorską, nie tylko podsuwając rozwiązanie problemów, nad którymi pracowałem, ale wręcz inspirując nowym zestawem treści do poszukiwań w innych obszarach. Próbuję więc opisać zjawiska, do których trudno wytworzyć jakikolwiek dystans, ponieważ samo pisanie tej książki (a także przerwy w pisaniu, choć granice między pisaniem a „szukaniem inspiracji” są oczywiście płynne) było ich częścią. Mam więc świadomość, że nad tym tekstem ciążyć muszą metafo-ry, które komputer stawiają w centrum zmian – bo na moim mikropoziomie to komputer jest centrum zarządzania wiedzą i treściami kultury, a jak zauważył już Nietzsche w słynnej wśród badaczy mediów frazie z listu do Paula Gasta, „narzędzia, których używamy do pisania, oddziałują także na nasze myśli”<sup>67</sup>. Patrząc na świat znad klawiatury komputera, łatwo dostrzec wszędzie jego wpływ, zwłaszcza jeśli wyobrażamy

---

<sup>67</sup> Za: F. Kittler, *Gramophon, Film, Typewriter*, Stanford: Stanford University Press, s. 204.

sobie, że nasze własne jego użycia są typowe. Łatwo też dostrzegać doniosłość wpływu – a czyż będąc badaczem mediów, nie jest miło utwierdzać się w przekonaniu o ich kluczowej roli we współczesnym świecie?

Espen Aarseth pisał, mając na myśli badaczy mediów, że „wszyscy chcemy zmieniać świat” – i tak chęć dostrzegania pozytywnej zmiany społecznej we wpływie mediów często staje się czynnikiem przesłaniającym fakty<sup>68</sup>. Dobrego przykładu dostarcza choćby – przywoływany przez Paulę Saukko, do której jeszcze tu wrócę – Heikki Patomaki<sup>69</sup>, który w swojej recenzji krytykuje książkę Manuela Castellsa i Pekki Himanena, piszących o sukcesie fińskiej gospodarki jako połączenia równości społecznej z wolnym rynkiem i nowymi technologiami. Autorzy pokazują, że możliwe jest to nie tylko w krajach niedemokratycznych jak Singapur, ale też przy zachowaniu demokratycznych standardów bez ponoszenia kosztów, co aż nadto dobrze widać w Kalifornii, gdzie tuż obok Krzemowej Doliny nie brak wykluczonych i bezdomnych<sup>70</sup>. W ujęciu Castellsa i Himanena historia Finlandii to historia sukcesu – i nadzieja dla reszty świata. To, jak pisze Patomaki, „iluzja optyczna”, zaniedbująca wzrost nierówności w Finlandii w latach dziewięćdziesiątych – dokładnie wtedy, gdy sukcesy święciły fińskie firmy z branży nowych technologii, z Nokią na czele, ale i open source’owy Linux. Krytykując interpretacje autorów *Spółczeństwa informacyjnego i państwa dobrobytu*,

<sup>68</sup> E. Aarseth, *We All Want to Change the World. The Ideology of Innovation in Digital Media*, w: *Digital media revisited: Theoretical and conceptual innovation in digital domains*, red. G. Liestol, A. Morrison, T. Rasmussen, Cambridge, MA: MIT Press 2003, s. 415–439.

<sup>69</sup> H. Patomaki, *An Optical Illusion: The Finnish Model for The Information Age*, „Theory, Culture & Society” 2003, vol. 20(3), s. 139–145.

<sup>70</sup> M. Castells, P. Himanen, *Spółczeństwo informacyjne i państwo dobrobytu. Model fiński*, przeł. M. Sutowski, M. Penkala, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2009.

pokazuje, że rozwój kultury hakerskiej to wynik funkcjonowania państwa opiekuńczego, a kapitalistyczne zmiany w Finlandii mogą pomóc nie tyle w wykorzystaniu tego zaplecza, co w jego zdławieniu, podobnie jak odejście w przeszłość kultury oddolnej kreatywności wynikającej z braku zasobów w Związku Radzieckim, z którym Finlandia miała bliskie kontakty. Dla takich argumentów w książce Castellsa i Himanena brak miejsca. Patomaki pisze, że Castells i Himanen zakładają, iż „rozwój sił produkcji jest motorem wszystkich przemian społecznych”, a „ten rodzaj myślenia wtłacza historyczne trendy i możliwości w prosty i raczej jednostronny schemat. Kiedy ten schemat zostaje przyjęty, bardzo trudno dostrzec cokolwiek, co nie pasowałoby do którejś z przyjętych kategorii”<sup>71</sup>. Nie kwestionując (podobnie jak omawiająca krytykę przeprowadzoną przez Patomakiego Paula Saukko<sup>72</sup>) doniosłości modeli teoretycznych tworzonych przez Castellsa i opisujących globalne przemiany, uważam, że przywoływany przypadek wskazuje na ryzyko, jakie pojawia się zawsze, gdy lokalne przykłady traktowane są przez badaczy jako potwierdzenie przyjętej wcześniej tezy. Mam zarazem świadomość, że podobne argumenty można sformułować pod adresem wielu fragmentów tego tekstu – większość przywoływanych tu inspiracji teoretycznych pochodzi spoza obszaru polskich badań mediów.

Nad problemem wpływu badacza na przedmiot analizy będę się jeszcze pochylać w przypadku wszystkich pomieszczonych w tej książce studiów przypadków, wskazując, jak dokonywane przez medioznawców wybory wpływają między innymi na nasze postrzeganie poszczególnych mediów

---

<sup>71</sup> Patomaki, dz. cyt., s. 141.

<sup>72</sup> P. Saukko, *Metodologie dla studiów kulturowych. Podejście integrujące*, przeł. M. Bobako, w: *Metody badań jakościowych*, t. 1, red. N. K. Denzin, Y. S. Lincoln, Warszawa: PWN 2010, s. 493–494.



i ich historii (choćby na przykładzie filmu), jak wykorzystywane są do projektowania strategii marketingowych i produkcyjnych (co pokażę w na przykładzie telewizji) czy wreszcie jak oddziałują na negocjowanie „właściwych” użyć i wskazywanie na obszary zmian właściwych dla współczesnego ekosystemu mediów (co doskonale pokazuje dyskurs wokół nieformalnych obiegów kultury). Te wszystkie przypadki wskazują na arbitralne wyznaczanie „centrum” rozumianego jako wycinek ekosystemu, w którym zachodzą procesy o kluczowym dla jego całości znaczeniu lub mające stać się kluczowymi w niedalekiej przyszłości. Problemem nie jest jednak arbitralność sama w sobie, lecz eksponowanie krytycznej autorefleksji, wskazywanie na obszary wątpliwości i transparentność argumentów przemawiających za dokonywaniem takich, a nie innych wyborów – świadomość możliwego imperializmu teorii.

Zastanawiając się nad relacjami badaczy i władzy związanej z legitymizowaniem określonego dyskursu w badaniach jakościowych, Joke Hermes przywołuje trzy figury, ilustrujące zagrożenia ewentualnych nadinterpretacji analitycznych związanych z korzystaniem z mediów. Te figury to przewodnik turystyczny, detektyw i turysta. Pierwszy egzotyzuje rzeczywistość dla własnej korzyści; drugi – nadinterpretuje codzienne użycia mediów, wszędzie poszukując istotnych wskazówek dla własnych rozważań; wreszcie trzeci – naiwnie poszukuje w praktykach innych ludzi podobieństw do własnych użyć<sup>73</sup>. Te przykłady pokazują, że choć intencje mogą być różne, to efekt jest równie dyskusyjny. Hermes pisze, że według niej pozycjonowanie się badacza w roli „dobrego znajomego”, przeżywającego rzeczywistość z perspektywy badanych, jest fikcją – choć

---

<sup>73</sup> J. Hermes, *Audience Studies 2.0. On the theory, politics and method of qualitative audience research*, „Interactions: Studies in Communication and Culture” 2009, nr 1, s. 118.

oczywiście eksponowanie tej wątpliwości bywa dla naukowców kłopotliwe. Także dlatego, że potoczne przekonanie o obiektywizmie badań jest dla badaczy po prostu wygodne, a mnożenie wątpliwości może podkopywać nie tylko jednostkowy autorytet, ale też autorytet reprezentowanej dyscypliny. Oczywiście czasem – a może nawet: przeważnie – występując w roli przewodnika, detektywa czy turysty, badacze nie działają z niskich pobudek. Problemem jest jednak brak krytycznej refleksji nad swoją pozycją. Problem ten, eksponując zarazem różnicę pomiędzy złymi intencjami i nieświadomością, trafnie diagnozuje Arjun Rajagopal, krytykujący europocentryczną perspektywę w badaniach mediów – jednak tę samą myśl można odnieść do innych obszarów badań, bo przecież badacz zawsze decyduje, co jest w centrum, a co stanowi peryferia obszaru analizy. Rajagopal pisze: „Musimy przypomnieć sobie, że problemem Narcyza nie było samouwielbienie. Raczej to, że nie zorientował się, iż obraz, który pokochał, był jego odbiciem”<sup>74</sup>.

### Raz, dwa, trzy... i co dalej?

Jak dotąd mnożę wątpliwości. Czy wobec ich natłoku możliwe jest stworzenie pozytywnego projektu badawczego, minimalizującego ryzyko popełnienia sygnalizowanych tu przede mnie błędów? Jak pamiętać o społecznych użyciach mediów, nie zapominając o elementach technologicznych? Jak nie być Narcyzem, bezwiednie opisującym projekcje własnych fantazji? Interesującą sugestię przedstawia Paula Sauko, proponująca połączenie w studiach kulturowych trzech ujęć, które grupuje następująco:

---

<sup>74</sup> A. Rajagopal, *Imperceptible Perceptions in Our Technological Modernity*, w: *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*, red. T. Keenan, W. H. K. Chun, New York: Routledge 2006, s. 279.

- nurt hermeneutyczny i antropologiczny, skoncentrowany na wrażliwości na przeżywanie rzeczywistości przez badanych aktorów (kryterium oceny sukcesu takiego badania jest trafność dialogiczna, a więc umiejętność otwarcia się na głos Innego i pokazania jego doświadczeń i wiedzy, często emocjonalnej i ucieleśnionej, a zatem zazwyczaj zaniedbywanej w racjonalistycznym dyskursie akademickim);
- nurt poststrukturalistyczny, skoncentrowany na eksponowaniu politycznego wymiaru dyskursów filtrujących konstruowanie i obserwowanie rzeczywistości (tu kryterium jest trafność autorefleksyjna, rozumiana – w odróżnieniu od tego, jak sam wcześniej używałem tego terminu w odniesieniu do autorefleksji badacza – jako analiza dyskursu);
- nurt kontekstualistyczny/realistyczny, skupiony na przydatności modeli konstruowanych w badaniach do objaśnienia rzeczywistości społecznej i historycznej (dla którego kluczowa jest trafność kontekstualna, pojmowana jako wyjaśnianie rzeczywistości społecznej przez identyfikację w materiałach historycznych i statystykach istotnych trendów)<sup>75</sup>.

Jak wyjaśnia Saukko, każdy z wymienionych typów analizy oferuje kulturoznawcom odmienne korzyści – ale też niesie ze sobą swoiste zagrożenia. Badania etnograficzne, oparte na poważnym zainteresowaniu lokalnością, pozwalają zbliżyć badacza do badanych, otworzyć się na inne od własnej typy wrażliwości i tym samym naprowadzić na nowe pomysły interpretacyjne, odmienne od tych wyobrażanych sobie przed rozpoczęciem badania. Równocześnie ta otwartość na badanego aktora jest najsilniej zagrożona bezkrytycznym oddaniem mu głosu i utratą dystansu do badanych problemów

---

<sup>75</sup> P. Saukko, dz. cyt.

(często także na czysto ludzkim, emocjonalnym poziomie wytwarzania więzi pomiędzy badanym a badaczem). Ich przeciwieństwem są w tym względzie badania systemów przekonań, wpływających na zachowania badanych, które jednak są silnie narażone na ekspercką manipulację, gdyż odkrywane dyskursy mogą być w istocie projekcją przyjętych założeń: „W poststrukturalizmie rzadko wyrażanym, ale zazwyczaj przyjmowanym założeniem jest to, że »zwykli« ludzie są ślepi na dyskursy społeczne, które nimi kierują, i że krytyczna analiza zapośredniczenia może być przeprowadzana tylko przez eksperta. Jednak idea, że tylko eksperci mogą analizować dyskursy eksperckie, może sprawić, że analiza będzie poruszała się po kole, ponieważ nie ma sposobu, aby zewnętrzny krytyczny wgląd włamał się do tego koła”<sup>76</sup>. Z kolei studia kontekstualne, jak przywoływany wcześniej za Saukko przykład książki Castellsa i Himanena pokazują, że choć analiza danych statystycznych może wzbogacić inne wymiary interpretacji i wpisać obserwowane procesy w ogólniejsze trendy, to równocześnie związana jest z ryzykiem selektywności dyktowanej wyborami badacza, w pewnym sensie „głuchego” na głos ludzi, będących w przyjętej perspektywie przede wszystkim liczbami w tabelach. Jedyną receptą na wykorzystanie zalet badań kontekstualnych, antropologicznych i poststrukturalistycznej analizy, przy równoczesnym minimalizowaniu potencjalnych słabości każdego z ujęć, jest ich łączenie – jak dowodzi Saukko, modele te nie tylko nie wykluczają się, ale wręcz uzupełniają i wzbogacają nawzajem. Wyznaczając program badawczy, pisze ona o metodologii integrującej – „zadaniem integrującego podejścia metodologicznego jest umożliwienie empirycznego namysłu nad rzeczywistością społeczną w sposób, który bierze pod uwagę

---

<sup>76</sup> Tamże, s. 499.

to, że rzeczywistość jest wypełniona mozaiką różnych rzeczywistości oraz że nasze badanie jest częścią procesu formowania tej społecznej mozaiki czy »patchworku«<sup>77</sup>.

W mojej książce taki »patchwork«<sup>77</sup> będę próbował stworzyć, poruszając się w nakreślonej powyżej triadzie – choć, z różnych względów, przyznając poszczególnym jej elementom różną rolę w zależności od analizowanego studium przypadku. Postaram się jednak wszędzie tam, gdzie będzie to możliwe, integrować elementy analizy statystycznej i obserwację makroprocesów (zarówno społecznych, jak i technologicznych) ze zmniejszającą ryzyko bezkrytycznego przyjęcia zaczerpniętych ze studiów ilościowych procesów analizą dialogiczną, odwołując się do badań etnograficznych, w ramach których podejmowane były próby zrozumienia uczestników analizowanych procesów. Ostatni element to analiza tekstów i instytucji, których są wytworem (celowo nie używam pojęcia »dyskursów«, bo ważny będzie tutaj też element coraz silniej akcentowany w badaniach mediów i eksponowany przeze mnie w tym rozdziale – protokół, kod, a najprościej: techniczne uwarunkowania stojące za wytwarzaniem tych tekstów i wywierające wpływ na ich kształt).

Oczywiście nie zawsze będę mieć możliwość równoprawnego uwzględnienia wszystkich tych elementów. Rozpocznę od rozdziału poświęconego relacjom między grami komputerowymi i kinem – wychodząc od postawienia się w roli »nowego użytkownika mediów«. Analiza filmów, ale i instytucjonalnych uwarunkowań ich tworzenia, umożliwi postawienie pytań o pasożytnicze relacje między kinem i branżą gier wideo, ale pozwoli też na sprobmatyzowanie podziałów pomiędzy nimi. To z kolei pozwoli mi zająć się w dalszej części tej

---

<sup>77</sup> Tamże, s. 502.

książki wątkami historycznymi, czy raczej archeologicznymi – krytycznym namysłem nad historią kina i analizą dyskursu wyznaczającego takie, a nie inne granice pomiędzy różnymi gałęziami systemu rozrywkowego. Dzisiejsza rekonfiguracja tych granic (a zarazem będących ich przeciwieństwem połączeń) pozwala bowiem stawiać pytanie o wybory podejmowane przy interpretacji danych historycznych. Choć w części historycznej trudno będzie mi spełnić metodologiczny postulat Saukko, nakazujący rozmowę z uczestnikami analizowanych zdarzeń, to w tym wypadku wykorzystanie jako źródła danych pozyskiwanych z użyciem różnych narzędzi dokona się w inny sposób – przez podważenie teoretycznych ramifikacji historii medium na bazie ich korekty dokonanej w odniesieniu do współczesności, a dalej: powrotu do źródeł i wskazania na możliwość ich ponownej reinterpretacji. Wątek ten będzie też istotny w akcentowanym przeze mnie kontekście autokrytycyzmu badacza – wydobywane w tej części ukryte założenia będą w istocie odnosić się do założeń innych badaczy. W wypadku filmu zajmę się samymi tekstami, ale też kontekstem ich interpretowania, zmieniającymi się sposobami użycia i problematyzacją ram historycznych, jakie z tych zmian wynikają. Przedstawię relacje filmu z grami, wystrzegając się jednak myślenia o legitymizowaniu nowej formy przez porównywanie jej do starszej. Rozbicie monolitycznych kategorii opisu mediów kontynuować będę na przykładzie telewizji – a dokładniej: na częściowej przynajmniej nieadekwatności dotychczasowych kategorii jej opisu w świetle rozwoju technologicznego. Sytuacja ta prowadzi do zmiany relacji pomiędzy użytkownikami a producentami treści medialnych, toteż ostatni analizowany przykład związany będzie z kształtem przepływu treści pomiędzy różnymi elementami techno-społecznego ekosystemu. W „telewizyjnej” części książki mniej uwagi poświęcę tekstom, więcej

– ich powiązaniom z innymi mediami oraz budowanym wokół nich praktykom, obserwowanym zarówno na poziomie badań etnograficznych, jak i badań ilościowych. Domknięcie stanowić będzie przypadek nieformalnej dystrybucji treści audiowizualnych, dobrze w moim odczuciu ilustrujący znaczenie pomijanych często w teorii marginesów. Wszystko to posłuży mi do sformułowania ram wyznaczających w mojej opinii obszar dzisiejszych badań mediów i do sprawdzenia w działaniu pojęć, które w tych badaniach się pojawiają.





## ROZDZIAŁ 2

Gra w kino



W poprzednim rozdziale pisałem o remediacji – zderzaniu tego, co w mediach „stare” i „nowe”. Ta kategoria jest kluczem do dwóch kolejnych części tej książki, poświęconych kinu (choć nie tylko). Temu, czym kino jest dziś, a dalej także temu, czym było kiedyś (i refleksji nad tym, że to wyobrażenie o dawnym statusie kina też z czasem się zmienia). Ale po kolei: zacznijmy od kina rozumianego jako barometr zmian – kluczowego medium nowoczesności, związanego z rozwojem technologii, ale też z przemianą pejzażu miast. I znajdującego się dziś w pewnej defensywie. W pejzażu mediów na „fali wznoszącej” znalazły się „nowe” media: łączący w sobie inne formy medialne internet i oferujące większą od starszych form narracyjnych interaktywność gry wideo. Ale nie można ich relacji ze starszymi formami medialnymi sprowadzić do prostej konkurencji – choć można mówić o „pasożytniczych” relacjach między nimi, to jak sugeruje wprowadzony wcześniej termin remediacja, nowe formy czerpią ze środków i treści wypracowanych przez swoich poprzedników, a poprzednicy w dobie popularyzacji swoich następców nie są już tymi samymi środkami przekazu. Zmieniają się wraz ze zmieniającymi się przyzwyczajeniami odbiorców.

Zmienia się też sytuacja coraz częściej eksperymentującej z nowymi formatami oraz formami dystrybucji telewizji. Inny jest dziś także status kina, przez dekady rządzącego zbiorową

wyobraźnią i wpływającego na estetykę młodszych środków przekazu, w tym mediów cyfrowych<sup>1</sup>. Wymienione media wchodzić ze sobą w rozmaite interakcje, a ich punkty stykowe wyznaczają ogromne pole współczesnych badań nad mediami. Dlatego w poniższym rozdziale – przyjmując perspektywę chronologiczną – zacznę od medium mechanicznego<sup>2</sup>, które posłuży mi jako narzędzie do analizy wpływu mediów elektronicznych na kulturowy ekosystem. Skupię się więc na pozycji kina, które w przeszłości inne media inspirowało, a dziś coraz częściej od nich „pożycza”. W tym kontekście badanie przemian kina wydaje mi się kluczem do opisu obecnego okresu wyjątkowo gwałtownych zmian pejzażu audiowizualnego, okresu określanego mianem *media in transition*<sup>3</sup>. W poniższym fragmencie chcę więc przyjrzeć się filmowi jako jednemu z elementów rozciągającego się na różne media współczesnego systemu rozrywkowego. Prześledzę przemiany estetyczne samych filmów, ale też zmianę sposobu ich postrzegania i pozycjonowania wśród innych mediów. W szerszej perspektywie posłuży mi to do podjęcia rozważań o sposobach wytyczania kategorii teoretycznych i pisania historii mediów.

Przyjęta przez mnie wizja kina wiąże się z odejściem od modernistycznego przekonania o „czystości” mediów – wydaje się, że w wypadku sposobów funkcjonowania filmu dzisiaj ta „nieczystość” jest szczególnie dobrze widoczna. Film zresztą w coraz mniejszym stopniu „przynależy” do kina, które staje

---

<sup>1</sup> Zob. L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa: WAiP 2006.

<sup>2</sup> W rozumieniu Friedricha Kittlera, por. F. Kittler, *Gramophon, Film, Typewriter*, przeł. G. Winthrop-Young, M. Wutz, Stanford: Stanford University Press.

<sup>3</sup> Seria organizowanych przez MIT Comparative Media Studies w ciągu ostatniej dekady konferencji poświęconych refleksji nad związkami tzw. starych i nowych mediów oraz seria książek publikowanych przez MIT Press.

się raczej „odświętnym” albo po prostu wyjątkowym miejscem oglądania filmów – na tyle nietypowym, że wizyta w nim może mieć raczej charakter pretekstu dla spotkania towarzyskiego niż działania skoncentrowanego na odbiorze obrazu. Popularniejszymi od kina kanałami dystrybucji filmu są telewizja oraz płyty DVD i Blu-ray (do tego wątku będę jeszcze powracać)<sup>4</sup>. Odbiło się to między innymi na tworzonych fabułach (które mogą być bardziej alinearne, skomplikowane i oparte na niuansach, skoro widz może kontrolować projekcję, a także oglądać film wielokrotnie), doprowadziło też do obudowania filmu siecią paratekstów (coraz częściej film oglądamy obok wywiadów z twórcami i aktorami, z reżyserskim komentarzem, filmem *the making of* itp.). Zmiany te sięgają jednak znacznie dalej – filmy rozprzestrzeniają się w internecie, coraz częściej tracą też status skończonego dzieła i stają się zaledwie punktem wyjścia do rozmaitych remiksów, prezentowanych później w serwisach takich jak YouTube<sup>5</sup>. Jak pisze Sean Cubitt: „Od partyzanckich parodii w stylu *Saving Ryan's Privates* i prac twórców net artu, a być może w szczególności przez ekspansję wymiany plików w sieciach peer-to-peer, mury kina rozpadają się znacznie bardziej gwałtownie, niż mógł przypuszczać nawet Gene Youngblood”<sup>6</sup>. Co więcej, dla młodego

<sup>4</sup> Dla przykładu – w Stanach Zjednoczonych w 2007 r. wpływy z biletów do kin wyniosły 9,6 mld, a wpływy ze sprzedaży DVD blisko 16 mld USD.

<sup>5</sup> Na poziomie rozpowszechniania w podobny sposób funkcjonuje dziś nie tylko kino, ale niegdyś definiowana w kategoriach transmisji i przepływu telewizja. Dzisiejsza „telewizja” to raczej archiwum, baza danych, do której dostęp można zyskać za pośrednictwem rozmaitych interfejsów. Decyzję o wyborze interfejsu podejmują widzowie. W niektórych segmentach widowni dostęp do treści telewizyjnych poprzez internet już dziś jest bardziej popularny niż „tradycyjne” sposoby odbioru; zob. M. Filiciak, P. Toczyński: *Telewizja bez telewizorów?*, [online:] <http://media.netpr.pl:80/prf/115969/127074/tv-bez-telewizorow.pdf> [dostęp 10.01.2013].

<sup>6</sup> S. Cubitt: *The Cinema Effect*, Cambridge, MA: MIT Press 2005, s. 364. Cubitt odwołuje się do książki Gene’a Youngblooda *Expanded Cinema* (1970).

pokolenia widzów kino nie stanowi podstawowego kompasu kultury – coraz częściej podstawowym punktem odniesienia stają się inne formy medialne. Sam doświadczyłem tego na przykładzie filmu *Biegnij, Lola, biegnij* Toma Tykwera z roku 1999: gdy jako student rozmawiałem o nim niedługo po premierze ze swoimi wykładowcami, przedstawiano go jako wariację na temat *Przypadku* Krzysztofa Kieślowskiego (1987); dziś moi studenci przeważnie widzą w strukturze narracyjnej tego filmu, opartej na trzykrotnym powtórzeniu zmagania głównej bohaterki z czasem, kopię struktury gry komputerowej. Dlatego zestawię tu film właśnie z grami wideo, postrzeganyymi przeze mnie jako ikoniczny przykład nowego, interaktywnego medium, w którym często istotną rolę odgrywa narracja i które z kinem prowadzi nieustanny dialog.

Poza trudnym do uchwycenia wymiarem preferencji odbiorców rosnące znaczenie gier na obszarze mediów audiowizualnych dobrze pokazują wskaźniki ekonomiczne. W udzielonym w kwietniu 2008 roku wywiadzie John Riccitiello, dyrektor generalny Electronic Arts, największego na świecie wydawcy gier wideo, którego roczne wpływy w roku 2012 przekroczyły znacząco poziom 4 miliardów dolarów, stwierdził, że rynek mediów wchodzi w okres wielkiej zmiany<sup>7</sup>. Polegać ma ona właśnie na zamianie ról między kinem a grami – według Riccitiello te ostatnie pokonały kompleks kina i dziś to więcej wytwórni filmowych chce ekranizować gry niż odwrotnie, jak to miało miejsce jeszcze do niedawna. Szef Electronic Arts liczbę graczy szacuje na 2 miliardy i prognozuje, że coraz częściej będą mieć miejsce sytuacje takie jak przy premierze przebojowej gry *Grand Theft Auto IV*, kiedy to dystrybutorzy

---

<sup>7</sup> Ch. Nuttall, *Gamesmaster makes a play for place in history*, „Financial Times” 2008 (April), [online:] <http://www.ft.com/cms/s/0/34c6b68a-07dd-11dd-a922-0000779fd2ac.html> [dostęp 10.01.2013].

filmowi obawiali się wprowadzać nowy tytuł do kin, zakładając, że na frekwencję negatywnie może wpłynąć fakt, iż potencjalni widzowie zostaną w domach przy swoich komputerach i konsolach. Nawet biorąc pod uwagę to, że Riccitiello zależy na przedstawieniu gier jako głównej siły rynku medialnego, sądzę, że jego głos jest znaczący. Wzrost roli gier i zapośredniczanie przez nie innych praktyk kulturowych dobrze widać zresztą nie tylko na przykładzie kina, ale także muzyki, gdzie gry video stają się coraz istotniejszym nośnikiem zapewniającym twórcom dostęp do słuchaczy. Singiel zespołu Mötley Crüe *Saints of Los Angeles*, który od maja 2008 roku udostępniany był jako plik w internetowych sklepach muzycznych i równocześnie jako utwór do wykonania przez graczy w grze *Rock Band*, kilkakrotnie lepiej sprzedał się jako dodatek do gry<sup>8</sup>. Grupa Aerosmith zarobiła na firmowanej przez siebie grze z serii *Guitar Hero* więcej niż na jakimkolwiek albumie w swej trwającej blisko cztery dekady karierze<sup>9</sup>. Jednak nie tylko przebrzmiałe legendy rocka czy wschodzące gwiazdy poszukujące nowych metod promocji, ale też wciąż popularne zespoły, takie jak Metallica, zdają sobie sprawę ze znaczenia gier – ten ostatni band rozważał rozpoczęcie kampanii promocyjnej swojego nowego albumu od premiery utworu właśnie w grze *Rock Band*<sup>10</sup>. Ostatecznie gra stała się jednym z mediów, w którym zadebiutował ostatni album grupy, *Death Magnetic* – 12 września 2008 roku płyta trafiła nie tylko do sklepów, ale też jako materiał do

---

<sup>8</sup> A. Bruno, *Rock acts ringing up sales via video games*, [online:] <http://www.reuters.com/articlePrint?articleId=USN2329170920080525>, [dostęp 10.01.2013].

<sup>9</sup> P. Klepek, *Activision: „Guitar Hero” A Bigger Money-Maker For Aerosmith Than Any Album*, [online:] <http://multiplayerblog.mtv.com/2008/09/15/gh-money-for-aerosmith>, [dostęp 10.01.2013].

<sup>10</sup> S. Colothan, *Metallica To Premiere New Song On Video Game*, [online:] <http://www.gigwise.com/news/39080/metallica-to-premiere-new-song-on-video-game> [dostęp 10.01.2013].

odpłatnego ściągnięcia z sieci dla posiadaczy gier *Rock Band* oraz *Guitar Hero*. Kilka miesięcy później na rynku pojawił się też osobny tytuł, gra *Guitar Hero: Metallica*.

Choć wymienione przykłady mogą wydawać się zaskakujące, sygnalizowane przez nie nowe trendy nie powinny dziwić. Skoro komputery pełnią dziś rolę metamedium, w którym spotykają się różne formy medialne, takie jak tekst, muzyka i filmy, to w pewnym sensie logiczne wydaje się, że podobną funkcję „nadrzędnej” formy rozrywki coraz częściej będzie pełnić ta, którą wprowadziło właśnie upowszechnienie komputerów – a więc gry wideo. Ta sytuacja sprawia, że w studiach nad mediami być może powinno kłaść się silniejszy akcent na śledzenie coraz bardziej świadomej wymiany doświadczeń pomiędzy przedstawicielami różnych sektorów rynku medialnego (często zresztą połączonych przez strukturę własności jednego konglomeratu medialnego). Inspiracją mogą tu być ostatnie doświadczenia studiów kulturowych, które coraz częściej definiują swój obiekt jako zasób (*resource*) i odnoszą się do „praktycznych” zastosowań kultury<sup>11</sup>. W tym miejscu nie będę jednak koncentrować się na sferze ekonomicznej, bo na tym etapie ważniejsze wydaje mi się spojrzenie, jak środki przekazu o fundamentalnie różnych właściwościach wchodzą ze sobą w zaskakującą, opartą na konkurencji, ale i stymulacji, symbiozę.

## Gry i kino jako wydarzenia wizualne

Traktowanie kultury mediów jako zjawiska oddziałującego na zmysły odbiorców poprzez różne kanały technologiczne odpowiada sieciowemu charakterowi kultury cyfrowej, w której film jest obecny jako jeden z wielu, bynajmniej nie

---

<sup>11</sup> Zob. G. Yúdice, *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*, Durham: Duke University Press 2003.



uprzywilejowany środek przekazu. Jego miejsce wyznaczają nie tylko teksty stanowiące obiekt zainteresowania tradycyjnych badań nad filmem, ale i związane z filmem parateksty, do których w różnym stopniu docierają widzowie, samodzielnie negocjujący znaczenia poszczególnych obrazów. Jak pisze Nicholas Mirzoeff, „kultura wizualna stanowi taktykę negocjowania hiperwizualności codziennego życia w zdigitalizowanej globalnej kulturze przez wszystkich tych, którzy nie kontrolują dominujących środków produkcji wizualnej”<sup>12</sup>. Słowa Mirzoeffa można odnieść do przestrzeni przepływu obrazów między różnymi kontynentami, sposobami użycia i środkami przekazu. Skoncentruję się na tym ostatnim, uznając, że film coraz częściej staje się też zaledwie jednym z mediów do prezentacji bohaterów i historii przedstawianych także w innych mediach, czego dobrym przykładem może być opisanie przez Henry’ego Jenkinsa na przykładzie *Matriksa* opowiadanie transmedialne: przedstawianie fabularnej całości w rozbiciu na filmy fabularne, animacje, komiksy i gry komputerowe<sup>13</sup>.

Biorąc pod uwagę wprowadzający do innych studiów przypadku charakter tego rozdziału, z premedytacją sięgnę też po ramę teoretyczną, jaką wyznacza zaproponowany przez Mirzoeffa obszar transdyscyplinarnych studiów nad kulturą wizualną oraz pojęcie „wydarzenia wizualnego”. Dokonując tego wyboru, nie kierowałem się jednak przekonaniem o prymarnie wizualnym charakterze napięć pomiędzy grami i kinem – w dalszej części książki wskażę między innymi na wyraźne powiązania filmu z innymi elementami systemu rozrywkowego, które trudno byłoby analizować wyłącznie przez pryzmat

<sup>12</sup> N. Mirzoeff, *Podmiot kultury wizualnej*, tłum. M. Bryl, „Artium Quaestiones” 2006 (XVII), s. 251.

<sup>13</sup> Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAiP 2006, s. 93–129.

atrakcji wizualnych. Jednak w tym miejscu atutem wizualnej ramy jest możliwość zdystansowania się od arbitralnej – jak będę przekonywać w innych miejscach książki – kategorii „medium” i wszystkich łączonych z nią właściwości.

„Jako zdarzenie wizualne rozumiem interakcję znaku wizualnego, technologii umożliwiającej i podtrzymującej ten znak oraz odbiorcy” – pisze Mirzoeff<sup>14</sup>. Według niego wydarzenie wizualne ma miejsce na styku pomiędzy obrazem, medium i widzem. Taka perspektywa pozwala uwolnić się od dominującej roli właściwości analizowanego medium; tutaj medium stanowi tylko jeden z elementów triady. Z punktu widzenia założeń tego tekstu pojęcie wydarzenia wizualnego jest więc podwójnie przydatne – z jednej strony, odchodząc od materialnego wymiaru medium na rzecz jego dialogu z odbiorcą, przystaje do mojego postrzegania mediów nie jako osobnych bytów, lecz systemu naczyń połączonych i pozwala zbliżyć do siebie tak odmienne na wielu poziomach środki przekazu, jak kino i gry wideo; z drugiej – pozwala wyjść poza spekulacje na temat działań producentów filmowych (świadomie lub nie przenoszących do kina elementy gier) i włączyć do analizy także oczekiwania i interpretacje odbiorców. Wpisuje się to zresztą w zamierzenie Mirzoeffa, by wzbogacić formułę tradycyjnych *media studies* o elementy *cultural studies*, akcentujących rolę aktywnego użytkownika mediów. Przemiany kina – od epoki celuloidowej do epoki cyfrowej – oraz (co jest z tym ściśle związane) zmiany oczekiwań widzów opisywać więc będę bez akcentowania warstwy materialnej filmu, za to z uwzględnieniem relacji, w jakie wchodzą ze sobą różne powiązane spojrzeniem podmioty: oglądający i oglądani. Jedną stroną analizowanych tutaj zdarzeń wizualnych

---

<sup>14</sup> N. Mirzoeff: *Introduction to Visual Culture*, London: Routledge 1999, s. 13.

są więc kino i gry, drugą – ich odbiorcy, będący zarówno widzami, jak i graczami.

Zanim jednak zajmę się różnicami pomiędzy rolą użytkownika w kinie oraz grach i przejdę do krótkiego przeglądu zabiegów, którymi współczesne kino coraz częściej kusi widzów-graczy, poczynię jeszcze jedno zastrzeżenie. Omawiany tutaj wpływ gier na kino jest trudny do odseparowania od wpływu innych zjawisk, takich jak estetyka telewizyjnego *reality show* czy wspomnianego już wcześniej i związanego z sukcesem serwisów takich jak YouTube rozkwitu kina amatorskiego. Nie sposób udowodnić, które z wymienionych trendów oddziałują na kino najsilniej, które ulegają – by użyć pojęcia Davida Bordwella – „przelewaniu” (*spillover*)<sup>15</sup> największym strumieniem na jego, jakkolwiek umownie rozumiany, obszar. Zakładam jednak, że warto podejmować próby choćby częściowego opisu tego zjawiska.

### Przyjemność (iluzji) kontroli

Jak zmienia się podejście do filmu z perspektywy widza-gracza? Co dziś znaczy doświadczanie przyjemności płynącej z kina? Jakie obrazy prezentuje dziś kino i dlaczego?<sup>16</sup> Jak przyjemność przemieszcza się między mediami, pomiędzy którymi

<sup>15</sup> D. Bordwell, *Manhattan: Symphony of a Great City*, [online:] <http://www.davidbordwell.net/blog/?p=1709> [dostęp 10.01.2013].

<sup>16</sup> Próbując nakreślić odpowiedź na te pytania, świadomie dokonam tu pewnego uproszczenia: nie będę wnikał ani w samo, wielokrotnie krytykowane, pojęcie interaktywności (zob. L. Manovich: *Język nowych mediów...*, dz. cyt.; E. Aarseth: *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 1997), ani w rozważania na temat stopnia nieinteraktywności kina i interaktywności gier (można bowiem argumentować, że wiele gier oferuje mocno ograniczoną interaktywność – zabawne, ale określa się je wtedy interaktywnymi filmami; z kolei na poziomie semiotycznym wszystkie media są w pewnym sensie „interaktywne”).

coraz trudniej wyznaczyć precyzyjne granice? Jaka sieć powiązań łączy współczesne (inter)media? Rozważania nad estetyką intermedialną zapoczątkował w roku 1965 Dick Higgins, pisząc słynne słowa: „Wiele spośród najlepszych współczesnych prac wydaje się sytuować pomiędzy mediami”<sup>17</sup>. Kiedyś odnosiły się one do sztuki, dziś celnie diagnozują sytuację na polu zapośredniczonej przez media cyfrowe popkultury. Oczywiście hybrydalne formy w kinie są obecne od dawna i – jak pisze Petr Szczepanik – z kolizji różnych środków przekazu obie strony wychodzą zmienione: „Gdy jedna forma medialna przejmuje i przekształca strukturalne składniki innej, ukryte bądź zautomatyzowane składniki strukturalne obu mediów rozdzielają się. Tak powstaje nowa forma hybrydalna, odzwierciedlająca strukturalne cechy obu zderzających się ze sobą mediów”<sup>18</sup>. Pisząc o intermedialności w kinie, teoretycy najczęściej powołują się jednak na artystyczne kino Jeana-Luca Godarda czy Petera Greenawaya. Zbyt rzadko zwraca się jednak uwagę na intermedialność popularnego kina rozrywkowego.

Jak pisze Szczepanik, intermedia widoczne są w kinie na poziomie estetycznym, ale i diegetycznym. Autor wspomina też o „kinie nowych sztuczek” (*cinema of new tricks*) – widocznej w ostatnim ćwierćwieczu tendencji do wykorzystywania technologii cyfrowych i efektów specjalnych, która we współczesnym kinie znajduje ekstremalne rozwinięcie, sprawiając, że często większość elementów, które obserwujemy na ekranie, to obrazy modyfikowane komputerowo bądź takie, których scenografia w całości powstała „na komputerze” (tzw. *virtual backlot cinema*). Same komputerowo generowane efekty specjalne – obserwowane dziś nawet podczas telewizyjnej

---

<sup>17</sup> D. Higgins, *Intermedia*, „Leonardo” 2001, vol. 34, nr 1, s. 49.

<sup>18</sup> P. Szczepanik, *Intermediality and (Inter)media Reflexivity in Contemporary Cinema*, „Convergence” 2002, vol. 8, nr 4, s. 29.

transmisji „na żywo” z otwarcia igrzysk olimpijskich – to jednak zbyt mało, by mówić o fuzji kina i gier wideo. Gdzie jej szukać? Interesującym mnie wpływem gier na kino zajmował się w swojej cennej pionierskiej pracy Matteo Bittanti, proponujący pojęcie „filmu technoludycznego” (*technoludic film*), opisujące kino, które włącza do swojej narracji gry wideo: na poziomie komentarza, cytatu, adaptacji i remediacji (w dwóch pierwszych wypadkach gry są podporządkowane kinu, w pozostałych odwrotnie)<sup>19</sup>. Zakres analizy Bittantiego jest jednak bardzo rozległy, ponadto byłbym ostrożny w tworzeniu takich etykiet, uwzględniając uwarunkowania „wydarzenia wizualnego”, trzeba bowiem pamiętać, że „technoludyczne” są tylko konkretne filmy, co i interpretacje widzów, dostrzegających „technoludyczne” formy tam, gdzie mogą ich nie widzieć inni. Dlatego interesuje mnie węższy wycinek relacji kina i gier wideo – zabiegi, za pomocą których kino próbuje pokonać fundamentalne różnice dzielące je od interaktywnych gier.

Podstawowa różnica pomiędzy filmem a grami polega na tym, że gry – jak definiuje je Alexander Galloway – to medium oparte na działaniu<sup>20</sup>. O ile więc w kinie aktywność widza znajduje wyraz przede wszystkim na polu interpretacji, to gra musi być przez użytkownika konfigurowana, współtworzona, bez udziału gracza pozostaje tekstem potencjalnym, czekającym na aktualizację. Poczucie przyjemności w grach płynie w znacznej części ze sprawowania kontroli i silnie z nią związanego wrażenia „bycia tam”, pogłębianego właśnie poprzez związek między decyzjami podejmowanymi przez gracza

---

<sup>19</sup> M. Bittanti, *The Technoludic Cinema: Images of Video Games in Movies (1973–2001)*, [online:] [http://www.gamecareerguide.com/education/theses/20020501/bittanti\\_01.htm](http://www.gamecareerguide.com/education/theses/20020501/bittanti_01.htm) [dostęp 10.01.2010].

<sup>20</sup> A. Galloway, *Gaming. Essays on Algorithmic Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press 2006, s. 2.

a zachowaniami reprezentującej go postaci (awatara) na ekranie. Punkt widzenia widza filmowego to punkt widzenia kamery kierowanej przez kogoś innego; w grze gracz często nie tylko steruje postacią, ale i – w niewielkim stopniu tylko będąc ograniczonym przez uwarunkowania programu – kamerą<sup>21</sup>. Tym samym w grach różne punkty widzenia zostają połączone – gracz nie tylko ogląda wydarzenia jako widz (poziom odpowiadający doświadczeniu oglądania gry jako pewnej parafilmowej fabuły), ale jest też aktorem (a raczej postacią zanurzoną w diegezie); wreszcie łączy te dwa poziomy jako świadomy uczestnik zdarzenia wizualnego, doświadczając nietypowej dla mediów takich jak kino możliwości równoczesnego bycia po obydwu stronach ekranu, oglądania samego siebie.

Analizy funkcjonowania punktu widzenia w kinie i w grach stanowią bez wątpienia klucz do porównań tych mediów, bo w obydwu wypadkach mamy do czynienia z za pośrednictwem obrazu przez kamerę (w pierwszym wypadku prawdziwą, w drugim wirtualną). Jak już wspomniałem, w obydwu wypadkach kompetencje użytkownika są fundamentalnie różne. Rozwijając ten wątek, warto odwołać się do pracy *Narratology* Mieke Bal, poświęconej zmianie pojmowania pojęcia narracji (autorka koncentruje się na literaturze i teatrze). Zastanawiając się nad lukami w badaniach nad narracją, Bal wprowadza pojęcie *mise-en-scene*, odnoszące się do sceny teatralnej, ale i ogólniej – „środowiska bądź scenografii, w której coś się wydarza”, oraz szczególnie tu dla mnie interesującą koncepcję „fokalizacji”. Fokalizacja to „[...]

---

<sup>21</sup> Możliwość niezależnego od sterowania postacią wyboru punktu widzenia manifestuje się już w mechanizmach sterowania – w grach na komputery PC ruchami postaci często kieruje się z klawiatury, ustawienia kamery płynnie zmieniając myszką; na konsolowych gamepadach do tych zadań przypisane są dwie niezależne gałki.

związek pomiędzy obrazem a tym, co jest »widziane«, percypowane”<sup>22</sup>. Fokalizacja wprowadza rozróżnienie pomiędzy „tymi, którzy widzą” a „tymi, którzy mówią”, stanowi podkreślenie faktu, że widzenie zawsze jest subiektywne. Podmiotem focalizacji, „punktem, z którego obiekty są widziane”, jest focalizator<sup>23</sup>. Fokalizacja jest więc koncepcją bliską pojęciu punktu widzenia, które jednak w badaniach nad filmem może przyjmować inne znaczenia. W wypadku analizy związków kina i gier focalizacja może zyskać nowy wymiar – wprowadzając rozróżnienie na „tego, który widzi” (narrator) i „tego, który działa” (bohater fabuły). W grach obydwa rodzaje działań często łączą się w jedno, podczas gdy w kinie widza prowadzi kamera. W zagadnieniu focalizacji odnaleźć zatem można kluczowe napięcie obecne w grach, związane ze sferą reprezentacji i podobieństwa do filmu, a równocześnie kwestią wpływu na „aktorów” tego filmu, rozwój wydarzeń i ruchy kamery. Oczywiście to przełożenie na gracza części kompetencji twórcy zdarzenia wizualnego często negatywnie odbija się na fabule gier, która jest najczęściej krytykowanym elementem tego medium. Miernej jakości opowieść może jednak wskazywać nie na ułomność medium, ale na fakt, że klucz do jego specyfiki tkwi gdzie indziej – w poczuciu immersji, osiąganey nie tylko przez zabiegi narracyjne. Obserwując hollywoodzkie produkcje, w których fabuła często jest tylko pretekstem dla efektów specjalnych, można uznać, że i część dzieł filmowych podąża tym tropem. Wydaje się, że po filmach bawiących się zmianami focalizacji (czego doskonałym przykładem mogą być *Reservoir Dogs* [1992] i *Pulp Fiction* [1994] Quentina Tarantino, w których

<sup>22</sup> M. Bal, *Narratology. Introduction to the Theory of Narrative*, Toronto: University of Toronto 1997, s. 100.

<sup>23</sup> Tamże, s. 104.

te same zdarzenia prezentowane są kilkakrotnie, z różnych perspektyw), kino hollywoodzkie idzie w kierunku stwarzania złudzenia, że to widzowie decydują o tym, na czym koncentruje się kamera. Pomimo swojej interpasynośi film odchodzi od narracji i stara się przechodzić do działań performatywnych – lub wywołania możliwie najdoskonalszej ich iluzji, co potwierdzą przywołane w dalszej części tekstu przykłady. Widz nie słucha już opowiadanej przez twórców historii, nie identyfikuje się też wyłącznie z bohaterem, ale łączy w sobie ową identyfikację z utożsamieniem z rolą twórcy (to pozorowane oddanie części kompetencji autora tekstu jego odbiorcy jest oczywiście symulacją sytuacji znanej z mediów interaktywnych). Potwierdzałaby to teza stawiana przez Andrew Darleya: cyfrowe formy wizualne odchodzą od narracji, reprezentacji i znaczenia w stronę stylu, tworzenia/wykonywania obrazu (*image performance*) i wrażeń<sup>24</sup>. Według Darleya możemy mówić już o nowym widzu, bo kultura cyfrowa opiera się na obrazie pozbawionym głębi, w sensie odejścia od wielości znaczeń na rzecz przeżycia (na ile jest to zjawisko nowe, przeanalizuję w kolejnym rozdziale). W tym ujęciu hollywoodzka moda na nieudolnie prowadzoną, rozedrganą kamerę i coraz więcej bliskich planów czy wręcz ujęć z punktu widzenia kamery jawi się jako próba wywołania u widzów-graczy skojarzeń z grami, w której kamerą sterują amatorzy – oni sami.

### Filmo-gra – renesans obrazów-działań

---

W jednej z pierwszych prac teoretycznych na temat filmu, opublikowanej w roku 1916 książce *A Photoplay. A Psychological Study*, Hugo Münsterberg wywodził nowe medium

---

<sup>24</sup> Zob. A. Darley: *Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres*, London: Routledge 2000, s. 74.



od fotografii i teatru, zwracając jednak uwagę, że nową jakością kina jest „obiektywizacja” myśli na ekranie i w pewnym sensie wolność od ograniczeń rzeczywistości<sup>25</sup>. Blisko sto lat później film jest już jednak zupełnie czymś innym – a może raczej: w spojrzeniu na film do głosu coraz silniej dochodzą inne sposoby myślenia o medium. Nie jako o ożywionej fotografii (*photo-*), nie jako o następcy sztuki teatralnej (*-play*), lecz raczej jako o medium czerpiącym od swoich następców – telewizji i gier wideo. To jednak wciąż nie interaktywna rozgrywka, *gameplay*, lecz udający interaktywność *movie-play* – filmogra, medium rozdarte między przeszłością a przyszłością.

W swoich rozważaniach na temat kina Gilles Deleuze wprowadził (jako podkategorię „obrazu-ruchu”), kategorię „obrazu-działania”, odnoszącą się do sytuacji, w której widowie filmowi orientują się w wydarzeniach poprzez obserwowanie akcji. „To kamera, a nie dialog, wyjaśnia, dlaczego bohater *Okna na podwórze* ma złamaną nogę (fotografie samochodu wyścigowego, w pokoju rozbitý aparat fotograficzny)”<sup>26</sup>. Deleuze, przyglądając się historii kina, zauważał jednak kryzys tej „wrażeńiowej”, opartej na kliszach kategorii, oceniając go zresztą pozytywnie i widząc w nim szansę na rozwój kina obrazów „poza ruch”<sup>27</sup>. Ścieżkami rozwoju mają być między innymi parodia, dystans lub eksperyment, rozumiany jako zerwanie z tradycją. Czy jednak w takim myśleniu Deleuze nie jest skażony niepotrzebnym intelektualizmem? Czy kryzys nie jest problemem patrzącego, a odpowiedzią na wątpliwości Deleuze’a nie jest przeciwieństwo jego sugestii: nie zdystansowane spojrzenie,

<sup>25</sup> Zob. H. Münsterberg, *Dramat kinowy. Studium psychologiczne*, przeł. A. Helman, Łódź: Łódzki Dom Kultury 1989.

<sup>26</sup> Zob. G. Deleuze, *Kino. 1. Obraz-ruch. 2. Obraz-czas*, przeł. J. Margański, Gdańsk: słowo/obraz terytoria 2008, s. 213.

<sup>27</sup> Tamże, s. 215.

lecz więcej zanurzenia i uczestnictwa, które łączą film z grami, ale też – co pokażę niebawem – wcale nie muszą oznaczać zerwania z tradycją kina? Kino jako zdarzenie wizualne, którego współtwórcami są widzowie-gracze, nie jest bowiem kinem dla umysłu, kontemplacji i analiz, lecz jest właśnie kinem dla ciała – renesansem „obrazów-działań”. W Deleuzjańskim projekcie pojawia się jednak element, który – porzucając wartościowanie (kryzys czy renesans) – jest dla mnie przydatny: dotyka reakcji behawioralnych, zajmuje się tym, jak sztuczny obraz zostaje ożywiony działaniem i jak oddziałuje na życie. Deleuze wskazuje też na kłopotliwość relacji pomiędzy sztucznym obrazem a rzeczywistością czy też, zmieniając nieco aparat pojęciowy: dotyka kwestii symulacji i immersji.

To poczucie komunikowania przez działanie, zanurzenie w obrazach i uczestnictwo w akcji uzyskiwane jest dziś w kinie na różne sposoby. Na potrzeby tego tekstu podzielę je na następujące obszary: *movie rides* – odwołując się do kategorii łączącej w sobie zabiegi formalne i tematyzację gry na poziomie diegezy, hybrydyzację technologiczną oraz tematyzację poprzez parateksty.

### Immersja w kinie – *movie ride*

Ważnym pojęciem<sup>28</sup> z obszaru zabiegów formalnych – choć nie tylko – zbliżających film do gier jest termin *movie ride*

---

<sup>28</sup> Dla określenia pozycji kina w kulturze znaczące wydaje mi się śledzenie pojęć wykorzystywanych dziś do jego opisu (nawiązuję tu do zaproponowanej przez Mieke Bal metodologii podróżujących pojęć (*travelling concepts*). Pojęcia podróżują w czasie, przestrzeni, pomiędzy różnymi społecznościami akademickimi, ale też pomiędzy mediami, a także nauką i kulturą (zob. M. Bal: *Travelling Concepts in the Humanities. A Rough Guide*, Toronto: Toronto University Press 2002). Śledzenie pojęć pokazuje, skąd kino czerpie inspiracje – w tym ujęciu kino hollywoodzkie wydaje się dziś bliższe branży nowych technologii i bardzo szeroko rozumianej branży rozrywkowej niż kinu artystycznemu.

(występujący też w wersjach *ride film* lub *motion simulator*), który do prac teoretycznych „przywędrował” z żargonu producentów filmowych, gdzie opisywał produkcje, których kluczowym elementem są sekwencje wprowadzające widza w stan zbliżony do przejażdżki na rollercoasterze w parku tematycznym. Obraz z pędzącej w głąb ekranu kamery ma powodować u widza identyczną reakcję kinestetyczną jak podróż rozpędzonym wagonikiem kolejki – ściskanie poręczy fotela. Pojęcie *movie ride* pojawiło się pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku, co wydaje się o tyle istotne, że jest to również okres pojawienia się pierwszych domowych konsol do gier i – ogólniej rzecz biorąc – popularyzacji gier wideo. Pierwszym filmem, w którym dynamiczny ruch kamery w głąb kadru miał być świadomie zastosowany jako *movie ride* są *Gwiazdne wojny* George’a Lucasa z roku 1977, a dokładniej: scena ataku Rebeliantów na Gwiazdę Śmierci<sup>29</sup>. Jej podstawową część (uzupełnianą obrazami wydarzeń w centrum dowodzenia Rebelii i sytuacji na atakowanej stacji kosmicznej) stanowią ujęcia pokazujące walkę rebelianckich myśliwców z myśliwcami Imperium i systemami obronnymi Gwiazdy Śmierci. Część z nich to ujęcia z perspektywy Luke’a Skywalker’a – umieszczona „w kabinie” jego pojazdu kamera pokazuje szybko przesuwały się obraz Gwiazdy Śmierci, nad którą leci myśliwiec. W kadrze kilkakrotnie pojawia się obramowanie przedniej szyby myśliwca, pod którą widać pulpit sterowania; w innych przypadkach o tym, że to widok z perspektywy pilota, przypominają wystrzały laserów, wylatujące z narożników ekranu

---

<sup>29</sup> Zob. C. Balides: *Immersion in the Virtual Ornament: Contemporary movie ride Films*, w: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, red. H. Jenkins, D. Thorburn, Cambridge, MA: MIT Press 2004; N. Gabler, *Life: The Movie. How Entertainment Conquered Reality*, New York: Random House 2000, s. 18.

i trafiające w powierzchnię stacji kosmicznej lub w maszynę jej obrońców. Wydaje się, że *movie ride* było na początku – czyli właśnie pod koniec lat siedemdziesiątych – intuicyjną odpowiedzią kina na wyjątkowo silne poczucie immersji, jakie dawały swoim odbiorcom gry wideo, choć, czym zajmę się w dalszej części tekstu, w genealogii filmowego *movie ride* co najmniej równie istotną rolę odgrywają filmowe parki tematyczne. W tym miejscu skoncentrujemy się jednak na grach, w których poczucie immersji w znacznej części wynika z niemożliwej w kinie więzi między graczem a bohaterem gry, bo gracz ma bezpośredni wpływ na działania postaci (oczywiście nie zapominam w tym miejscu, że film posiada inne atuty). Dziś kino próbuje rekompensować swoje uwidocznione przez gry ograniczenia w tym zakresie, odwołując się do atutów takich jak wielki ekran i prezentowane na nim efekty specjalne.

Kluczowym zabiegiem formalnym nasuwającym u widza skojarzenie z grami jest więc wykorzystanie w kinie perspektywy „z punktu widzenia/oczu” postaci (ujęcia subiektywnego, tzw. *POV shot*). Jej użycie nie ogranicza się jednak do „efektu rollercoastera”. Domenico Quaranta, porównując *King Konga* z roku 1933 z remakiem Petera Jacksona z roku 2005 i zastanawiając się, dlaczego w nowszym filmie ikoniczny widok goryla spadającego z wieżowca został zastąpiony ujęciami przedstawiającymi perspektywę bohaterki, dochodzi do następującego wniosku: „Potrzeba doświadczenia fabuły od środka przewyciężyła nasze pragnienie identyfikacji z porażającą ikonografią”<sup>30</sup>. Ujęcie z perspektywy uczestnika wydarzeń rozgrywających się na ekranie – zrównanie punktu widzenia kamery-fokalizatora z punktem widzenia bohatera, ale i widza

---

<sup>30</sup> D. Quaranta, *Estetyka gry. Jak gry wideo zmieniają sztukę współczesną*, przeł. M. Filiciak, w: *Światy z pikseli*, red. M. Filiciak, Warszawa: Academica 2010, s. 230.

– wykorzystywane jest w kinie już od roku 1925 (*Go West* Bustersa Keatona, w którym punkt widzenia widza zrównano jednak nie ze spojrzeniem bohatera, ale atakującego go byka). Zdominowało też takie eksperymenty filmowe, jak *Lady in the Lake*, *Dark Passage* (1947) czy filmy dokumentalne Jorisa Ivensa. Jednak dopiero dziś, gdy jednym z elementów wizualnego równania został widz przyzwyczajony do spopularyzowanej przez gry komputerowe perspektywy „pierwszej osoby” (*first person perspective* – kamera jest umieszczona na wysokości oczu bohatera) – staje się jednym z kluczowych elementów estetyki kina. W przeszłości stosowanie w kinie *POV shots* służyło przede wszystkim wywołaniu poczucia dystansu, pokazaniu perspektywy „innego”, często w połączeniu ze zniekształceniami obrazu wskazującymi, że bohater jest pijany, znajduje się pod wpływem narkotyków lub że nie jest człowiekiem, a maszyną (słynny widok „z oczu” tytułowego bohatera filmu *Terminator*)<sup>31</sup>. Dziś jednak jest odwrotnie – nowe pokolenie widzów intuicyjnie identyfikuje się z takim spojrzeniem. Ciekawe też, że ujęciom z punktu widzenia postaci towarzyszą często w kinie współczesnym długie ujęcia, takie choćby jak w filmach *Słoń* Gusa van Santa (2003) czy *Blair Witch Project* (1999). Tego rodzaju zawieszenie dynamicznego montażu kojarzone jest przede wszystkim z odwołaniem do formuły dokumentu, ale trzeba podkreślić, że to także estetyka znana z gier. Podczas prezentowania świata gry niewiele jest cięć, bo zmiana punktu widzenia – zwłaszcza w chwili intensywnej akcji – niesie ryzyko dezorientacji gracza, który musi przecież w czasie rzeczywistym kontrolować swojego awatara. Według April Gailan Wei, właśnie tworzenie w filmie rodzaju środowiska do nawigacji i budowa poczucia kontroli połączonego z ruchem

<sup>31</sup> A.Galloway, dz. cyt., s. 46.

przestrzeni fizycznej – w filmach uzyskiwana między innymi właśnie przez stosowanie ujęć POV – jest alternatywą dla linearniej narracji i obok „bazodanowości” podstawowym pomostem łączącym film z formami typowymi (choć jak już wspominałem – nie unikalnymi) dla mediów cyfrowych<sup>32</sup>. Wei podąża oczywiście tropami wyeksponowanymi przez Lev Manovicha, który w *Języku nowych mediów* pisał: „Obserwując pierwszą dekadę nowych mediów – lata dziewięćdziesiątych XX wieku – możemy wskazać wiele obiektów egzemplifikujących możliwość stworzenia przez nowe media prawdziwie oryginalnych i niemających historycznych precedensów form estetycznych. [...] W grach takich jak *Doom* i *Myst* narracja i czas są sprowadzone do ruchu w trójwymiarowej przestrzeni – podążania przez pomieszczenia, poziomy, słowa. W odróżnieniu od współczesnej literatury, teatru i kina, które konstruowane są na podstawie psychologicznych napięć między bohaterami i ruchu w przestrzeni psychologicznej, gry komputerowe kierują nas ku pradawnym formom narracji, w których akcja rozwija się dzięki wędrowce przez przestrzeń głównego bohatera”<sup>33</sup>. Manovich celnie wskazuje na marginalizowaną obecność tego sposobu prowadzenia narracji już w starszych formach – zarówno filmowych, jak i prefilmowych; wylicza między innymi wesołe miasteczka i sceny lotu w filmach takich jak *2001: Odyseja kosmiczna* Kubricka (1968) czy wspomniane już *Gwiezdne wojny* Lucasa (1977). Wydaje się, że na poziomie współczesnego kina hollywoodzkiego ten sposób prezentacji wydarzeń zyskuje coraz większe znaczenie – jak pokazuje przykład *Słonia*, nie tylko w blockbustach.

---

<sup>32</sup> A. G. Wei, *Spatial Navigation and Narrative Construction Across Media*, [online:] <http://web.mit.edu/comm-forum/mit7/papers/Wei%20navigation%20and%20narrative.pdf> [dostęp 10.01.2013].

<sup>33</sup> L. Manovich, dz. cyt., s. 365, 367.

Wyjątkowo spektakularnym przykładem przeniesienia narracji pierwszoosobowej i stosowania długich ujęć znanych z gier do kina jest film *Cloverfield* Matta Reevesa (2008), w Polsce dystrybuowany jako *Projekt: Monster*. To historia ataku potwora na Nowy Jork, przedstawiona jednak w formie zapisu z kamery wideo uczestnika wydarzeń. Jak się okazuje, nie tylko kameralne produkcje, ale nawet film o potworze można zrealizować w oparciu wyłącznie o ujęcia subiektywne – *Cloverfield* dowodzi, że gatunek kojarzony z wielkim widowiskiem może się obywać bez szerokich planów. Pomysł formalny znajduje konsekwentne rozwinięcie w prowadzeniu opowieści – zastosowaniu tzw. ograniczonej narracji, a więc zrównaniu zakresu wiedzy widza na temat wydarzeń w filmie z wiedzą posiadaną przez bohatera (w tym wypadku dodatkowo zrównaną z tym, co widzi kamera). Potęguje to poczucie niepewności, ale też pogłębia więź widza z bohaterem i podtrzymuje wrażenie, że podobnie jak w grach zarówno postać filmowa, operator kamery, jak i widz to jedna i ta sama osoba. Symptomatyczne wydaje się, że *Cloverfield*, choć nie był typowany na przebój, odniósł zaskakująco dobre wyniki frekwencyjne. David Bordwell tak o nim pisał: „Film o potworach z nieznanymi aktorami, nie licząc napisów, trwający zaledwie 72 minuty, z budżetem na poziomie 25 milionów dolarów, to synonim bezwartościowego wypełniacza na okres zimowy w kinach. Z jedną poprawką – zarobił 46 milionów dolarów podczas czterodniowego weekendu i stał się najbardziej dochodowym filmem ze wszystkich, jakie kiedykolwiek miały premierę w styczniu. W tym wypadku litera B z określenia »film klasy B« oznacza »Blockbuster«<sup>34</sup>. Łącznie film ten zarobił ponad 170 milionów dolarów, wspomniane wcześniej *Blair Witch Project* – blisko 250 milionów. Oczywiście pieniądze nie

<sup>34</sup> D. Bordwell, *A Behemoth From the Dead Zone*, [online:] <http://www.davidbordwell.net/blog/?p=1844>, [dostęp 10.01.2013].

mogą być jedynym miernikiem nowych trendów w Hollywood, są jednak – zwłaszcza jeśli uwzględnimy mało znane nazwiska twórców i brak wielkich kampanii promocyjnych – pewnym wskaźnikiem ich spotkania z oczekiwaniami widowni. A widzowie czekają na obrazy zbliżające się do koncepcji filmo-gry poprzez (nad)używanie perspektywy pierwszej osoby.

*Movie ride* to jednak nie tylko efekty specjalne i rozwiązania formalne pogłębiające immersję – zanurzenie widza w świecie przedstawionym, jego fizyczne wręcz włączenie w prezentowane na ekranie działania dokonywać może się nie tylko na poziomie obrazu, lecz i fabuły (czy – jak pisał Manovich – nie tylko poprzez ruch w przestrzeni fizycznej, ale i psychologicznej). Constance Balides w tekście *Immersion in the Virtual Ornament: Contemporary „Movie Ride” Films* pisze: „Efekt immersji w kinie głównego nurtu [...] działa poprzez wyobrażone umieszczenie widza w świecie filmu, realizowane poprzez strategie tekstualne, takie jak ustawienie kamery dosłownie w pozycji postaci (ujęcie z punktu widzenia) lub w pozycji powiązanej z rzekomą perspektywą postaci, jak również najazdy kamery wykorzystujące efekty specjalne – tworzone przy użyciu drukarki optycznej i/lub grafiki komputerowej, sugerujące ruch w głąb obrazu”<sup>35</sup>. Pisząc o „umieszczeniu widza w świecie filmu”, Balides uwzględnia nie tylko techniki obrazowania, ale i specyficzne konstruowanie fabuły. Tym samym za *movie ride* uznaje nie tylko superprodukcje z rozbudowanymi efektami specjalnymi, ale też wykorzystujące podobne efekty filmy niekoncentrujące się na akcji, lecz tematyzujące kwestię immersji na zasadach zbliżonych do *movie*

---

<sup>35</sup> C. Balides, *Immersion in the Virtual Ornament: Contemporary movie ride Films*, w: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, red. H. Jenkins, D. Thorburn, Cambridge, MA: MIT Press 2004, s. 317.



*ride*. Najlepszym przykładem takiego filmu jest według niej *Gra* Davida Finchera.

*Gra* to historia o znudzonym pełnym sukcesów życiu biznesmenie, Nicolasie van Ortonie. Jego sukcesy dotyczą głównie sfery finansowej – życie osobiste van Ortona nie jest już tak udane. Rozwiodła się z nim żona, nie ma bliskich przyjaciół, ścigają go za to koszmary z dzieciństwa, które nie pozwalają mu zapomnieć, że jego ojciec popełnił samobójstwo, będąc dokładnie w tym samym wieku co on. Na urodziny van Orton otrzymuje od swojego brata, pytającego retorycznie: „Co można dać człowiekowi, który ma wszystko?”, zaproszenie do tajemniczej gry. Od tego momentu uładzone życie głównego bohatera przyspiesza: zaczynają go ścigać nieznani prześladowcy, a wszystko wskazuje na to, że gra jest w istocie oszustwem, mającym na celu pozbawienie go pieniędzy i – prawdopodobnie – życia. Narracja *Gry* jest budowana zgodnie z logiką parku rozrywki. Granica pomiędzy grą a życiem poza grą zostaje rozmyta – widz, dysponując taką samą wiedzą jak bohater, nie ma pojęcia, czy kolejne wydarzenia są jeszcze elementem gry, czy sytuacja wymknęła się już spod kontroli. Szczególnie dramatyczny finał, w którym pokonany bohater próbuje popełnić samobójstwo i rzuca się z wieżowca, okazuje się kolejnym elementem wyreżyserowanej zabawy – chcąc odebrać sobie życie, van Orton w istocie wykonuje tylko najbardziej spektakularny efekt specjalny w filmie. Rozbija szybę w dachu niższego budynku, by bezpiecznie wpaść na pompowaną poduszkę leżącą na podłodze salonu, w którym odbywa się urodzinowe przyjęcie na jego cześć. Fincher stworzył więc film z kategorii *movie ride*, posuwając się znacznie dalej niż do oddziaływania na zmysły (choć takich elementów również nie brak w *Grze*, na przykład w scenie, gdy samochód z bohaterem wpada do wody). Wrażenie zanurzenia w świecie

przedstawionym zostaje pogłębione przez scenariusz, który umiejętnie zaburza „bezpieczną” granicę pomiędzy grą a sytuacjami, w których jej reguły nie obowiązują. To sytuacja analogiczna do sytuacji widza, który zdaje sobie sprawę, iż siedzi w bezpiecznym kinie, ale równocześnie przychodzi tam, by poczuć – w jak najbardziej dosłownym sensie – dreszcz emocji związany z tym, co pokazywane jest na ekranie. Efekt – choć realizowany innymi środkami – jest zbliżony do tego, jaki dzięki możliwości oddania kontroli nad bohaterem osiągają twórcy gier wideo (każdy, kto widział gracza kierującego sceną pościgu, wie, o co chodzi: podobno gracze dzielą się na tych, którzy na zakrętach przechylają kontroler i tych, którzy przechylają tułów; wypadki, w których osoba obsługująca grę nie reaguje fizycznie na ruch na ekranie, należą do rzadkości). Pomimo świadomości, że siedzimy przed ekranem, pozwalamy oszukać swoje zmysły.

Produkcje, w których element *movie ride* realizowany jest poprzez konstrukcję scenariusza, Thomas Elsaesser nazywa *mind-game films* – filmami-łamigłówkami (już same nazwy tych kategorii dostarczają ciekawego materiału dla rozważań na temat powiązań kina z innymi elementami systemu rozrywkowego – pierwsza nawiązuje do parków rozrywki, druga do gier). Co wchodzi w skład tej kategorii? „Obejmuje ona filmy, które »prowadzą gry«, i to na dwóch poziomach: są filmami, w których prowadzone są gry z postacią niewiedzącą o tym lub niewiedzącą, kto prowadzi grę (zazwyczaj bardzo okrutną, czasem nawet śmiertelną). [...] To także filmy, w których prowadzi się gry z widownią: jej także odmawia się dostępu do kluczowych informacji lub przedstawia się je w dwuznaczny sposób. [...] Inne obrazy reprezentujące tendencję *mind-game* kładą nacisk na »umysł« (*mind*): ich bohaterowie znajdują się w ekstremalnej, niestabilnej lub patologicznej kondycji

psychicznej. Nie są jednak przedstawiani jako studia przypadku – ich sposób widzenia, interakcji z innymi postaciami, ich »bycie w świecie« jest pokazywane jako normalne. Takie filmy raz jeszcze »grają« z percepcją rzeczywistości publiczności (i postaci): zmuszają do wybierania z równie wiarygodnych, lecz zupełnie niekompatybilnych ze sobą »rzeczywistości« czy »multiwersów«<sup>36</sup>. Elsaesser wpisuje tę kategorię w ramy aktualnego kryzysu relacji między kinem i widzem (bliskiego tematowi tego rozdziału), ale również w rozwinięte w dalszej części książki zagadnienie rozwidlających się ścieżek w historii kina – przypomina, że podobne zabiegi w kinie stosowano sto lat temu, podając przykład choćby detektywistycznych niemieckich filmów w reżyserii Joe Maya. Zrealizowane w roku 1913 „Preisrätselfilme” zawierały wskazówki dla widzów, ale kryminalne historie nigdy nie były rozwiązywane, ostateczne rozstrzygnięcia pozostawiano publiczności. Ci, którzy odgadli prawidłowo, otrzymywali nagrody<sup>37</sup>. Oczywiście elementy gry wprowadzano też w innych mediach mechanicznych (przykładem mogą być na przykład produkowane od lat trzydziestych płyty winylowe z nawet kilkunastoma równoległymi nacinanymi rowkami, z ich użyciem tworzone nagrania takie jak przeznaczona dla dzieci gra-relacja z wyścigów konnych, których rozstrzygnięcie ze względu na losowy charakter medium – słuchacz nie miał kontroli nad tym, która z równoległe nagranych, różniących się tylko zakończeniem

<sup>36</sup> T. Elsaesser, *The Mind Game Film*, w: *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, red. W. Buckland, Chichester: Wiley-Blackwell 2009, s. 14–15.

<sup>37</sup> Więcej informacji nt. „Preisrätselfilme”, z których żaden nie zachował się do czasów obecnych, można znaleźć w opracowaniu Rudmery Canjelsa, *Distributing Silent Film Serials. Local Practices, Changing Forms, Cultural Transformation*, New York: Routledge 2011, s. 27–28.

ścieżek była odtwarzana – nie było powtarzalne)<sup>38</sup>. Podważa to dość popularne dziś przekonanie, że elementy zaburzania linearnej narracji i nadawania jej struktury bazy danych są innowacją wprowadzoną przez media cyfrowe.

Takie przekraczanie granic medium ma istotny wpływ na atrakcyjność widowiska dla widza, który chce być zaskakiwany – przychodząc do kina na superprodukcję, chce ulec iluzji, że nie ogląda filmu i że znajduje się w ryzykownej sytuacji, podobnie jak widz horroru, który czerpie przyjemność z przeżywania strachu w całkowicie bezpiecznych warunkach. Tutaj jednak strach zostaje pogłębiony reakcjami kinestetycznymi – siedząc w nieruchomym fotelu, równocześnie z niebezpiecznie dużą prędkością pędzimy przed siebie w głąb ekranu. I choć sprowadzenie istoty wielu filmów do kategorii *movie ride* może być dla nich krzywdzące, to równocześnie stanowi wytłumaczenie dla niedostatków fabuły, braku odpowiedniej motywacji podejmowanych przez bohaterów decyzji czy trywialnego kopiowania wielokrotnie już prezentowanych w kinie motywów. Wszystkie te czynniki stanowią zaledwie pretekst dla uwiedzenia zmysłów widza i zabrania go na szaloną przejażdżkę. To kino przede wszystkim dla ciała, nie umysłu – a przy tym kino otwierające atrakcyjne perspektywy dla studiów filmowych dysponujących zaawansowanym zapleczem technologicznym. „O ile kinofilia lat sześćdziesiątych była związana z krytyką uprawianą przez reżyserów-autorów i z inteligencją nowojorską, we współczesnej kinofilii ważnym wątkiem jest zainteresowanie, jakie amatorzy okazują detalom technicznym – zwłaszcza uporczywe przypatrywanie się przez miłośników filmu technologiom efektów specjalnych” – pisze

---

<sup>38</sup> Więcej o takich płytach: A. Kempa, *Fate as DJ: Paralell Grooves*, [online:] <http://www.kempa.com/2004/02/26/fate-as-the-dj-parallel-grooves/> [dostęp 10.01.2013].

Balides<sup>39</sup>. Fabuła może (jak w przypadku *Gry Finchera*) pogłębić immersję widza, jednak wiele filmów *movie ride* nie posuwa się tak daleko. Zresztą ewolucja tej kategorii kina trwa nadal – jej przykładem jest film *Crank* (*Adrenalina*, 2006) w reżyserii Marka Neveldine’a i Briana Taylora (którzy zanim stanęli za kamerą, zajmowali się – co znaczące – popisami kaskaderskimi i efektami specjalnymi); film, który stanowi najpełniejszą jak do tej pory fuzję kina i gier komputerowych, przez niektórych amerykańskich krytyków nazwaną, pewnie niezbyt elegancko, „kinem ADHD”.

*Crank* opowiada historię płatnego zabójcy, któremu podczas snu zostaje podana wyrafinowana trucizna, spowolniająca działanie serca i prowadząca do stopniowej śmierci świadomego zagrożenia bohatera. Informacja o truciźnie dociera do niego już na początku filmu: kiedy z potwornym bólem głowy budzi się w swoim pokoju, znajduje płytę DVD, na której jego prześladowca nagrał film. Przedstawia on zaaplikowanie truciźny śpiącemu bohaterowi, który widzi też, jak napastnicy pastwią się nad jego nieruchomym ciałem. Oglądając to, bohater wpada w szal i demoluje sprzęt, z którego odtwarza nagranie, a nagły przypływ adrenaliny okazuje się na chwilę neutralizować działanie zabójczego preparatu. Zawiązanie fabuły stanowi wstęp do prawdziwej orgii zniszczenia: skoro bohatera może ocalić jedynie nieustanny przypływ adrenaliny, scenarzyści znaleźli uzasadnienie dla dynamicznego kolażu scen pościgów, walki i seksu. Całość, poprzez sposób prowadzenia kamery „gubiącej” chwilami sylwetkę bohatera i pokazującej na przykład wyłącznie jego nogi (co przywołuje ewidentnie gry wideo, a dokładniej – będący często utrapieniem graczy niedopracowany algorytm oprogramowania), stylizowana jest na grę *Grand Theft Auto*, jednak relacja kino – gry jest tu również

<sup>39</sup> C. Balides, dz. cyt., s. 324.

tematem samym w sobie. Otwierając film scenę można wręcz potraktować jako ilustrację frustracji gracza oglądającego film: oglądający nagranie na DVD bohater wpada w furję, bo widzi, jak dręczona jest postać, z którą się identyfikuje, ale na podejmowane przez nią działania nie ma to żadnego wpływu. Zniszczenie wielkiego ekranu i odtwarzacza DVD jest tu więc symboliczną zapowiedzią nadejścia kina, które lepiej uwzględnia oczekiwania graczy – tak jak obraz, który widzowie oglądają po tej scenie. Bardzo podobny do filmu *Crank* jest film *Shoot'em Up* Michaela Davisa z roku 2007, który zresztą już w tytule odwołuje się do gier, ale też nieco bardziej subtelny *Drive* Nicolasa Windinga Refna (2011), w którym odwołania do *Grand Theft Auto* można znaleźć w konstrukcji scenariusza (bohater wykonuje następujące po sobie misje), postaci głównego bohatera (przestępca-mistrza kierownicy) czy stylistyce. Tematyzacja relacji kino – gry nie dotyczy oczywiście jedynie najnowszych produkcji – da się zauważyć, tyle że w mniej oczywistej postaci, już w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia.

W ten sposób można potraktować choćby komedię *Dzień świstaka* w reżyserii Harolda Ramisa z 1993 roku, która pokazała, że uważany za podstawowy problem dla tworzenia interesujących opowieści w grach (powtarzalność działań gracza, który wielokrotnie próbuje pokonać te same przeszkody, zanim mu się to wreszcie uda) można wykorzystać jako podstawę interesującej opowieści filmowej. Ten schemat – który David Bordwell określa mianem „narracji o rozwidlających się ścieżkach” (*forking path narrative*)<sup>40</sup> – powtórzył, o czym wspominałem już wcześniej, film *Biegnij, Lola, biegnij*. Kolejnym przykładem tematyzacji gry jest *Być jak John*

---

<sup>40</sup> D. Bordwell, *Film Futures*, „SubStance” 2002, vol. 31, nr 1, s. 88–104.

*Malkovich* Spike’a Jonze’a (1999), opowiadający historię lalkarza, który znalazł portal prowadzący do głowy słynnego aktora. Pozwala on przez kwadrans widzieć, słyszeć i czuć to samo co *Malkovich*. Widz-gracz może potraktować to wydarzenie wizualne jako formę pośrednią między kinem a grą, kierującą swój przekaz do odbiorcy w sposób sugerujący, że to nie tyle film, co obraz pokazujący grę „w *Johna Malkovicha*”, a równocześnie odsłaniający ograniczenia kina (bohaterowie, choć mogą wejść w głowę *Malkovicha*, nie mogą w bezpośredni sposób wpływać na działania aktora). W przytaczanych tu przykładach celowo nie sięgam po kino eksperymentalne, choć i w nim nie brak dobrych przykładów (jak choćby animowana produkcja *We are the strange* w reżyserii M. dot Strange, którą rozpoczyna wzorowana na grach scena „wyboru postaci” – wybrana zostaje kamera, co sugeruje, że nie tyle oglądamy film, co gramy w grę, lecz świadomie wybraliśmy w niej rolę biernego widza).

### Hybrydyzacja technologiczna – machinima i interaktywne filmy

Zrównanie perspektywy widza filmowego i gracza dokonuje się też w machinimie – filmach animowanych tworzonych z wykorzystaniem gier komputerowych<sup>41</sup>. Medium to powstało, gdy sami gracze zauważyli, iż podczas rozgrywki tworzą w pewnym sensie filmy. Jak powstaje machinima?

<sup>41</sup> Zob. *The Machinima Reader*, red. H. Lowood, M. Nitsche, Cambridge, MA: MIT Press, 2011; H. Lowood, *High-Performance Play: The Making of Machinima*, w: *Videogames and Art: Intersections and Interactions*, red. A. Clarke, G. Mitchell, Chicago: University of Chicago Press 2007; M. Nitsche, *Claiming Its Space: Machinima*, w: *Dichtung Digital: New Perspectives on Digital Literature. Criticism and Analysis*, red. A. Ensslin, A. Bell, [online:] <http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/2007/Nitsche/nitsche.htm> [dostęp 10.01.2013].

Podstawową metodą (choć niejedyną, zwłaszcza odkąd udostępniono potężne narzędzie do tworzenia machinim, aplikację Source Filmmaker) jest nagrywanie przez graczy materiału z gry (często ze zmodyfikowaną scenografią i wyglądem postaci), w którym albo różni gracze sterują różnymi postaciami-aktorami (w wypadku wieloosobowych gier sieciowych, na przykład z serii *Quake* czy *Unreal Tournament*, ale i *World of Warcraft*), albo steruje nimi gra na podstawie stworzonego przez gracza algorytmu (w grach dla jednego gracza, takich jak *The Movies* czy *The Sims 2*). Animacja tworzona jest w czasie rzeczywistym na wirtualnym planie filmowym, którym jest trójwymiarowe środowisko gry (co nie wyklucza oczywiście montażu ani postprodukcji). Fokalizatorem jest więc gracz albo kierowana przez niego postać – ich spojrzenie jest tożsame z punktem widzenia kamery. Zasada ta działa również w drugim kierunku: widz filmu zrealizowanego techniką machinimy przyjmuje perspektywę gracza. Redefinicji podlega także sama gra, której celem nie jest pokonanie maszyny czy przeciwnika, ale stworzenie filmu. Ponownie zamienione zostają role między mediami. Gra staje się zabawą w kino, z tym że znów to nowsze medium okazuje swoją wyższość (widz filmowy może być tylko widzem, gracz – nie tylko widzem, ale i twórcą filmu).

Warto jednak dodać, że machinima, z wyłączeniem prostych produkcji powstających w oparciu o gry z serii *Sims* i *The Movies*, choć obniża próg wejścia dla twórców animacji 3D, to wciąż pozostaje na poziomie niedostępnym dla większości „zwykłych” użytkowników<sup>42</sup>. Można ją równie dobrze

---

<sup>42</sup> Trzeba jednak dodać, że innym zjawiskiem opartym na machinimie i zyskującym coraz większą popularność są „transmisje” z rozgrywek wieloosobowych lub po prostu nagrania tworzone podczas grania w grę. Internetowa popularność materiałów tego typu i łatwość ich produkcji sprawia-



postrzegać nie jako proste w użyciu i niewymagające zaawansowanego sprzętu medium (co jak już wspomniałem, nie do końca jest prawdą – wymaga bowiem sprzętu, czasu i pracy), demokratyzujące trójwymiarową animację, lecz jako technikę pozwalającą opowiadać poprzez fabuły i filmy dokumentalne o funkcjonowaniu graczy online, z użyciem adekwatnych do tego „sieciowych” środków<sup>43</sup>. Wątek ten akcentuje Robert Jones, pisząc: „Machinima jako forma sztuki nie powstała w środowisku filmowców poszukujących nowszych i tańszych form animacji. Przeciwnie – narodziła się jako nowy sposób ćwiczenia się graczy w kontrolowaniu technologii. Podobnie jak w wypadku motywacji wczesnych członków demosceny – wycinka kultury hakerskiej, poświęconego zmianie grafiki ekranów startowych oprogramowania w celu pokazania, że zostało ono zhakowane i jest dostępne dla tych, którzy je ściągną – umiejętność zarejestrowania rozgrywki i dzielenia jej z innymi w celu pokazania swojej cyfrowej zręczności służyła jako gest w silnie konkurencyjnej przestrzeni. Te akty *high-performance play* (»gry na najwyższym poziomie«), dokonywane przede wszystkim przez mężczyzn silnie związanych z kulturą komputerową, wskazują, że od początku określanie machinimy mianem siły demokratyzującej może być problematyczne. Uprzywilejowana natura tego typu produkcji – twórcy są doskonale wykształceni i dysponują środkami umożliwiającymi dostęp do drogich technologii – rodzi poważne pytania, czy machinimę można postrzegać jako wyzwalającą i upodmiotowiającą. Innymi słowy, demografię twórców machinimy trudno nazwać

---

ją, że Neal Pollack nazywa je z pewną emfazą „przyszłością telewizji”. Zob. N. Pollack, *You Are Watching Machinima, the Future of TV*, „Wired”, [online:] <http://www.wired.com/gamelife/2013/02/ff-you-are-watching-machinima/all> [dostęp 12.02.13].

<sup>43</sup> Por. R. Nideffer, *Eight Questions (and Answers) about Machinima*, „Journal of Visual Culture” 2011, nr 10, s. 66–73.

reprezentatywną dla wykluczonych grup, potrzebujących szerokiego dostępu do kanałów komunikacji”<sup>44</sup>. Jones wskazuje, że często przywoływany przykład produkcji *French Democracy*<sup>45</sup>, wskazujący na machinimę jako środek ekspresji dla wykluczonych, jest wyjątkowy, bo choć od premiery tej animacji upłynęło już kilka lat, trudno znaleźć inny odpowiednik takich użyć machinimy – zarówno jeśli chodzi o postać twórcy i jego polityczne motywacje, jak i skalę obecności w głównym nurcie popkultury. Można też dodać, że machinimy coraz częściej funkcjonują jako przedłużenie świata konkretnych gier i same logiką „wyzwań” z gier (często kontrolowanych przez producentów) się rządzą – tezę tę zdają się potwierdzać też na przykład zadania, jakie przed społecznością twórców machinimy skupioną wokół aplikacji Open Source Filmmaker wyznaczają jej twórcy. Przykładem jest zorganizowany z okazji premiery fanowskiej produkcji *Black Mesa* (modyfikacji gry, odtwarzającej z użyciem nowego oprogramowania klasyczną grę *Half-Life*) „Critter Week”, zachęcający filmowców do tworzenia machinim korzystających z motywów zaczerpniętych z tego projektu<sup>46</sup>. Dlatego zjawisko machinimy ma tu dla mnie wymiar przede wszystkim symboliczny – trudno oczekiwać, by kiedykolwiek był to popularny sposób tworzenia filmów, choć w pewien sposób przenosi modę na „uspołecznione” wideo, tworzone przeważnie przez amatorów i rozpowszechniane w internecie, często z wykorzystaniem gotowych elementów z produkcji komercyjnych, w obręb animacji komputerowej.

---

<sup>44</sup> R. Jones, *Does Machinima Really Democratize?*, „Journal of Visual Culture” 2011, nr 10, s. 60–61.

<sup>45</sup> Opisuję go w swojej książce *Wirtualny plac zabaw* (Warszawa: WAiP 2006), s. 165.

<sup>46</sup> Zob. *Critter Week!*, [online:] <http://steamcommunity.com/groups/OpenSourceFilmmaker/discussions/11/864945865064249974/?tscn=1347826253> [dostęp 10.01.2013].

Machinima stanowi jednak przede wszystkim kolejny przykład zmiany układu sił pomiędzy wydarzeniami wizualnymi, które kończą (jak kino) lub zaczynają (jak gry) rządzić wyobraźnią tych uczestników współczesnej popkultury, których określam tutaj mianem widzów-graczy.

Odrębnym przypadkiem są interaktywne filmy – choć to kategoria niezwykle szeroka, obejmująca zarówno płyty DVD z produkcjami umożliwiającymi widzowi wpływ na kształt odtwarzanego dzieła (w różnym zakresie – na przykład w wypadku *Timecode* Mike’a Figgisa widz może „montować” dźwięk, wybierając, który z przedstawianych równolegle na podzielonym ekranie elementów diegezy będzie słyszalny; w wypadku filmów-eksperymentów takich jak *Late Fragment* ta ingerencja może sięgać dalej, dotycząc uruchamiania alternatywnych scen – wątkiem tym zajmę się dalej), jak i gry eksponujące swoje powiązania z filmem. Do takich produkcji można zaliczyć bez wątpienia tytuły, których przygotowaniem kierował David Cage – na przykład *Fahrenheit*, *Heavy Rain* czy najnowszy *BEYOND: Two Souls*, którego zapowiedź prezentowano w ramach oficjalnej selekcji festiwalu filmowego Tribeca.

W jaki sposób zacierają one granice między grą a filmem? We wprowadzeniu do *Fahrenheita*, tzw. tutorialu, w którym gracz uczy się obsługi programu, postać przedstawiająca się jako scenarzysta i reżyser tej produkcji, David Cage, przekazuje instrukcje, jak sterować manekinem o imieniu Bob. Nie ma wątpliwości, że twórcy chcą, aby gracz poczuł, iż bierze udział w „interaktywnym dramacie”. Podkreślają to takie detale, jak choćby zastąpienie tradycyjnej opcji „nowa gra” napisem „nowy film” oraz podpisanie wstępu do gry jako „pierwszy dzień zdjęć”. *Fahrenheit* to gra przygodowa na poziomie fabuły niezwiązana w żaden sposób ze światem kina, choć

oczywiście jak w wypadku większości gier wideo nietrudno wskazać gatunkowe nawiązania do filmu (w tym wypadku byłby to kryminał). Wprowadzenie do gry bierze wszystkie wysiłki gracza w pewien cudzysłów – ten tytuł wprost odwołuje się do kina, „udaje film”. Wrażenie to potęgują techniki obrazowania, takie jak choćby pojawiające się w trakcie rozgrywki multiplikacje ekranów, wywołujące u gracza jednoznaczne skojarzenia z filmem i przy okazji takiego rozbicia konwencji gry nieco utrudniające kontrolę nad programem. Pojawiają się też retrospekcje, w trakcie których obraz stylizowany jest na starą taśmę filmową (słychać nawet odgłos pracy projektora) i – co w grach wideo pojawia się niezbyt często – zmieniają się punkty widzenia: kierujemy głównym bohaterem, ale i tropiąc go parą detektywów. Choć gracz, identyfikujący się z zaplątanym w sprawę morderstwa powiązanego z tajemniczą sektą Lucasem Kane’em, ma niemal pełną kontrolę nad ruchami postaci, to wrażenie immersji, zanurzenia w diegezie, jakie wywołuje ten tytuł, zawdzięcza głównie technikom filmowym – tak wyrażnym, że ma się wrażenie, iż twórcy celowo „przypominają” odbiorcy o analogiach do filmu. Ta gra nie udaje, że jest czymś więcej niż interaktywnym filmem. Przeciwnie: zdaje się tuszować swą ludyczność i podkreślać filmowość. Nie dotyczy to tylko *Fahrenheit’a*.

Początki historii gier wideo są silnie związane z kinem. Pierwotnie był to zabieg marketingowy – producenci korzystali z silnej „marki” filmów, przywołując elementy znanych konsumentom z dużego ekranu fabuł czy bohaterów. Gdy tylko za sprawą postępu technologicznego (głównie pojawienia się w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych nośnika CD-ROM, który umożliwił włączenie do gier sekwencji filmowych i dźwięku wysokiej jakości) gry ruszyły w stronę „interaktywnego kina”, potwierdziły swoje związki z tym medium

i to, że czerpią z dorobku sztuki filmowej nie tylko na poziomie marketingowym, ale i estetycznym. Jak piszą Grusin i Bolter: „Fakt, że kino jest starsze od gier o 100 lat, zapewnił mu repertuar technik wizualnych, które gry chcą w istocie przejąć. Długowieczność filmu daje mu też tradycję zbiorowego doświadczenia społecznego, do którego miłośnicy kina mogą się odwołać”<sup>47</sup>. O wykorzystywaniu języka kina przez gry – zwłaszcza od momentu, gdy rozwój grafiki komputerowej umożliwił wprowadzenie do nich dynamicznej kamery – wspomina też Lev Manovich: „Kino, najważniejszy gatunek kultury XX wieku, odnalazło się na nowo jako zestaw narzędzi dla użytkowników komputerów. [...] To, co kiedyś było kinem, teraz jest interfejsem człowiek-komputer”<sup>48</sup>. Gry jako medium o nieporównanie mniejszej od kina tradycji czerpią z jego rozwiązań narracyjnych i estetycznych, wykorzystując fakt, że gracze znają język kina. Wszak film od wielu lat pełni rolę jednego z podstawowych „interfejsów” współczesnej kultury, nie tylko jako środek przekazu, ale też źródło konwencji obrazowania obecnych w innych mediach.

Równoległe do „pasożytowania” gier na estetyce kina zaczęła następować stopniowa zamiana ról tych mediów w krajobrazie współczesnej kultury. Już w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych, po setkach nawiązujących do filmów gier, zaczęły pojawiać się pierwsze produkcje filmowe oparte na motywach gier – jak *Super Mario Bros* czy *Mortal Kombat*. Zwieńczeniem tego trendu wydawało się wykreowanie całej marki popkulturowej dzięki ekranizacji serii gier *Tomb Raider*, jednak nowe pokolenie twórców filmowych posunęło się jeszcze dalej, czego najlepszym

<sup>47</sup> J. D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press 2000, s. 219.

<sup>48</sup> L. Manovich, dz. cyt., s. 167.

przykładem jest *Matrix* braci Wachowskich. W książce *Kultura konwergencji* Henry Jenkins opisuje *Matrixa* jako przykład opowiadania transmedialnego, w którym twórca zakłada, że widz filmu „odrobi zadanie domowe” i dotrze do informacji dystrybuowanych za pośrednictwem innych mediów – w tym gier. „*Matrix* to rozrywka doby konwergencji mediów – integruje niezliczone teksty kultury, by stworzyć opowieść tak wielką, że nie zmieściłaby się w jednym tylko środku przekazu. Bracia Wachowscy doskonale znali zasady gry transmedialnej, pokazując najpierw oryginalny film, aby rozbudzić zainteresowanie, oferując kilka komiksów w sieci, aby zaspokoić apetyt na informacje u najbardziej zagorzałych fanów, wypuszczając anime w oczekiwaniu na drugi film i równocześnie sprzedając grę komputerową, by utrzymać rozgłos. Doprowadzili cykl do ostatecznego rozwiązania w trzeciej części, *Matrix Rewolucje*, a potem udostępnili całą mitologię użytkownikom masowej gry sieciowej. Na każdym kroku korzystali z tego, co pojawiło się wcześniej, oferując jednocześnie nowe punkty dostępu do marki”<sup>49</sup>. Gry stały się więc nie tylko elementem promocji, ale też nowym kanałem prowadzenia narracji – opowiedzenia fabuły, która nie jest już zakotwiczona w jednym produkcie, lecz równomiernie eksploatuje wiele środków przekazu. Wachowscy, jawnie inspirując się podobnymi praktykami z japońskiej popkultury, w twórczy sposób wykorzystali konstatację, że kino jest dziś tylko jednym z wielu pośredników łączących człowieka z kulturą. To zresztą według Jenkinsa jeden z powodów rozczarowania, z jakim przyjęto drugą i trzecią część filmu – twórcy założyli, że widzowie śledzą wszystkie media, w których prowadzona

---

<sup>49</sup> H. Jenkins, dz. cyt.

jest narracja. Ci, którzy tego nie zrobili (a była ich większość), mogli odebrać niektóre wątki jako nielogiczne, a ilość czasu poświęconego choćby wykorzystanym jako bohaterowie gry *Enter The Matrix* (Atari, 2003) postaciom drugoplanowym za nieproporcjonalnie dużą do ich roli odgrywanej w fabule samego filmu. Jednak wątki promocyjne odsyłają nas do jeszcze innego tematu – paratekstów.

### Film o innych mediach – tematyzacja poprzez parateksty

Klasyczne kino hollywoodzkie starało się zachować przezroczystość. Dziś jesteśmy epatowani nowymi rozwiązaniami technologicznymi – filmy często promowane są poprzez dyskurs techniczny: widzowie regularnie karmieni są informacjami na temat idącej w tysiące liczby efektów specjalnych, docierają do nich materiały o postępach w pokonywaniu kolejnych barier, takich jak trudna do uzyskania realistyczna animacja włosów w *Final Fantasy: The Spirits Within* (reż. Hironobu Sakaguchi, 2001) czy tworzenie wizualizacji walczących mas bez wykorzystania statystów we *Władcy Pierścieni* (reż. Peter Jackson, 2001). Ten technofetysyzm został w dużej mierze wypromowany dzięki płytom DVD, które oprócz samego filmu niemal zawsze zawierają dodatkowe materiały wyjaśniające tajniki *making of*. Jak piszą Bolter i Grusin: „Ataki dinozaurów w *Parku Jurajskim* i *Zaginionym świecie* mają wywoływać u współczesnej publiczności poczucie zadziwienia podobne do tego, o jakim Gunning pisze w odniesieniu do francuskiej publiczności w *Grand Café*. Publiczność filmów Stevena Spielberga wie, że dinozaury to animatronika lub pełna animacja komputerowa – i dziwi się, że wyglądają one tak naturalnie i tak realistycznie wchodzą

w interakcje z postaciami ludzi”<sup>50</sup>. Film wciąż próbuje zadziwiać swoją publiczność, ale by dokonać tego sto lat po braciach Lumière, musi przekraczać sam siebie. Ważne jest bowiem nie tyle wykorzystanie efektów specjalnych, co uczynienie z nich jednej z najważniejszych treści filmu.

Publiczność oczekuje, że kino będzie przekraczać swoje granice i wchodzić w coraz bardziej intensywne relacje z innymi zdarzeniami wizualnymi. Widzowie zaczynają rozumieć, że współczesne media są w istocie intermediami, a kino otwiera się na wpływy z innych form rozrywki<sup>51</sup>. Znajdziemy je zresztą także w mniej istotnych szczegółach – na przykład wiele płyt DVD posiada element, który także na poziomie nazwy zaczerpnięty jest z gier, tzw. *Easter eggs*. To początkowo niedostępne dodatkowe materiały, ujawniane po wykonaniu określonej przez producenta sekwencji działań. Przykład:

---

<sup>50</sup> J. D. Bolter, R. Grusin, dz. cyt., s. 157.

<sup>51</sup> Doskonałe studium budowy marki kulturowej wokół hollywoodzkiej produkcji i zarabiania na niej za pośrednictwem ogromnej liczby kanałów – od premiery kinowej i specjalnych edycji DVD, przez gry wideo, po ubrania, zabawki, imprezy dla fanów oraz turystykę – stanowi poświęcona trylogii *Władcy Pierścieni* książka Kristin Thompson *The Frodo Franchise. 'The Lord of the Rings' and Modern Hollywood* (Berkeley: University of California Press 2007). Autorka pokazuje w niej, jak od najwcześniejszego etapu prac nad filmem rozwijano równolegle inne możliwości maksymalizacji zysków nie tylko z samej produkcji, ale też ze sprzedaży innych produktów i usług wykorzystujących zainteresowanie filmem Jacksona oraz bazę fanów książkowego oryginału. Przykład *Władcy Pierścieni* pokazuje równocześnie, że budowa sieci produktów wokół oryginalnego tekstu może prowadzić do przesunięć w postrzeganiu poszczególnych tekstów jako „źródłowych” – o zjawisku przesuniętej adaptacji na przykładzie książek i gier *Wiedźmin* piszą Michał Madej i Anna Ficek-Madej, zob. [online:] [http://polygamia.pl/Polygamia/1,96455,9362156,264802793129305Jie\\_1\\_468\\_o\\_t\\_232\\_.html?bo=1](http://polygamia.pl/Polygamia/1,96455,9362156,264802793129305Jie_1_468_o_t_232_.html?bo=1) [dostęp 10.01.2013]. W Chinach wykreowana przez Andrzeja Sapkowskiego postać wiedźmina Geralta zyskała sporą popularność, także na rynku wydawnictw literackich. Jednak powszechnie postrzegana jest jako postać z gry, co manifestuje się choćby w ilustracjach publikowanych opowiadań – zawsze nawiązują one do wyglądu postaci z gier stworzonych przez CD Projekt.



jeśli użytkownik na płycie DVD z filmem *Cloverfield* wybierze stronę pozwalającą na dostęp do scen 13–16 i poczeka dłuższą chwilę, pojawi się scena 17 – link do ukrytej strony prezentującej „tajne akta wojskowe”<sup>52</sup>. Płyta DVD z filmem sama staje się grą.

Pragnąc zachować atrakcyjność dla zachłystujących się mediami interaktywnymi widzów-graczy, kino obnosi się z tym, że do tych mediów się upodobia, czerpiąc z najnowszych technologii. Równocześnie nowa generacja widzów nie respektuje odrębności filmu jako medium. Przyzwyczajony do stechnicyzowanego dyskursu mediów cyfrowych oraz interaktywnych dodatków użytkownik kina chce otrzymać od niego podobną ofertę, co w innych medialnych kanałach dostępnych na początku XXI wieku.

### Kino i symulacja

„Być może kino powinno przestać produkować filmy, a za to wejść w specyficzne relacje ze sztuką wideo, z elektroniką i obrazem cyfrowym, aby wynaleźć jakieś formy oporu i przeciwstawić się telewizualnej funkcji nadzoru i kontroli” – pisał Deleuze<sup>53</sup>. Czy ten postulat znajduje właśnie swoją realizację? Takie podsumowanie byłoby naiwnością. Filmo-gra – kino wychodzące naprzeciw grom – nie jest kinem ewoluującym, gdyż podobieństwo filmu do mediów interaktywnych możliwe jest wyłącznie „na powierzchni”. Film nie zdobywa nowych właściwości, nie wyzwala też widza z ograniczeń linearnej formy, jest raczej oszustwem mającym wytworzyć

---

<sup>52</sup> Więcej na ten temat zob. [online:] <http://www.moviemistakes.com/easter-eggs> [dostęp 10.01.2013].

<sup>53</sup> G. Deleuze, *Negocjacje 1972–1990*, przeł. M. Herer, Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSW E TWP 2007, s. 87.

u oglądającego wyłącznie iluzję kontroli nad obrazem. Znana z gier iluzja sprawowania władzy jest tutaj w pewnym sensie parodiowana – odwołuje się do zmysłów, lecz jest absolutnie nieprzekonująca dla umysłu. Pragnienie Deleuze’a nie spełniło się w kinie „po grach wideo”. Film z bogatszej wersji, nadatku dla starszych mediów, staje się okaleczoną wersją mediów nowszych, udając swoich następców daje się definiować jako gra wideo pozbawiona możliwości interakcji widza, symulująca poczucie immersji innymi środkami. Przy takim odwróceniu perspektywy to nie gry są płytkim kinem, ale raczej kino jest powierzchniową symulacją gier. Ryzykowne jest jednak wartościowanie tych przemian i krytykowanie ulegającego względem koniunkturalnym przemysłu. Wszak kino nie należy tylko do twórców. Wydarzenie wizualne tworzą tyleż filmowcy, co ich klienci. Z perspektywy widza-gracza filmogry stanowią remediacje filmu dokonujące się za pośrednictwem nowszych, interaktywnych form, które zmodyfikowały praktyki odbioru. Nie mogąc pokonać uwarunkowań technologicznych, film na różnych poziomach modyfikuje komunikowane przez siebie znaki i zaprasza nowych widzów do dialogu. Nawet jeśli technologiczna „rozciągłość” medium jest ograniczona, to przecież oczekując w kinie doświadczenia bliskiego *gameplay*, widzowie mogą przy pomocy dostarczonego materiału „dosztukować” je sobie sami.

Przedstawione tutaj strategie łączenia filmów i gier prowadzą nas w stronę kolejnych pytań. Eksponują bowiem jeszcze jeden problem ekosystemu mediów: nie tylko wzajemnych zapożyczeń i zmian hierarchii, ale też płynności granic między środkami przekazu czy szerzej – elementami systemu rozrywkowego. Bo przecież, abstrahując od kontekstu, tradycyjny film przestaje już istnieć, a jego nazwa, nawiązująca do

medium fotograficznego i taśmy, wraz z cyfryzacją traci swój odnośnik. Jak w swojej książce *Virtual Life of Film* napisał David Norman Rodowick, „ironią mojego pokolenia filmoznawców jest fakt, że akceptację dla nowego obszaru badań zdobyliśmy, broniąc obiektu, który już nie istnieje”<sup>54</sup>. Podobnie zmieniają się praktyki odbioru.

---

<sup>54</sup> D. N. Rodowick, *Virtual Life of Film*, Cambridge, MA: Harvard University Press 2007, s. 26.



## **ROZDZIAŁ 3**

W parku rozrywki:  
granice mediów



Paul Erickson, krytykując normatywne podejście teoretyków literatury do praktyk czytelników, pisał: „Archetypicznym czytelnikiem miała być Jane Eyre, skulona na swym miejscu przy oknie z zaciągniętymi czerwonymi zasłonami, odcięta od świata i pogrążona w lekturze (obecne są też – bez wątpienia – herbatka i kot)”<sup>1</sup>. Przemiany mediów, w tym filmu, dostarczają okazji do pochylenia się nad tym samym problemem. Pisałem tu o relacjach filmów i gier, ale też o roli odgrywanej w nich przez płyty DVD. Gdzie więc kończy się film, gdzie zaczyna gra, jaką rolę odgrywają w tym na przykład wykorzystywane nośniki? O ile bowiem czytanie książek bez wątpienia opuszcza środowisko domowe, to film już dawno opuścił przestrzeń kina. Pisanie o oglądaniu filmów jako o praktyce mającej miejsce, gdy wtulamy się w kinowy fotel i, odwrotnie niż Jane Eyre, niczego nie konsumujemy, bez wątpienia nie wyczerpuje wszystkich możliwości. A przecież – po raz kolejny przywołując wymienionych we wstępie autorów wskazujących na społeczne praktyki budowane wokół mediów (między innymi Nick Couldry i Lisa Gtelman) oraz badaczy wskazujących na niezbędność włączenia do swoich analiz różnych metod badawczych, uwrażliwiających na inne od własnej perspektywy (między innymi Paula Saukko)

---

<sup>1</sup> P. Erickson, *Help on Hindrance? The History of the Book and Electronic Media*, w: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, red. D. Thorburn, H. Jenkins, B. Seawell, Cambridge, MA: MIT Press 2004, s. 103.

– społeczne życie filmu stanowi jego istotną część i trudno je ignorować. Równocześnie wciąż mamy nie tylko „złe treści”, korzystanie z których jest rodzajem wstydlivej przyjemności, ale też „złe użycia”. Jak pisze Barbara Klinger: „Przed DVD akademicy badacze kina zazwyczaj postrzegali film o zmienionym przeznaczeniu (*repurposed film*) jako coś złego. Na przykład film telewizyjny, dopasowany do ekranu o innych proporcjach, przemontowany – ze zmienioną długością i treścią, z przerwami na reklamy – dla wielu był odpowiednikiem monstrum Frankenstein, poskładanego w całość przypadkowo i z fatalnym rezultatem”<sup>2</sup>. To oczywiście problem perspektywy – przed upowszechnieniem DVD, a w zasadzie już w początkach filmu, projekcje filmowe bardzo często odbywały się w innych niż kino warunkach. Były one jednak postrzegane jako złe, niewłaściwe użycia filmu – namiastka jego lektury. Jak pisała w przywoływanym przez Klinger tekście na stulecie kina Susan Sontag (dokładniej: w tekście-lamencie nad upadkiem kina, związanym z końcem cinefilii i alternatywnymi wobec kina sposobami oglądania), „jeśli ktoś widział wspaniały film tylko w telewizji, to tak naprawdę go nie widział”<sup>3</sup>. Choć równocześnie przecież badacze filmu nagminnie korzystają z kina domowego, dającego możliwość skrupulatnej analizy i łatwość wielokrotnego oglądania. Dystansują się więc od tego, co jest udziałem ich samych.

To wewnętrzne rozdarcie nie jest jednak tylko udziałem filmoznawców – nostalgia za filmową tradycją to w ogóle ważna część dyskursu na temat samego kina, chętnie promowanego także przez wytwórnie filmowe. Kino hollywoodzkie, wykorzystując bowiem nowe zdobycze technologiczne, jednocześnie często technologię demonizuje. Jak pisze Rodowick, szczególnie

---

<sup>2</sup> B. Klinger, *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*, Berkeley: University of California Press, s. 279

<sup>3</sup> S. Sontag, *The Decay of Cinema*, „New York Times”, 25.02.1996, s. 60.



dobrze widoczne było to na przełomie XX i XXI wieku, kiedy pojawiły się takie obrazy jak *Trzynaste piętro*, *Dark City* i oczywiście *Matrix*, które autor ten postrzega jako alegorię rywalizacji między analogowym kinem a technologiami cyfrowymi: „*Matrix* jest doskonałym przykładem tego, jak Hollywood zawsze ideologicznie reagowało na pojawienie się nowych technologii. Zawarte w filmie, zarówno na poziomie technik reprezentacji, jak i struktury narracyjnej, nowości są równocześnie demonizowane i ubóstwiane, co stanowi strategię przydatną zarówno dla marketingu, jak i spektaklu. W kategoriach wyróżników rynkowych, obrazy generowane komputerowo przedstawiają się jako współczesne, spektakularne i zorientowane na przyszłość. [...] Równocześnie fotograficzna podstawa kina kodowana jest jako »rzeczywista«, locus prawdziwej reprezentacji i autentycznego estetycznego przeżycia kinowego. Fotografia staje się znakiem znikającego odnośnika, co stanowi sposób kamuflowania własnego status obrazowego. Tak więc w sprytnym zamknięciu *Matryksa* cieszymy się zarówno z apoteozy Neo, cyfrowego superherosa, jak i z przetrwania ostatniego ludzkiego miasta, Syjonu, dalekiej utopii ukrytej blisko rdzenia Ziemi, która stanowi miejsce »prawdziwego«<sup>4</sup>. To interesujący dla mnie wątek – swoisty sojusz pochylonej nad filmem („obiektem, który już nie istnieje”) akademii i budującej za nim nostalgii maszyny produkcyjnej (która równocześnie wykorzystuje wszelkie zdobycze technologii cyfrowych). Zilustruję tę sprawę anegdotą.

We wstępie do książki *Beyond the Multiplex* Klinger przypomina zaskakujący wynik głosowania Akademii Filmowej, która w roku 1999 nieoczekiwanie nie przyznała Oscara głównemu faworytowi, *Szeregowcowi Ryanowi* Spielberga. Zwyciężył *Zakochany Szekspir*. W dyskusji, jaka rozgorzała

<sup>4</sup> D. N. Rodowick, *Virtual Life of Film*, Cambridge, MA: Harvard University Press 2007, s. 5.

w branżowych amerykańskich mediach po tym nieoczekiwanym rozstrzygnięciu, najczęściej pojawiała się następująca interpretacja: Akademia rozsyłała wówczas filmy do oglądania w domu – a w domu film Spielberga, ze słynną (i cytowaną również w grach) sceną ataku na normandzką plażę, aż takiego wrażenia nie robił. W dyskusji zabrał głos szef marketingu DreamWorks, firmy dystrybuującej obraz Spielberga na rynku amerykańskim: „To dotyka większego problemu. Jesteście członkami Motion Picture Academy, nie akademii telewizji i wideo. Te filmy powinny być oglądane w kinie, każdy z nich. Nie powinno się ich włączać i przerywać, pauszować, kiedy dzwoni telefon albo trzeba nakarmić psa”<sup>5</sup>. Ale przecież kino to dziś nie tylko celuloid i sala kinowa – a raczej: to przede wszystkim nie one. Na innym stanowisku stoi tylko ze względów wizerunkowych część branży filmowej (aktualnie jurorzy Akademii Filmowej muszą oglądać filmy na specjalnych pokazach organizowanych w kinach) i duża część środowiska badaczy filmów (równocześnie przecież chętnie korzystająca z nagrań i wydań domowych, umożliwiających dokładną analizę). Mnie jednak – podobnie jak Klinger – nie interesują idealne modele, lecz praktyki społeczne. Zwłaszcza że to przecież swojemu udomowieniu film w dużej mierze zawdzięcza siłę swojego oddziaływania<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> B. Klinger, dz. cyt., s. 1–2.

<sup>6</sup> W książce Klinger znajduje się podrozdział *Karaoke Cinema* (s. 181), w którym autorka pisze, że cytaty z filmów są ważną częścią kultury młodzieżowej (i nie tylko), zrastają się z codziennymi rozmowami, bywają też traktowane właśnie jak karaoke – wspólnie oglądane, ale i wspólnie praktykowane. Stają się rodzajem „plemiennej encyklopedii”. Podczas pracy przy raporcie *Młodzi i media* i innych projektach związanych z korzystaniem z mediów przez młodych Polaków miałem okazję się przekonać, że budowanie tożsamości grupowej poprzez wielokrotne wspólne oglądanie i cytowanie filmów – za zwyczaj praktykowane nie w kinie, lecz w domu – w naszym lokalnym kontekście wciąż jest bardzo wyraźne.

Choć można też mówić o lustrzanym odbiciu tego zjawiska – ukinowieniu przestrzeni domów przez odpowiednią przestrzenną aranżację wnętrz<sup>7</sup>.

Sytuacja zmieniła się dopiero w pierwszych latach XXI wieku, właśnie za sprawą DVD, które po raz pierwszy stworzyło ekspercką otoczkę dla odbioru filmów w domu – i ich kolekcjonowania. To zjawisko Klinger nazywa „współczesną kino-filią”<sup>8</sup>. Niejako przy okazji filmy na cyfrowym nośniku zaczęły obsługiwać – wspomniane już w poprzednim rozdziale – oczekiwania widzów, którzy mogli oczekiwać wzrostu otwartości medium na ingerencję użytkowników, choć także w wydaniu nie tyle pozwalającym na aktywność, co na zdobycie dodatkowej wiedzy eksperckiej (do wymienionych wcześniej przykładów można dołączyć choćby DVD z filmem *Keane* Soderbergha, na którym oprócz wersji oryginalnej znalazł się zmontowany z tego samego materiału film *Keane 2.0*, o zupełnie innej wymowie od oryginału, czy *Memento* Nolana z ukrytą funkcją, która układa sceny w porządku chronologicznym). Przedłużeniem DVD – kontrolowanym i niekontrolowanym przez producentów – jest też oczywiście internet. Równocześnie pojawiły się nowe „złe użycia” – ciekawe odniesienie do przywoływanej historii Oskara dla *Zakochanego Szekspira* dodaje Chuck Tryon, opisując oskarową ceremonię z roku 2008. Zajmujący się konferansjerką Jon Stewart udawał, że w trakcie ceremonii ogląda *Lawrence’a z Arabii* na iPhone – ośmieszając niewielki wyświetlacz<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Ch. Tryon, *Reinventing Cinema. Movies in the Age of Media Convergence*, New Brunswick: Rutgers University Press, s. 6.

<sup>8</sup> Wątek ten podejmowany jest przez Klinger w przywoływanej już książce, jednak ten fragment dostępny jest także w języku polskim: B. Klinger, *Współczesny kinofil: kolekcjonowanie filmów w erze postvideo*, przeł. A. Łyda, „Kultura Współczesna” 2008, nr 4, s. 128–152.

<sup>9</sup> Ch. Tryon, dz. cyt., s. 81.

Nie dając się jednak zamknąć w pułapce prezentyzmu, warto spojrzeć na szerszy kontekst historyczny – który pokaże, że wyjście filmu poza salę kinową to nie tylko zaskuba DVD i – oczywiście – telewizji. Żeby jednak wejść na obszar mniej komfortowy i bezpieczny, zacznę od jeszcze innych przykładów praktyk rozrywkowych, silnie, ale już w nie tak oczywisty sposób powiązanych z kinem. W poprzednim rozdziale przyjrzałem się relacjom między kinem i gramami – wskazując na przemiany zarówno samego medium filmowego, jak i budowanych wokół niego paratekstów. W tej części porzucę jednak gry i zajmę się eksploracją innego podjętego wcześniej wątku. Na ile spojrzenie na film z perspektywy gier wideo otwiera nowe możliwości myślenia o relacjach pomiędzy kinem a innymi formami rozrywkowymi? Co oznacza dla teorii i czy może być przyczynkiem do rewizji historii kina?

Wątki te poruszę także ze względu na przekonanie o korzyściach płynących z zastosowania podejścia integrującego, toteż pojawiające się wcześniej fragmenty związane z estetyczną analizą filmów i gier (oraz sieci paratekstów, których część stanowią) oraz uwarunkowań ekonomicznych i instytucjonalnych, wpływających na relacje pomiędzy tymi mediami, zostaną w dalszej części uzupełnione o inne elementy analizy, służące uniknięciu sygnalizowanego we wstępie metodologicznym ryzyka samopotwierdzania wcześniej ukutych teorii, które warto rozszerzyć o badania społeczne. W tym wypadku będzie to jednak trudne – ugruntowane w obszarze badań mediów, a zwłaszcza filmu, kategorie, mają swój długi historyczny rodowód.

Elementy korekty opisanych wcześniej postrzeżeń dokonane zostaną więc tutaj na dwa sposoby. Pierwszym będzie autoetnografia. Drugim – analiza kontekstu historycznego teorii. Część autoetnograficzna oparta będzie na eksperymencie,

w którym z perspektywy badacza mediów patrzę na doświadczenie rozrywkowe tradycyjnie umieszczane poza obszarem zainteresowania dyscypliny. Za wstęp do wątków historycznych posłuży z kolei zaproponowana przez Mieke Bal kategoria preposteryjności, rozszerzona dalej o koncepcję archeologii mediów. Zacznę jednak od powrotu do kategorii *movie ride*, równocześnie porzucając na chwilę myślenie o mediach w kategoriach filmu, telewizji, gier czy internetu. Skoro wyjątkowo użytecznym narzędziem do analizy przemian filmu w poprzednim rozdziale okazały się odniesienia do przejażdżek, pora ponieść tego konsekwencje i nie wycofywać się tylko dlatego, że zestawienie filmu i parku rozrywki w badaniach nad filmem wciąż zdarza się nieczęsto.

### Pomiędzy mediami: Universal Studios

Autoetnografia, eksponująca własne doświadczenie badacza, bywa używana między innymi w kontekstach *gender* i *queer*, dokumentując na przykład proces „stawania się sobą” naukowców, którzy pisząc o problemach mniejszości, których sami są przedstawicielami, nie chcą „chować się” za trzecią osobą w przekonaniu, że przeżycia ich samych stanowią wartościowy materiał badawczy<sup>10</sup>. Autoetnografia stawia sobie za cel wykorzystanie ucieleśnionego doświadczenia i jednostkowego przeżycia badacza jako impulsu do reinterpretacji wcześniejszych założeń, a w szerszym znaczeniu – uwrażliwienie na uwikłanie

---

<sup>10</sup> Zob. C. Ellis, T. E. Adams, A. P. Bochner, *Autoethnography: An Overview*, „Forum: Qualitative Social Research” 2011, vol. 12, nr 1, fragment „History of Autoethnography”, [online:] <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1589/3095> [dostęp 10 stycznia 2010]; także: T. E. Adams, S. Holman Jones, *Telling Stories: Reflexivity, Queer Theory, and Autoethnography*, „Cultural Studies <=> Critical Methodologies” 2011, vol. 11, nr 2, s. 108-116;

badacza w kategorii teoretyczne i społeczne. Analiza własnego doświadczenia staje się tu narzędziem dla zrozumienia doświadczenia kulturowego. Równocześnie autoetnografia wpisuje się w refleksyjny zwrot w badaniach, eksponujący ich subiektywizm i wynikający w dużej mierze z „kryzysu zaufania” do badaczy społecznych, inspirowanego przez postmodernizm<sup>11</sup>. Efektem mają być badania społeczne pojmowane jako nauki „bliższe literaturze niż fizyce”<sup>12</sup>. Dlatego, jak pisze Wojciech Kruszelnicki, „trudno jest obstawać przy depersonalizującej konwencji uprawiania i utrwalania badań w humanistyce. Konwencja ta polega na eliminowaniu z przedstawianego badania wszelkich elementów mogących nasuwać skojarzenia z odsłoniętą subiektywnością autora, w tym zaś osobistych nastawień, preferencji i uprzedzeń”<sup>13</sup>. Przecież dane nie są czymś zastanym – są wytwarzane w procesie badawczym.

Jak przenieść to na obszar kategoryzacji mediów i relacji pomiędzy nimi i innymi elementami systemu rozrywkowego? Jak odnieść do definiowania mediów i wyznaczania ich granic? Okazuje się, że osobiste doświadczenie może być pomocne. Autoetnografia ten proces urefleksyjnia – sama bowiem jest zarówno produktem, jak i właśnie procesem (pracy nad własną świadomością badacza, ale i osoby związanej z przedmiotem badań). To pisanie o momentach epifanii – krytycznych

---

<sup>11</sup> C. Ellis, T. E. Adams, A. P. Bochner, dz. cyt.

<sup>12</sup> Tamże. Eksponowanie doświadczenia badacza i wpływu jego działań na efekt badań przekłada się nie tylko na rozwój metod autoetnograficznych, ale też zmianę myślenia o „terenie” badań, która to kategoria zostaje rozszerzona na przykład na obszar tekstów fikcyjnych (czemu w polskim piśmiennictwie najpełniejszy wyraz daje Mariusz Czubaj w książce *Etnolog w Mieście Grzechu. Powieść kryminalna jako świadectwo antropologiczne*, Gdańsk: Oficynka 2010).

<sup>13</sup> W. Kruszelnicki, *Hermeneutyczne kierunki refleksji nad osobą badacza „w terenie”*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, [online:] <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3502> [dostęp 10.01.2013].

spostrzeżeniach na temat sytuacji, których jest się uczestnikiem. „Kiedy badacze wykonują autoetnografię, retrospektywnie i selektywnie piszą o epifaniach wynikających bądź umożliwianych przez bycie częścią kultury i/lub przez posiadanie określonej tożsamości kulturowej”<sup>14</sup>. Częścią analizy tej sytuacji jest wgląd w swoją własną tożsamość – a moja tożsamość to także, jakkolwiek pretensjonalnie by to nie brzmiało, bycie badaczem i spoglądanie na świat przez pryzmat kategorii kulturo- czy medioznawczych. Dobrze ilustruje to doświadczenie, które było moim udziałem podczas studiów filmoznawczych – poczucie bezpowrotnej utraty możliwości „naiwnego” odbioru filmu, wynikające ze znajomości konwencji i rozwiązań formalnych, w efekcie skazujące raczej na doświadczanie *plaisir* niż *jouissance*<sup>15</sup>. Równocześnie stanowiące ważny element tej książki kwestionowanie części wypracowanych przez medioznawstwo kategoryzacji stanowi efekt napięć pomiędzy badaniami filmów i narzędziami filmoznawczymi, w mojej biografii ucieleśnione przez ukończenie studiów filmoznawczych i zajmowanie się podczas nich (zarówno w pracy magisterskiej, jak i w doktoracie) gramami wideo. Moje wątpliwości pogłębiła późniejsza współpraca z reprezentantami innych dyscyplin, a przede wszystkim doświadczenia transdyscyplinarnych projektów badawczych, podczas których konfrontowałem się z innymi niż filmo- czy medioznawcze narzędziami badawczymi – przede wszystkim właśnie z etnografią.

Jej specyficzny wariant, którym się tutaj zajmuję – autoetnografia, ma pomóc czytelnikom w zapoznaniu się z „myślaniami, emocjami i działaniami” autora tekstu, którego zadaniem

<sup>14</sup> C. Ellis, T. E. Adams, A. P. Bochner, dz. cyt.

<sup>15</sup> Zob. J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka, Kraków: Wydawnictwo UJ 2010 (zwłaszcza rozdział *Przyjemności produktywne*).

jest jednak włączenie ich w obszar analizy kulturowej<sup>16</sup>. W tym wypadku będzie to pisanie o moich doświadczeniach z innymi niż film i gry elementami systemu rozrywkowego, które pozwalają inaczej spojrzeć na media – i w kontekście inspirowanej interdyscyplinarnością podejrzliwości wobec kategorii teoretycznych przededefiniować kwestie kategoryzacji czy wręcz definiowania mediów. Zapraszam do parku rozrywki!

Jestem w Kalifornii, w Los Angeles. Jest upalne przedpołudnie. Wchodzę na teren Universal Studios – parku rozrywki działającego przy wytwórni filmowej Universal. Choć jest jeszcze wcześniej, wokół mnie gromadzą się setki chcących wejść (po wykonaniu obowiązkowego zdjęcia pod umieszczoną przed bramą rzeźbą, wyobrażającą globus – logo wytwórni) na teren kompleksu. Wbrew pozorom nie jest on jednak muzeum wytwórni – jest równocześnie czymś znacznie więcej i znacznie mniej. Rozpościerający się przede mną gigantyczny obszar można najprościej opisać jako połączenie muzeum filmu zlokalizowanego na terenie jednej z największych hollywoodzkich wytwórni, z wesołym miasteczkiem, w którym wszystkie atrakcje odwołują się do tematyki filmowej. Postrzegam to miejsce jako symboliczne w kilku wymiarach. Po pierwsze łączy ze sobą formy rozrywki, które z europejskiej perspektywy niekoniecznie są do siebie „dopasowane” – europejskie muzea kina, które miałem okazję odwiedzić, zawsze wpisywały się raczej w konwencję galeryjną, w której oprócz projekcji i eksponatów można było co najwyżej uruchomić jakieś urządzenie. W Los Angeles nie ma mowy o sztuce – jestem w gigantycznym parku rozrywki, w którym wprawdzie można poczytać trochę o historii kina, ale robi się to głównie, czekając w kolejkach do kolejnych atrakcji. Po drugie – doświadczenie

---

<sup>16</sup> C. Ellis, T. E. Adams, A. P. Bochner, dz. cyt.



pobytu w Universal Studios opiera się na nieustannej oscylacji pomiędzy dwiema typami filmowej logiki. Jestem w filmie, bo nie brak tu elementów symulacji. Ale zarazem w miejscu, gdzie robi się filmy. Jedno płynnie przechodzi w drugie – jedną z flagowych atrakcji dla odwiedzających Universal Studios jest przejażdżka w wagonikach przemierzających alejki parku. Kierowca kolejki jest równocześnie przewodnikiem, a wytyczona trasa przebiega przez scenografie, w których kręcono setki filmów i seriali. Słyszymy tytuły, daty i nazwiska. Oglądamy pojazdy, które występowały w znanych filmach – między innymi słynnego deLoreana z *Powrotu do przyszłości*. Równocześnie jednak co pewien czas pojawiają się atrakcje – gdy trafiamy nad basen, w którym kręcono *Szczerki*, widzimy atak rekina. Gdy dojeżdżamy pod motel z *Psychozy*, w pewnym momencie dostrzegamy Normana Batesa chowającego zwłoki w bagażniku samochodu. Rusza w stronę naszej kolejki, a my pospiesznie odjeżdżamy.

Początki Universal Studios jako miejsca wycieczek sięgają jeszcze okresu filmu niemego – co zabawne (i wskazujące na kolejne nieoczywiste z dzisiejszej perspektywy, a równocześnie wszechobecne w multipleksach połączenie filmu z innymi formami sprawiania sobie przyjemności), częścią atrakcji była możliwość zakupu świeżych produktów rolnych. Farma, na terenie której powstały studia, była bowiem wówczas jeszcze czynna. Dziś również dużo się tutaj je, choć warzywa głównie w postaci frytek. Dziesiątki restauracji oraz punktów z przekąskami i napojami pomagają odwiedzającym przetrwać upał i umilają oczekiwanie w wydłużających się z każdą godziną kolejkach do kolejnych miejsc rozrywki. Nikt nie ma wątpliwości, że to rozmaite pokazy, a przede wszystkim *movie rides* – „filmowe przejażdżki”, o których wspominałem już wcześniej, stanowią główną atrakcję tego miejsca. Stopniowo

bowiem z dodatku do odwiedzin w miejscu, gdzie powstają hollywoodzkie hity, park przekształcił się w rozrywkę zupełnie od nich niezależną. Wprawdzie i teraz można obejrzeć wciąż wykorzystywane elementy scenografii, ale przemysłowa skala przedsięwzięcia sprawia, że choć wagoniki z gośćmi parku przejeżdżają obok potężnych hangarów, w których kręcone są filmy, to „zagłądanie do środka” jest raczej symboliczne. Niewykluczone, że jest też elementem symulacji – bo nikt z pasażerów kolejki nie wie, czy wywołująca powszechne westchnięcia zachwyty informacja, że w budynku obok którego się znajdujemy, sceny do nowego filmu kręci Johnny Depp, jest prawdziwa. Może jest tu teraz, może był wczoraj, może będzie za tydzień, nie jesteśmy w stanie tego w żaden sposób zweryfikować. Podobnie jak nie mamy pewności, czy motel z *Psychozy* jest tym, który widzieliśmy w filmie Hitchcocka. Zwłaszcza że park, w którym się znajdujemy, ma też swoje „oddziały” w innych miejscach. Czy wiara, że dekoracje w Los Angeles są prawdziwsze od tych na Florydzie, nie jest naiwna? Cała ta przestrzeń wydaje się miejscem zacierania granic pomiędzy rzeczywistością a symulacją, a może między byciem w filmie a jego oglądaniem – ale też, przynajmniej dla mnie, urefleksyjnianie istnienia tych granic stanowi leitmotiv wizyty. I choć nie siedzę w kinie, ani przed domowym ekranem, to analogie do tych właśnie sytuacji są uderzające. Tyle tylko, że w odróżnieniu od tego, co podpowiadają (oglądanie filmu niewielu osobom wydaje się wstydlive – w wypadku wizyty w parku rozrywki nie jest to już tak oczywiste), to doświadczenie z Universal Studios wydaje się tyleż podobne, co... pełniejsze?

Oszukiwanie zmysłów odbywa się w Universal Studios na wiele sposobów. Jednym z pierwszych budynków, które odwiedzają zwiedzający jest klasycznie wesołomiasteczkowy „House of the Horrors” (jak się później okazuje, wejście

do niego jest też elementem selekcji – od wizyty w nim rozpoczynają tylko nowicjusze tacy jak ja, a osoby, które w parku są po raz kolejny, pędzą dalej, w stronę *movie rides*, do których czas oczekiwania będzie w ciągu dnia drastycznie się wydłużać, o czym informują dziesiątki rozmieszczonych w parku wyświetlaczy). To zamek-labirynt, w którym znajdują się sale nawiązujące między innymi do ekranizacji *Frankensteina*. Wszystko spowija półmrok i atmosfera „niesamowitości” – goście stąpają ostrożnie, rozmawiają ściszym głosem. Tym większe wrażenie robią wrzaski osób przestraszonych przez wyskakujących z ukrytych w ścianach wnek aktorów, które są dla mnie obok poczucia „lepkości” głównym wspomnieniem wyniesionym z tego miejsca. Lepkości, którą można poczuć, przeciskając się choćby między ciężkimi „workami ze zwłokami”, wiszącymi w przejściu między kolejnymi salami. To eksponowany tutaj „czwarty wymiar” i początek atrakcji, które tego dnia pokazywały mi, jak łatwo oszukać ciało w sytuacji, która w oczywisty sposób jest wyreżyserowana. Wszystkie wstrząsy, szarpnięcia i przypadki opryskiwania ciecżą nie były jednak przez to mniej zaskakujące. „House of the Horrors” był dla mnie też okazją do porzucenia uprzedzeń, z którymi przyjechałem do Universal Studios. A raczej pytań: jak powinni się tutaj zachowywać dorośli? Szybko jednak zorientowałem się, że wśród zwiedzających są ludzie w różnym wieku, i choć najczęściej mijam grupy nastolatków z rodzicami, to trzydziesto-, czterdziesto- czy pięćdziesięciolatekowie bez młodszych podopiecznych są tylko w nieznacznej mniejszości. Przekrój jest więc raczej bliższy temu, jaki można spotkać na nadmorskim deptaku niż w miejscu „niepoważnym”, adresowanym do dzieci. Universal Studios pozycjonują się zresztą jako rozrywka dla „poważniejszej” publiczności niż Disneyland, w kontekście doświadczeń gościa nie ma to

jednak żadnego znaczenia – przecież wszyscy wiemy, że jesteśmy oszukiwani, a równocześnie dajemy się skutecznie oszukać i przestraszyć. W końcu po to tu przyszliśmy.

Część atrakcji Universal Studios reklamowana jest przez pryzmat technologicznego zaawansowania – tak było między innymi z „King Kongiem 360”, który we wrześniu 2010, kiedy byłem w Los Angeles, był najnowszą z atrakcji parku. Jadąc kolejką – tą samą, która obwoziła nas, pokazując scenografie filmów, przerywane okazjonalnymi prezentacjami ich użycia (powódź w południowoamerykańskim miasteczku najpierw obejrzelśmy na ekranie zamontowanego w wagoniku monitora, później jej idealną kopię – a może właśnie „oryginał” – odtworzono w dekoracjach, przez które przejeżdżaliśmy) – zbliżaliśmy się do tunelu, w którym nastąpić miała kulminacja wycieczki. Po drodze minęliśmy płonący wagonik, identyczny z tymi, z jakich składała się nasza kolejka. Schemat, że „coś poszło nie tak”, że już nie jesteśmy w bezpiecznym parku, tylko zaraz przeżyjemy coś naprawdę niebezpiecznego, znaleźliśmy już z innych przejażdżek tego dnia, immersję teoretycznie zakłócać powinna też prośba kierowcy, żebyśmy założyli okulary do projekcji 3D. Mieliliśmy zresztą świadomość, że za chwilę weźmiemy udział w największej na świecie projekcji 3D z ekranem 360 stopni. Co nie zmienia faktu, że po chwili znaleźliśmy się na Wyspie Czaszki, obserwując dinozaury. Nagle jeden z nich zaatakował kolejkę, która zaczęła drgać i podskakiwać, a rzut oka przez ramię kazał mi myśleć (poczuć?), że to akurat tuż za mną, w kolejnym wagoniku, dokonuje się masakra innych wycieczkowiczów i gdyby nie interwencja King Konga, też nie wyszedłbym z tej opresji cało. Po wyjeździe z tunelu, spoceni nie tylko z powodu temperatury, zatrzymujemy się obok makiety Wyspy Czaszki, użytej – jak nam mówiono – podczas kręcenia filmu Petera

Jacksona. To oscylacja, o której pisałem – płynnie przenikają się tu momenty, w których na własnej skórze doświadczamy efektów trikowych, i te, kiedy poznajemy filmową kuchnię. Kilka godzin wcześniej braliśmy zresztą udział w pokazie zdjęć trikowych – mogliśmy biegać przed blue (a tak naprawdę green) boksem czy wbijać nóż w rękę.

Inne atrakcje reklamowane hasłem „Ride the Movies” to „Terminator 2: 3D”, zawierający niemal pełny (niemal, bo widz pozostaje statyczny) katalog środków wykorzystywanych w atrakcjach tego typu: są aktorzy, mechaniczne postaci oraz projekcje i efekty specjalne, wszystko w odpowiednio zaaranżowanej przestrzeni. W tym akurat wypadku uczestnicy pokazu biorą udział w rozbudowanej jak na standardy parku tematycznego opowieści. Rozpoczyna się ona w hallu budynku, w którym goście zostają powitani jako uczestnicy pokazu technologii producenta Skynetu (wojskowego systemu obrony, który w filmach *Terminator* zyskuje świadomość i dąży do unicestwienia ludzkości) – chodzi głównie o nowe roboty bojowe, kolejną generację terminatorów. Marketingowy pokaz zakłócają znani z serii filmów Sarah Connor i jej syn – w trakcie pokazu terminatorów (widzowie mają założone okulary do projekcji 3D) salę atakują rebelianci (spod sufitu na salę zjeżdżają aktorzy na linach). Później rozpoczynają się projekcje 3D, z obowiązującą jazdą kamery w głąb ekranu – tu pretekstem dla niej jest jadący na pomoc rebeliantom terminator grany przez Arnolda Schwarzeneggera, który niczym w grze komputerowej rozprawia się z „ostatnim bossem”, najtrudniejszym przeciwnikiem. Gdy go niszczy, opłuki żelaza lecą w widownię, a efekt ten zostaje wzmocniony przez rozpylenie wody. Świat przedstawiony rozsadza ramy ekranu i drażni skórę mojej twarzy. To jednak jeszcze nie koniec – trzy znajdujące się tu ekrany zamieniają się w okna windy, którą Schwarzenegger jedzie w dół, by

zniszczyć Skynet. Iluzja jest doskonała. Później następuje finałowy wybuch, podczas którego mój fotel zaczyna podskakiwać, a na sali pojawia się dym. Siergiej Eisenstein byłby zachwycony. O pokazie „Terminator 2: 3D” Angela Ndalians pisze, że można go wpasować w tradycję kina SF, które przecież zawsze miało eksponować nowe możliwości technologii<sup>17</sup>. Dziś filmy fantastyczne również znajdują się w awangardzie testowania nowych technologii w obrębie medium – a jak pokazuje przykład z Universal Studios, produkcje szczególnie mocno pro-technologicznie zorientowanych twórców, jak James Cameron, później są hitami nie tylko w kinie, ale i w parkach tematycznych. Można dodać, że parki takie jak Universal Studios można też traktować jako swoisty poligon dla Jamesa Camerona czy Petera Jacksona, którzy w tym bardzo specyficznym kontekście mogą sięgać po rozwiązania ze względów technologicznych niemających szans w przewidywalnej przyszłości wkroczyć do zwykłych sal kinowych. W Universal Studios żadne rozwiązanie nie jest jednak przesadzone ani zbyt drogie. Z tej perspektywy – oczywiście tylko jednej z możliwych – atrakcje z Los Angeles stanowią awangardę szeroko rozumianego kina i wytyczają kierunek, w którym zapewne część wysokobudżetowej rozrywki filmowej będzie zmierzać. W momencie, gdy technologia obrazu 3D coraz śmielej wkracza do naszych domów (przede wszystkim za pośrednictwem telewizorów nowej generacji), właśnie takie bliskie parkom rozrywki efekty specjalne mogą być wartością dodaną, jaką multiplexy będą w stanie zaoferować swoim klientom.

---

<sup>17</sup> A. Ndalians, *Special Effects, Morphing Magic and the 1990s Cinema of Attractions*, w: *Meta-Morphing: Visual Transformation and the Culture of Quick Change*, red. Vivian Sobchack, Minneapolis: University of Minnesota Press 2000, s. 255.

Opisywanie wszystkich atrakcji Universal Studios nie ma sensu – na koniec jednak zajmę się jeszcze dwiema, istotnymi w perspektywie tej książki. To klasyczne – choć zupełnie od siebie różne – *movie rides*. Pierwszą jest „Jurassic Park”, dzięki której goście Universal Studios mogą przekroczyć bramy parku znanego z filmów Stevena Spielberga. Łącząca widowiska filmowe i wiele spośród parkowych atrakcji „jazda w głąb” jest tutaj realizowana w prosty sposób: goście wsiadają do pontonów płynących rzeką wśród skał. Na obu brzegach, wśród egzotycznej roślinności, przechadzają się dinozaury – ich ruchy są nieco „robocze”, a może raczej nienaturalnie powtarzalne i zapętłone – niemniej kilkumetrowa odległość wymuszana na widzach przez unieruchomienie w pontonie, tak przecież podobne do usadzenia w filmowym fotelu, sprawia, że nie jesteśmy w stanie przyglądać się burzącym iluzję konstrukcyjnym szczegółom. W tle widać ogrodzenie i betonowe budynki, które przypominają, że jesteśmy w kontrolowanej przez człowieka przestrzeni, a margines interakcji z zamieszkującymi teren kolosami jest niewielki i dzięki temu bezpieczny – nie może nas spotkać nic gorszego niż oplucie wodą przez pochylające się w naszą stronę olbrzymy. Pierwsze momenty kilkuminutowej wycieczki upływają więc niewinnie, po chwili jednak akcja przyspiesza – obok pontonu z ogromnym hukiem spada zrzucony z brzegu przez dinozaury samochód. Oczywiście wiemy, że to zaaranżowane i że ostatni dinozaur, jakiego można było spotkać w tej okolicy, umarł kilkadziesiąt milionów lat temu – ale zaskoczenie i fontanna wody, którą rozpryskuje spadający wóz, sprawiają, że podskakujemy. Przemoczeni płyniemy dalej, nurt staje się coraz bardziej wartki, a nasz ponton przyspiesza, gdy zbliżamy się do betonowej bramy płonącego budynku opanowanego przez dinozaury. Do nas z kolei zbliża się gigantyczny tyranozaur, którego szczęk unikamy

w ostatniej chwili, wpływając w bramę i spadając z niewielkiego wodospadu – o ułamek sekundy zbyt długo, by było to wyłącznie zabawne. Sekundę później zostajemy uwolnieni z foteli, a przy brzegu na nasze miejsca czekają już kolejni zwiedzający. Czuję się jak w szkole podstawowej, gdy po finale filmu na sali kinowej włączone zostaje światło, a ja potrzebuję chwili, by przystosować się do „powrotu” do rzeczywistości. „Przyjazd. Koniec. Jazda trwała tylko parę minut i przebiegła świat w poprzek. Drży jeszcze wyczerpane ciało”<sup>18</sup>.

Drugą „filmową przejażdżką”, o której warto tu wspomnieć, są „Simpsonowie”, będący o tyle niezwykłym doświadczeniem, że o ile „Park Jurajski” i inne atrakcje, z których korzystałem tego dnia, pomimo oczywistej fikcyjności przygotowane były w konwencji realistycznej, to w tym wypadku, wkraczając do kreskówkowego pałacu, miałem poczucie, że sytuacja jest inna. Wchodzę w świat kreskówki – z przeczuć, że znów dam się oszukać doskonałej iluzji, tym razem otwarciem kpiącej z mojego rozumu. Wątpliwości budzi też wygląd tego miejsca. Odwiedzający są dzieleni na czteroosobowe grupy, z których każda wchodzi do osobnej sali. Nie wiem, czego się spodziewać, ale na pewno nie będzie to klasyczna kolejka (chwilę wcześniej jechałem w ciemnościach na rollercoasterze nawiązującym do filmu *Mumia*), brak tu na nią po prostu miejsca. Spodziewam się raczej projekcji niż żółdka podchodzącego do gardła, choć jak się zaraz okaże, nie do końca słusznie. Wkraczam więc do małej salki, ze świadomością, że obok jest kilka podobnych. I staję się częścią filmu – już projekcje instruktażowe o zachowaniu bezpieczeństwa są rysunkowe. Kolejnych kilka minut to szalona jazda, w trakcie której głównym towarzyszącym mi poczuciem jest pęd. Wiem,

<sup>18</sup> S. Kracauer, *Kolejka górską* (tekst poświęcony lunaparkowi w Halensee), w: *Ulice*, „Literatura na Świecie” 2001, nr 8-9, s. 319.



że jestem w małej sali, ale kurczowo ściskam poręcz, bo równocześnie jestem przekonany, że razem z wagonem i innymi pasażerami lecimy właśnie w kilkudziesięciometrową przepaść, i boję się, że wypadnę. W finale ląduję w domu przed telewizorem, obok Homera Simpsona – całość okazuje się jego snem... Wszystko wypada na tyle przekonująco, że pomimo iż sama przejażdżka trwa niespełna pięć minut, nie poleca się jej osobom z chorobami serca. Choć starałem się znaleźć wyjaśnienie, do dziś nie wiem, w jaki sposób wytwarzane jest poczucie, że spadam z kilkudziesięciometrowej platformy.

Jednym z elementów „The Simpsons Ride” jest „Captain Dinosaur’s Pirate Rip-Off” – spotkanie ze statkiem pirackim w towarzystwie Marge i Homera Simpsonów. Popijające piwo dinozaury-piraci stanowią bez wątpienia nawiązanie (sugerowane zresztą już przez tytuł tej części przejażdżki – „rip-off” oznacza „zrynkę”) do najsłynniejszego *movie ride* – „Piratów z Karaibów” z parków Disneya. Pojawiają się wodospad, mgła i plądrowanie miasta, dokładnie jak w „Piratach”, którzy są zresztą przedsięwzięciem o znaczeniu dla tego typu atrakcji symbolicznym. Piracka przejażdżka z Disneylandu wytyczyła kierunek rozwoju atrakcji z parków tematycznych, ewoluujących w ostatnim półwieczu w kierunku *movie rides*. Uruchomione w roku 1967, trzy miesiące po śmierci Walta Disneya, „Pirates of the Caribbean” było ostatnią atrakcją, której przygotowanie osobiście nadzorował. Początkowo planowana była jako przechadzka wśród woskowych figur piratów, ale Disney miał obawy, czy wobec spodziewanego dużego zainteresowania, takie rozwiązanie zapewni płynność ruchu zwiedzających<sup>19</sup>. Rozwiązaniem okazał się pomysł rozmieszczenia atrakcji wzdłuż kanału, którym płyną łodzie z gośćmi

<sup>19</sup> Za: *Pirates of Caribbean (attraction)*, [online:] [http://en.wikipedia.org/wiki/Pirates\\_of\\_the\\_Caribbean\\_%28attraction%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Pirates_of_the_Caribbean_%28attraction%29) [dostęp 10.01.2013].

parku – i tak „Pirates of the Caribbean” stało się klasycznym przykładem immersyjnego, wykreowanego środowiska, także na poziomie technologicznym wychodzącego naprzeciw mediom takim jak film. „Jako pokaz zaawansowanej animacji i technologicznej sprawności, piracka przejażdżka była pierwszą wykorzystującą udźwiękowioną animatronikę do stworzenia ruchomych figur piratów naturalnej wielkości. Od początku była też zdecydowanie filmowa, prowadząc łodzie z »gośćmi« Disneylandu poprzez kilka »scen« z sekwencyjnej pirackiej narracji” – pisze Carolyn Jess-Cooke<sup>20</sup>. Pomysł na „Pirates of the Caribbean” wpisuje się zresztą w szerszą koncepcję parku tematycznego projektowanego właśnie z myślą o doświadczeniu parafilmowym – cały Disneyland miał być projektowany jako „trójwymiarowy film”<sup>21</sup>. Odwiedzający Disneyland płyną więc łodzią i obserwują w ciemnościach najpierw szkielety piratów, by później znaleźć się w centrum potyczki z udziałem pirackiego okrętu i hiszpańskiego galeonu. Później zobaczą też plądrowanie miasta i skrzynie pełne skarbów. W aktualnej wersji tej atrakcji, którą oglądać można od roku 2006, jednym z bohaterów prezentowanych wydarzeń jest grany w filmowej serii *Piraci z Karaibów* przez Johnny’ego Deppa kapitan Jack Sparrow – jego animowana figura pojawia się w show kilkakrotnie. Jednak to nie disneyowska atrakcja jest adaptacją serii filmów, lecz odwrotnie – choć w świetle przedstawianych tutaj relacji między kinem a innymi elementami systemu rozrywkowego warto podchwycić myśl Jess-Coke, która zauważa, że trudno interpretować filmowy cykl *Piraci z Karaibów*

---

<sup>20</sup> C. Jess-Cooke, *Sequelizing Spectatorship and Building Up the Kingdom*, w: *Second Takes. Critical Approaches to the Film Sequel*, red. C. Jess-Coke, C. Verevis, Albany: SUNY Press 2010, s. 207.

<sup>21</sup> Tamże, s. 211.

wyłącznie w kategoriach adaptacji<sup>22</sup>. To raczej konwersacja pomiędzy różnymi elementami uniwersum marki. Konwersacja, w której udział bierze sam widz<sup>23</sup>.

Mamy więc do czynienia ze skomplikowanymi relacjami, w których poukładana narracja danego uniwersum, z jasnym podziałem na ułożone w określonej kolejności teksty i ich adaptacje zostają wypierane przez rekonstruowaną przez każdego z fanów marki – bo wobec rozciągania się „Piratów” nie tylko na różne media, ale też na inne produkty, choćby zabawki, takie pojęcie wydaje się najbardziej adekwatne – „bazę danych”, oferującą rozsypane wśród różnych atrakcji doświadczenia. Brak tu jednoznacznej hierarchii, wyraźnego podziału na teksty i parateksty, kanon i indywidualne zestawienia użytkowników, elementy „właściwe” i „poboczne” czy wręcz produkcje „wyższe” i „niższe”. Doskonale pokazują to głosy, jakie pojawiały się w internecie po ogłoszeniu informacji o pracach nad realizacją pierwszego filmu ekspluatującego disneyowską markę piratów – nie brakowało szokujących z perspektywy polskiego widza krytycznych opinii, podających w wątpliwość możliwość dobrej adaptacji legendarnej przejażdżki z Disneylandu. Film Gore’a Verbinskiego nie przez wszystkich jest więc traktowany jako wyniesienie atrakcji rodem z wesołego miasteczka na kinowy ołtarz. Dla Amerykanów parki tematyczne takie jak Disneyland czy Universal Studios są przecież ważnym miejscem turystycznych wypraw, często kluczowym elementem wakacji, miejscem odwiedzanym wielokrotnie na przestrzeni lat i stanowiącym

<sup>22</sup> Oczywiście *Piraci z Karaibów* nie są pierwszym filmem inspirowanym atrakcjami z parków Disneya – taki sam rodowód ma m.in. *Misja na Marsa* z roku 2000, wyreżyserowana przez samego Briana de Palmę.

<sup>23</sup> To spostrzeżenie bliskie jest koncepcji opowiadania transmedialnego Henry’ego Jenkinsa, przedstawionej w wielokrotnie przywoływanej tutaj książce *Kultura konwergencji*.

element mitologizowanych rodzinnych wspomnień. Samymi tylko łodziami w ramach „Piratów z Karaibów” w ciągu 40 lat od uruchomienia atrakcji płynęło 300 milionów osób<sup>24</sup>. W tym układzie film może być traktowany jako medium pasożytnicze, żerujący na parkach i w odczuciu ich miłośników mogącym im zaszkodzić, co dobrze ilustrują komentarze umieszczane w serwisie YouTube pod nagraniami z wizyty w Disneylandzie prezentującymi starsze, „prefilmowe” wersje tej atrakcji – najczęściej utrzymane w tonie „tak to wyglądało, zanim ją zepsuli”. Można oczywiście na ten temat ironizować, ale równocześnie warto zastanowić się, czy nie jest to dowód, że na poziomie doświadczeń klientów systemu rozrywkowego funkcjonują także alternatywne wobec tej ugruntowanej przez teorię i historię kina narracje dotyczące tego medium. Czy nie jest to przykład na to, że indywidualne oczekiwania wobec filmu można konfigurować w sposób, który stawia obok siebie jako porównywalne atrakcje przejażdżkę z parku rozrywki i wizytę w kinie – i to ta pierwsza okazuje się bez porównania bardziej satysfakcjonująca?

Nie znaczy to, że kino nie ma w parku rozrywki swojego zadania do wykonania – może służyć ono wzmacnianiu atrakcyjności oferty *movie rides*, rozszerzając zasięg medialnych franczyz i dając gościom okazję, by swoje wspomnienia z przejażdżek w parkach mogli połączyć z innymi praktykami rozrywkowymi, tworzonymi w oparciu o filmy, gry wideo itp. Intrygujące jest jednak także podejmowanie marketingowej gry z polityką autorską (to temat, do którego będę wracać jeszcze w rozdziale poświęconym telewizji), a może raczej: z osobami-markami, które swoją wartość zbudowały

---

<sup>24</sup> *Disneyland's Pirates of the Caribbean attraction celebrates 40th birthday*, [online:] <http://www.disneylandreport.com/disneynews/070323pirates-of-the-caribbean-40th-birthday-disneyland.html> [dostęp 10.01.2013].

w branży filmowej. Jak pisze Angela Ndalianis, „pozioma integracja branży rozrywkowej przyniosła migrację reżyserów specjalizujących się w wykorzystujących efekty specjalne hitach kinowych, takich jak Spielberg, Lucas i Cameron, do świata atrakcji w parkach tematycznych – które zresztą też przeszły radykalną transformację w ostatnich dwóch dekadach, co stanowi efekt ich powiązań z filmem i technologią komputerową”<sup>25</sup>. W Universal Studios największe atrakcje promuje się więc także poprzez nazwiska twórców – właśnie przez odwołanie do mitu specyficznie rozumianego geniuszu filmowego osób, które projektowały i nadzorowały realizację przejażdżek. Wybierając się na King Konga usłyszymy więc o Peterze Jacksonie, płynąc pontonem przez Park Jurajski otrzymamy przypomnienie o Stevenie Spielbergu, a wchodząc do budynku z pokazem *Terminatora* w istocie pójdziemy na „James Cameron Terminator 2: 3D”. Z kolei w Disneylandach można skorzystać między innymi ze „Star Tours”, przejażdżki-symulatora lotu, *movie ride* osadzonego w świecie *Gwiezdnych wojen* i przygotowanego przez George’a Lucasa<sup>26</sup>. Wielkie nazwiska mainstreamowego kina hollywoodzkiego są tu gwarancją najwyższego poziomu zabawy. Skoro gwarantują go podczas seansów filmowych, dlaczego nie miałyby tego robić w parku tematycznym? Wszak tutaj mają do użycia jeszcze bogatsze instrumentarium, tym lepiej powinni poradzić sobie z wywołaniem u publiczności efektu zadziwienia. Choć oczywiście fakt, że pojawiają się tutaj nazwiska związane z „kinem nowej przygody”, należy też

<sup>25</sup> A. Ndalianis, dz. cyt., s. 257.

<sup>26</sup> Obecność marki „Gwiezdne wojny” w parkach tematycznych Disneya zapewne będzie się nasilać – już po tym, gdy pisałem te słowa, w październiku 2012 roku, Walt Disney Co. za kwotę ponad 4 miliardów dolarów wykupiło studio filmowe Lucasfilm Ltd.

wiązać z innymi względami. Reżyserzy tacy jak Spielberg i Lucas idealnie wpisali się w strategię hollywoodzkich studiów, dla których grupą docelową jest dziś przede wszystkim rodzina, której potrzeby konsumpcyjne związane z daną marką medialną zaspokajane są nie tylko w kinie, lecz również poza nim. Znaczące też, że wielu spośród pojawiających się tu reżyserów bezpośrednio związanych jest z firmami zajmującymi się efektami specjalnymi, co wskazuje ich rolę dla produkcji. Lucas założył Industrial Light & Magic, Jackson jest współzałożycielem Weta Digital i współwłaścicielem kilku innych firm działających w tej branży. Od niej swoją przygodę z kinem zaczynał też Cameron, który jest założycielem i współwłaścicielem Digital Domain. Te wszystkie wątki sprawiają, że park tematyczny sam w sobie stał się doskonałą alegorią współczesnych przemysłów kultury, sięgających po bardzo różne środki dotarcia do odbiorców i równocześnie w sposób nierozzerwalny splatających rozrywkę i konsumpcję. Migracja tekstów między mediami i produktami podporządkowana jest bowiem logice sprzedaży.

Przykład Universal Studios pokazuje, że wydzielanie filmu, czy szerzej – mediów, z innych elementów systemu rozrywkowego to działanie co najmniej problematyczne. Zwłaszcza że o ile można je uzasadniać kompromisami niezbędnymi do budowy narzędzi teoretycznych, to jak staram się tutaj pokazać, efekty tych kompromisów są wątpliwe, a zbudowana w oparciu o nie teoria nie radzi sobie z rzeczywistością. Granice są płynne: zarówno na poziomie wrażeń odwiedzającego, wykorzystywanych wątków i postaci, jak i powiązań biznesowych, technologicznych oraz personalnych, filmowy park tematyczny sytuuje się bardzo blisko wizyty w kinie i można nawet uznać, że jest doświadczeniem od niego pełniejszym – że to łatwiej dostępne na co dzień kino jest namiastką wizyty

w takim parku. Oczywiście w dobie konwergencji ta niepewność granic pomiędzy filmem a parkiem rozrywki wydaje się wpisywać w szerszy kontekst upodobniania się do siebie różnych elementów systemu rozrywkowego. Dlaczego jednak sam, pisząc o tym, czuję się niezręcznie? Podpowiedzi dostarcza wprowadzenie perspektywy historycznej.

### Korekta perspektywy

Refleksja badacza nad obszarem badań i własną w nich rolą nie zostają oczywiście wyczerpane poprzez autoetnografię. W dalszej części tego rozdziału pokażę, że ten typ namysłu można też wzbogacić, sięgając do innych narzędzi. Doskonałym wprowadzeniem do nich może być propozycja pisania historii paradoksalnej, preposteryjnej, zgłoszona przez Mieke Bal w odniesieniu do pola sztuki – sądzę jednak, że jej refleksję można, bez spierania się o status dzieł filmowych czy w ogóle wikłania się w tę dyskusję, wykorzystać również w odniesieniu do filmu. Pomysł holenderskiej badaczki doskonale referuje Mateusz Salwa, pisząc: „Bal traktuje analizowane przez siebie dzieła jako »obiekty teoretyczne«, tj. zakłada, że budują teorię na temat sztuki. Zadaniem badacza nie jest zbudowanie teorii i w ramach interpretacji »przyłożenie« jej do dzieła, lecz przyjęcie odpowiedniej postawy, która wysuwa na plan pierwszy akt patrzenia na dzieło, a raczej wypatrywania w dziele istoty sztuki i jej mechanizmów. Z tej racji analiza dzieła sztuki traktuje tyleż o tymże dziele, co o przyjętym podejściu, sposobie recepcji. [...] Dla Bal [...] dzieła sztuki jako obiekty teoretyczne potrafią tworzyć teorię historii kultury, a co za tym idzie ich analiza i percypowanie oferowanych przez nie teorii na temat sztuki oznacza jednocześnie percypowanie teorii na temat kultury i analogicznie: analizowanie-wpatrywanie się w dzieło sztuki jest uczestniczeniem

w kulturze – preposteryjność rządząca recepcją sztuki rządzi całym współczesnym doświadczeniem”<sup>27</sup>.

Propozycja pisania paradoksalnej, opartej na odwróceniu porządku chronologicznego historii (którą Salwa proponuje nazywać „poprzedniczą” – termin ten jest nie tylko tłumaczeniem, ale też w odróżnieniu od angielskiego *preposterous* ilustruje to złamanie chronologii, przedimek „po” stawiając wcześniej niż „przed”) wydaje się ważna jako kolejny „bezpiecznik” dla badacza, zbyt łatwo dającego się uwieść czystości własnego wyводу. Te paradoksy nie są zresztą tylko narzędziami teoretycznymi, przykładanymi do starych tekstów kultury – wszak wielka gwiazda amerykańskiego kina lat dwudziestych i współzałożycielka wytwórni United Artists, Mary Pickford, miała powiedzieć, że znacznie bardziej logiczny wydawałby się taki rozwój kina, w którym filmy nieme wyrosłyby z *talkies* – a nie odwrotnie. Dla Bał zwrócenie się do historii jest ważne także dlatego, że każdy tekst należy traktować jako ahistoryczny w tym sensie, że jego historię piszemy z aktualnej perspektywy – a w studiach nad filmem, jak zaraz pokażę, dość prosta zdawałaby się refleksja, że dokumenty na temat historii mediów same są tej historii wytworem, wciąż obecna jest w stopniu mniejszym, niż powinna. Niech więc myśl o historii poprzedniczej będzie tu wstępem do korekty historii (a w konsekwencji: teorii) filmu (a w konsekwencji: mediów).

---

<sup>27</sup> M. Salwa, *Historia poprzedników. Kilka uwag wokół koncepcji „preposteryjności”* M. Bał. Korzystałem z wersji przygotowanej w ramach seminarium kulturoznawczego prowadzonego w SWPS pod kierunkiem Anny Zeidler-Janiszewskiej i Wojciecha J. Burszty. Artykuł dostępny [online:] <http://www.kulturoznawstwowps.fora.pl/dyskusja-o-naszach-artykulach,3/historia-poprzednikow-mateusz-salwa,14.html> [dostęp 10.01.2013]. Nieco zmieniona wersja tego tekstu (*Sztuka współczesna jako doświadczenie nowoczesności. Historia „preposteryjna” Mieke Bał*) została opublikowana w książce *Sztuka w kulturze*, red. J. Jeszke, Poznań – Kalisz: Wydawnictwo UAM 2011, s. 35–43.



Przełamanie myślenia w kategoriach nie tylko liniowości, ale też postępu ma dla pokonania teoretycznego kryzysu badań nad mediami znaczenie fundamentalne. Dlatego wróćmy do kategorii, która, jak już pisałem, jest tego kryzysu tyleż przyczyną, co symptomem: do konwergencji. W tej części potraktuję ją jako perspektywę, z której spojrzymy na historię kina.

Jak dotąd wskazałem na wpływ gier na kino i powiązane z tym analogie pomiędzy kinem a innymi elementami oferty przemysłów rozrywkowych. Sięgając po kategorię *movie ride*, pokazałem, że uprzywilejowana pozycja kina wśród „niskich” sposobów spędzania wolnego czasu jawi się jako coraz bardziej wątpliwa. Odwołania do dużych produkcji hollywoodzkich eksponujących zaawansowane technologie, do nie mniej „nowoczesnych” gier czy do parków rozrywki, będących ogromnymi przedsięwzięciami komercyjnymi, mogą jednak sugerować, że niewątpliwa konwergencja tych różnych gałęzi przemysłów kreatywnych bazujących często na tych samych „markach medialnych” to zjawisko nowe, trend związany z opisanym przez Henry’ego Jenkinsa łączeniem się mediów na poziomie technologicznym i biznesowym. Ujęcie zintegrowane nakazuje jednak, zawsze gdy eksponowana jest analityczna praca badacza, wzbogacać obserwacje o element etnograficzny i – *last but not least* – badania kontekstu.

Krytyczna rewizja historii kina trwa już od przynajmniej dwóch dekad. Główny zarzut dotyka tworzenia przez historię filmu „samowystarczalnego, samopodtrzymującego się” przekonania o odrębności języka filmowego – niepowiązanego z innymi mediami, ale też z innymi niż kino miejscami w przestrzeni społecznej<sup>28</sup>. Dlatego na historię kina można spojrzeć – jak

<sup>28</sup> Za: R. Maltby, M. Stokes, *Introduction*, w: *Going to the Movies. Hollywood and the Social Experience of Cinema*, red. R. Maltby, M. Stokes, R. C. Allen, Exeter: University of Exeter Press 2007, s. 2–3.

pisze James Hay – jako na jeszcze jedną filmową opowieść, wielką narrację z głównymi bohaterami, których działania powodują „zwroty akcji”. Oczywiście ta ślepotą na społeczne praktyki budowane wokół filmu słabnie – zwłaszcza od połowy lat dziewięćdziesiątych, bo jednym z symbolicznych momentów zwrotnych w debacie o historii kina było wezwanie Davida Bordwella i Noëla Carrolla do porzucenia „wielkiej teorii” i zajęcie się badaniami średniego poziomu (*mid-level research*), osadzonymi w lokalności i zakorzenionymi w praktyce<sup>29</sup>. Nawet jeśli uznamy, że tego typu apele wpisują się także w walki o władzę nad dyskursem wewnątrz akademii (co dobrze ilustruje kolejny „przełom”, którym ma być wydanie magazynu „Cinema Journal” pod redakcją Sumika Higashi z roku 2004 – poświęcony zwrotowi historycznemu w badaniach filmu i ich otwarciu na badania publiczności i praktyki odbioru, który spotkał się z ostrą krytyką samego Bordwella<sup>30</sup>), to trudno nie zgodzić się, że – jak pisze Eric Vanstorm – badania nad filmem wciąż mają kłopot z przyswojeniem spostrzeżenia, iż teraźniejszość wywiera wpływ na pisanie historii<sup>31</sup>.

Poszukując innych podejść, łączących analizowane tu przeze mnie zjawiska – od kina do parków rozrywki, ale też od kina do innych mediów rozrywkowych – sięgnę po kategorię, która łączy analizę estetyczną kina z rewizją pozycji filmu w stosunku do innych mediów i w której pojawiają się wątki historyczne, dające mi możliwość dalszego prowadzenia

---

<sup>29</sup> *PostTheory: Reconstructing Film Studies*, red. D. Bordwell, N. Carroll, Madison: University of Wisconsin Press 1996.

<sup>30</sup> „Cinema Journal” 2004, 44 nr 1, blok tekstów *In Focus: Film History, or a Baedeker Guide to the Historical Turn*; krytyka Davida Bordwella – *Film and the Historical Turn*, [online:] [www.davidbordwell.net/essays/return.php](http://www.davidbordwell.net/essays/return.php) [dostęp 10.01.2013].

<sup>31</sup> E. Vanstorm, *Notes on the „Historical Turn” and the Uses of Theory*, „Mediascape” Spring 05, [online:] [http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Spring05\\_NotesOnTheHistoricalTurn.html](http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Spring05_NotesOnTheHistoricalTurn.html) [dostęp 10.01.2013].

analizy w kierunku bliższym zainteresowanym praktykom odbioru brytyjskim studiom kulturowym niż klasycznemu filmoznawstwu. Wracając do analogii między historią filmu a historiami opowiadanymi na ekranie można uznać, że i dla tej korekty można znaleźć ekranowe analogie w postaci trendu polegającego na rozbijaniu linearnych opowieści, mnożeniu wątków, ale też, za pośrednictwem eksperymentalnych hipertekstów i coraz liczniejszych paratekstów, którymi obudowana zostaje fabuła filmu, na włączeniu do tej opowieści subiektywnych wyborów widzów. Można tu więc mówić o zerwaniu z perspektywą narzuconą przez opiniotwórczych ekspertów. Jak za Bordwellem przypomina Tomasz Majewski, historia kina skupiona była na „legitymizacji filmu jako pełnoprawnej formy sztuki. Dowodzić tego miała linearna opowieść o rozwoju środków wyrazu, szczególnie technik narracyjnych”<sup>32</sup>. Istotną rolę odegrały też wybory dokonywane – na podstawie recenzji w prominentnych periodykach filmowych w rodzaju „Sight and Sound” – przez kuratorkę zbiorów filmowych MoMA, Iris Barry. „Twórcom filmowej kolekcji MoMA od początku przyświecała modernistyczna wizja kina, będąca specyficzną formą opowieści o samotnych geniuszach, za której prototyp można uznać historię renesansowego malarstwa spisana przez Giorgio Vasarięgo”<sup>33</sup>. Do fantazji o jednostkowym autorze (wciąż wykorzystywanej przez marketing) jeszcze będę wracać, ale w tym momencie istotny jest inny wątek. Fakt, że jednym z elementów tych działań było założenie, iż kino jest medium przede wszystkim narracyjnym – co oczywiście wpisywało je w odpowiednio „wysoki” historyczny rodowód, w którym miejsce znaleźć mogą literatura i teatr, ale już

<sup>32</sup> T. Majewski, *Historia kina po liftingu*, „Kultura Współczesna” 2010, nr 2, s. 181.

<sup>33</sup> Tamże, s. 182.

w marginalnym stopniu cyrk i wodewil (z jarmarczną przeszłością sztuka filmowa miała przecież, na drodze naturalnej ewolucji, uporać się już w swych początkach). Te powiązania błyskotliwie punktuje inny badacz, Marcin Adamczak: „Gdy porównać spisy treści dwóch wydanych niedawno podręczników akademickich – *Teorii literatury XX wieku* Anny Burzyńskiej i Michała Pawła Markowskiego oraz *Historii myśli filmowej* Alicji Helman i Jacka Ostaszewskiego – okazuje się, że ich kolejne rozdziały traktują w zasadzie o analogicznych koncepcjach badawczych, z tą różnicą, iż na gruncie refleksji nad filmem pojawiają się one jako twórcze adaptacje, spóźnione o kilka czy kilkanaście lat, i są swoistym odbiciem teorii literackich, filozoficznych lub psychologicznych”<sup>34</sup>. Adamczak dodaje, że podobieństwa urywają się przy ostatnich rozdziałach, gdy w książce poświęconej teorii literatury pojawia się między innymi poetyka kulturowa – nowy historycyzm kładący nacisk na społeczne, instytucjonalne i technologiczne konteksty powstawania dzieła. Czyli podejście pomniejszające rolę tekstu rozumianego jako autonomiczne dzieło, zwracające zaś uwagę na historyczny kontekst. W wypadku badań filmu taka rewizja najwyraźniej dopiero trwa.

Przywoływany wcześniej Tomasz Majewski w cytowanym tekście zwraca uwagę na wątek dla mnie niezwykle istotny: sankcjonowania „zjawisk” filmowych przez interpretacje krytyków, podchwytywane później przez marketing filmowy, a ostatecznie wpisane do historii medium za sprawą analiz akademickich i decyzji zakupowych podejmowanych przez instytucje sztuki. Odwołanie do historii ma tu więc znaczenie podwójne – rozszerza kontekst analizowanych zjawisk, ale równocześnie wskazuje na manipulacje będące udziałem badaczy. Dlatego

---

<sup>34</sup> M. Adamczak, *Konstruując Alfredów Hitchcocków*, „Kwartalnik Filmowy” 2009, nr 67–68, s. 56.

tak ciekawym momentem jest dokonująca się dziś zmiana paradygmatu – próba opisu nowych zjawisk, w momencie próby podjęcia refleksji nad ich „nowością”, nakazuje przyłożyć wypracowane na ich użytek kategorie do zjawisk „starych”, co w konsekwencji prowadzić musi do rewizji refleksji historycznej, czego relacje kina z innymi mediami są przecież świetnym przykładem. Na ile nasz ogląd historii kina, podporządkowany wizjom, które dyskurs konwergencji kwestionuje, powinien się dziś zmienić? Jakie przykłady z przeszłości, w której możemy dziś wypatrywać argumentów na podparcie nowego spojrzenia, dają się do zmieniającej się sytuacji filmu dopasować? Thomas Elsaesser w tekście *Nowa historia filmu jako archeologia mediów* zwraca uwagę, że impulsem dla podjęcia rewizji historii kina była nie tylko potrzeba odnowienia refleksji nad „językiem filmu”, ale i odczuwalny wzrost konkurencji ze strony innych technologii audiowizualnych, wpisujący się w szereg poruszanych tu przeze mnie zagadnień. To między innymi domowe video i kolejne oderwanie filmu od kinowych ekranów w latach siedemdziesiątych sprawiło, że zaczęto mówić o „śmierci kina” (a przynajmniej o śmierci kina, jakie znamy)<sup>35</sup>. Tę korektę perspektywy, jak nazywa ją Elsaesser, dziś z kolei napędza rozwój mediów cyfrowych i towarzysząca mu konwergencja. Dwa wzmiankowane trendy zwracają uwagę na nowe możliwości powiązań pomiędzy filmem i innymi mediami – w obszar zainteresowania badaczy filmu włączone zostają między innymi maszyny obliczeniowe czy narzędzia komunikacyjne z przeszłości. Równocześnie zakwestionowany zostaje model teleologiczny – zarówno cykliczny, jak i genealogiczny, nie chodzi bowiem o zaledwie rekonfigurację czy uzupełnienie połączeń w linearnej historii filmu. Należy go zastąpić – jak

<sup>35</sup> T. Elsaesser, *Nowa historia filmu jako archeologia mediów*, przeł. G. Nagrodkiewicz, „Kwartalnik Filmowy” 2009, nr 67–68, s. 12.

sugeruje Elsaesser – metaforą relacji rodzinnych: wzajemnych powiązań zjawisk, w których jednak nie sposób wskazać, że jedno wynika bezpośrednio z innego. „Dopiero teraz zdajemy sobie sprawę z tego, że niemal wszystkie historie typu »od... do...« były w ten czy inny sposób głęboko wadliwe. Istotnie, w odniesieniu do faktów wydają się one tak nieściśle, że składają do zastanowienia się nad tym, jakie rodzaje intelektualnego kuglarstwa albo aktów autocenzury musiały dojść do głosu, by »poszła w zapomnienie« tak ogromna wiedza o wczesnym kinie oraz tak wiele dyskursów dotyczących koloru, dźwięku i rozlicznych eksperymentów z gigantycznymi ekranami oraz okularami 3D»<sup>36</sup>. Elsaesserowi wtóruje Siegfried Zielinski, który w przedmowie do polskiego wydania swojej *Archeologii mediów*, stanowiącej fascynujący katalog wynalazków mniej znanych, zapomnianych przez historię mediów, a kreślących mniej znane trajektorie ich przemian, pisze: „Nadrzędnym celem mojej archeologicznej pracy jest ciągle odnajdywanie Nowego w Starym»<sup>37</sup>. I dalej: „Ażeby jednak terazniejszość w historii pojąć nie tylko tam, gdzie jest to wskazane, jako brzemię i zobowiązanie, ale tam, gdzie się to oplaca, pozwolić mu na rozwój jako szczególnej atrakcji, trzeba innej postawy niż ta, która w tym, co nowe, potrafi tylko odnajdować wciąż potwierdzenie tego, co stare. Historia w takiej perspektywie jest w gruncie rzeczy tylko obietnicą ciągłości, jest świętowaniem stałego kroczenia naprzód pod znakiem humanizmu. To wszystko już kiedyś było, choć w formie mniej wyrazistej. Wystarczy tylko lepiej się przyjrzeć. Stulecia są po to, aby wygładzać i doskonalić wielkie archaiczne idee. Kiepska to pedagogika. Nudna i paraliżująca konieczną niezmordowaną pracą nad

---

<sup>36</sup> Tamże, s. 21–22.

<sup>37</sup> S. Zielinski, *Archeologia mediów*, przeł. K. Krzemieniowa, Warszawa: Oficyna Naukowa, s. XII.

dokonywaniem zmian. Opłaca się pomyśleć i eksperymentalnie wypróbować odwrócenie jako zamierzone przesunięcie: nie szukać w nowym starego, tego, co już zawsze było, ale w starym odkrywać to, co nowe, co zaskakujące. Jeśli takie odkrywanie ma się poszczęścić, trzeba różnymi sposobami rozstawać się z tym, co nawykowe”<sup>38</sup>.

Te rozstania ze starymi nawykami nie są rzecz jasna łatwe. Jak w innym artykule zwraca uwagę Elsaesser, „historycy filmu zapewne zbyt dużo czasu spędzili w ciemności”<sup>39</sup> i jeśli określenie to potraktujemy nie tylko jako czystą złośliwość, to możemy odczytać to na dwa sposoby. Pierwszy – związany z tak kochanymi przez filmoznawców metaforami optycznymi: to ślepotą, przypadkowe bądź celowe (co nie znaczy: oparte na złych intencjach) niedostrzeganie faktów, które do teleologicznej wizji kina jako medium osobnego nie przystają. Drugi – to uznanie, że historycy filmu zbyt wiele czasu poświęcili oglądaniu filmów, odwracając się tym samym od innych, pokrewnych mu form rozrywki, czy nawet od oglądania go na inne sposoby niż wizyta w kinie. Stąd wezwanie niemieckiego badacza do rewizji historii kina: „Relacja nowych mediów cyfrowych do kina nie jest kwestią opozycji do klasycznego kina (w postaci »powrotu« kina atrakcji), ani też McLuhanowskiej subsumpcji czy emulacji. Wczesne kino, kino klasyczne i współczesne postkino mogą być również postrzegane w innej, zapewne bardziej złożonej linii rozwoju, gdzie każde z nich wyznacza krok w stronę oderwania obrazów od ich metarialnych referentów – historii, która mogłaby cofnąć nas przynajmniej do renesansu. Jeśli w przejściu od kina wczesnego w klasyczne to

---

<sup>38</sup> Tamże, s. 6.

<sup>39</sup> T. Elsaesser, *Early Film History and Multi-Media. An Archeology of Possible Futures?*, w: *New Media Old Media History Theory Reader*, red. W. Hui Kyong Chun, T. Keenan, London: Routledge 2006, s. 23.

narracja jako logika wynikania i wnioskowania zarówno »tłumaczyła«, jak i »chroniła«, to »tu« i »teraz« obrazu, przejście z trybu fotograficznego do postfotograficznego czy cyfrowego umożliwia ruchomym obrazom »reprezentację« czasu na sposoby niepowiązane z narracją, będącą dotychczas najbardziej znajomym oparciem przestrzenno-czasowym i rejestrem indeksującym kina. A skoro tak, ruchomy obraz zwiąże się z kulturą opowiadania historii tylko na krótką chwilę, drobnych kilkaset lat lub coś koło tego, zanim rozpocznie dalszą podróż. Bez wątpienia, odkąd wiemy, dokąd zmierza, potrzebna będzie nam także nowa »archeologia«<sup>40</sup>.

Interesujące jest zresztą to „dopiero teraz” – bo przecież rewizja namysłu nad filmem trwa od mniej więcej ćwierćwiecza. Na ile głęboki jest jej wpływ na myślenie o kinie? W polskim piśmiennictwie tematem tym wnikliwie zajmuje się Andrzej Gwóźdź<sup>41</sup>, który w drugim wydaniu książki *Obrazy i rzeczy. Film między mediami* pisze: „Współcześni teoretycy filmu nie spieszą się wcale z opuszczeniem platońskiego przybytku – uprawiają niemal bez reszty teorię filmu w kinie. I to w kinie jednej tylko formacji historycznej, poprzedzającej awans elektroniki i nowych mediów. Wprawdzie wszyscy nieomal milcząco przyjmują, iż film nie jest przypisany owej jednej tylko, historycznie wprawdzie pierwotnej, ale od dawna

---

<sup>40</sup> T. Elsaesser, *Nowa historia filmu...*, dz. cyt., s. 24.

<sup>41</sup> Na długiej liście publikacji tego autora poświęconych relacjom filmu z innymi mediami i jego funkcjonowania „po kinie”, znajduje się m.in. tom *Kino po kinie*, red. A. Gwóźdź (Warszawa: Oficyna Naukowa 2010) – symptomatyczny także dlatego, że choć po raz kolejny zajmuje się tym, co „po” kinie, to nie jest poświęcony teraźniejszości i przyszłości, lecz przede wszystkim teraźniejszości i przeszłości, trochę jakbyśmy zachłystując się nowościami, wreszcie dostrzegli ich powiązania z historią mediów. Interesujących opracowań związanych z wczesnymi kontekstami funkcjonowania kina dostarczają także *Filmowcy i kiniarze. Z dziejów X muzy na Górnym Śląsku*, red. A. Gwóźdź, Kraków: Rabid 2004.



już niewyłącznej formie kontaktu z widzem, to jednak na zakres i profil podejmowanych badań nie ma to większego wpływu<sup>42</sup>. Od wydrukowania tych słów upłynęła już dekada. Na ile się zdezaktualizowały? Nie ma jednej odpowiedzi, ale warto w tym miejscu przytoczyć *Raport o stanie polskiego filmoznawstwa*, w którym Tadeusz Lubelski jako największy dorobek dyscypliny ostatnich lat wskazuje powstanie licznych opracowań historycznych, by na końcu dodać: „Kryzys przechodzą dziś filmoznawcze badania teoretyczne”. Kryzys teorii nie szkodzi, jak widać, badaniom historycznym – zwłaszcza jeśli traktować je jako obszary odrębne<sup>43</sup>.

Znaczące jest, że wśród rodzimych autorów najwięcej jest takich, którzy – zgodnie z myślą Elsaessera – do historii kina dotarli drogą przynajmniej częściowo prowadzącą poprzez „nowe media”, choć, o czym wspomina ten sam autor, i w wypadku mediów elektronicznych nie brak alternatywnych narracji (jak analizować wpływ, jaki na praktyki korzystania z filmów wywarł internet i pilot do telewizora? jak je ze sobą porównywać?)<sup>44</sup>. Z tej perspektywy „filmowe” rozdziały tej

<sup>42</sup> A. Gwóźdź, *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków: Universitas 2003 (wyd. drugie poprawione; pierwsze miało miejsce w roku 1993), s. 17.

<sup>43</sup> T. Lubelski (współpraca: A. Gwóźdź, T. Szczepański), *Raport o stanie polskiego filmoznawstwa*, „Kwartalnik Filmowy” 2010, nr 71–72, s. 311.

<sup>44</sup> Podobny zabieg można przeprowadzić choćby w odniesieniu do opartej na dyskursie nowości i nieustannych technologicznych zmian branży gier wideo. W ten właśnie sposób na przykład Jussi Parikka i Jaako Suominen kwestionują standardową narrację o początkach gier wideo, w której jawią się one jako narzędzia testowe dla informatyków. Prezentując alternatywę opisują oni historię mobilnego grania, ale nie w oparciu o historię produktów Nintendo, Sony czy Nokii, ale sięgając do XIX wieku, gwałtownego zwiększenia mobilności jednostek i potrzeby osvajania zwłaszcza podróży kolejowych, które oderwały podróż od doświadczania otoczenia w inny sposób niż tylko panorama za oknem. Wtedy powstały specjalne „podróżne” edycje książek i magazynów, rozwinął się przemysł gier karcianych i planszowych. Później powstały służące podobnym celom urządzenia elektroniczne – radio tranzystorowe i walkman (zob. J. Parikka, J. Suominen, *Victorian Snakes? Towards A Cultural History of Mobile Games and the Experience of Movement*, „Game Studies”

książki wpisują się w postulat pisania historii filmu, którą Elsaesser rozumie jako archeologię mediów, skoncentrowaną na tropieniu różnych połączeń i relacji, nie tylko tych, które są najsilniej usankcjonowane. Równocześnie historia filmu skoncentrowana na filmie skazana jest na niepowodzenie – bo arbitralnie odcina wiele istotnych dla medium powiązań z innymi formami wizualnymi i arbitralnie konstruuje dwubiegunowe modele, zakładające ostre podziały i polaryzacje: kino prymitywne i instytucjonalne, artystyczne i komercyjne itd. Dlatego tak ważne jest dowartościowanie wczesnego kina, porzucenie jego wizji jako niedoskonałej wersji kina późniejszego na rzecz uznania odrębnej wizji medium. A przede wszystkim: zakwestionowanie legitymizacji dla uznania pewnego tylko wycinka produkcji filmowej – narracji fikcjonalnej, opartej na wytwarzaniu złudzenia rzeczywistości – jako „dojrzałej”.

Pierwszym projekcjom filmowym towarzyszyły często inne atrakcje – film stanowił na przykład tylko jedną z pozycji wodewilowego czy cyrkowego pokazu. Jak pisze choćby Edward Zajiček, „od 1897 roku »Kontynentalny Eden – Teatr B. Schenka« wyświetlał żywe fotografie, oprócz popisów cyrkowych, pantomim itp.”<sup>45</sup> To fakt powszechnie znany, jednak w badaniach filmu bez porównania więcej uwagi poświęcono

---

2006, vol. 6, [online:] [http://gamestudies.org/0601/articles/parikka\\_suominen](http://gamestudies.org/0601/articles/parikka_suominen); [dostęp 10.01.2013]). Z kolei Erkki Huhtamo, zajmując się elektronicznymi maszynami do grania w miejscach publicznych, jako ich protoplastów wskazuje protointeraktywne maszyny wrzutowe, takie jak mutoskop czy fenakistoskop. Można więc uznać, że sytuacji, w których możliwe jest skuteczne poszukiwanie analogii między kinem i grami wideo, dostarcza już ich XIX-wieczna prehistoria (zob. E. Huhtamo, *Slots of Fun, Slots of Trouble. An Archaeology of Arcade Gaming*”, w: *Handbook of Computer Games Studies*, red. J. Raessens, J. Goldstein, Cambridge, MA: MIT Press 2005). Zob. także A. Nacher, *Negocjacje protokołu. Dlaczego warto kreślić odmienne historie nowych mediów?*, w: *Granice kultury*, red. A. Gwóźdź, Katowice: Śląsk 2010.

<sup>45</sup> E. Zajiček, *Poza ekranem. Polska kinematografia w latach 1896-2005*, Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich 2009, s. 11.

jego powiązaniom z fotografią i latarnią magiczną. Warto jednak rozbić te przerdzewiałe już nieco łańcuchy połączeń i przyjrzeć się, jakie inne „grafie” wyprzedzały kinematografię, pamiętając, że relacje pomiędzy nimi nie były od początku ustalone w sposób, do którego przywykliśmy. Nie tylko w zakresie podziałów na „lepszą” i „gorszą” rozrywkę, ale też na rozrywkę i inne użycia. Rentgenografia wydawała się na przykład technologią o potencjale przede wszystkim rozrywkowym – jak pisze Jurij Cywjan w tekście *Rentgen, chirurgia, mikroskop w semiotyce wczesnego kina*: „W latach 1897–1898 aparat rentgenowski był uważany za lepszy atrakcyjny niż kinematograf i jarmarczne kinematografy wypełniały się jedynie wówczas, kiedy w przerwach między filmami demonstrowano »promienie X i obrazy ludzkich wnętrzności«”<sup>46</sup>. Wynalazek Roentgena nie był więc „oryginalnie” naukowy, jak dziś zwykliśmy uważać. Towarzyszące mu praktyki społeczne ulokowały go w obszarze atrakcji wizualnych i – jakkolwiek kłopotliwie by to dziś nie brzmiało – kina (cytowany Cywjan sugeruje, że między innymi niektóre filmy Mélièsa mogły powstać z inspiracji rentgenem). W tym kontekście można przywołać słowa Zielinskiego, który o granicach filmowości pisze w sposób radykalny: „Miejsce filmu było od zawsze wszędzie”<sup>47</sup>.

<sup>46</sup> J. Cywjan, *Rentgen, chirurgia, mikroskop w semiotyce wczesnego kina*, przeł. B. Żyłko, „Konteksty” 1998, t. 52, z. 3-4, s. 128. O dwoistym charakterze pokazów rentgenowskich pisze też Andrzej Gwóźdź, wspominając, że szkocki lekarz John Macintyre w tym samym roku 1897 prezentował swoje filmy rentgenowskie zarówno naukowcom, jak i damom z towarzystwa (*Kino po kinie – film po kinie*, w: *Kino po kinie*, dz. cyt., s. 13–14).

<sup>47</sup> S. Zielinski, *Już nie kino, ani telewizja... U źródeł nowej historycznej formy filmowości*, przeł. J. Ostaszewski, w: *Współczesna niemiecka myśl filmowa. Antologia. Od projektora do komputera*, red. A. Gwóźdź, Katowice: Śląsk 1999, s. 202.

Nieoczywiste jest też znaczenie, jakie XIX-wieczna widownia przywiązywała do aspektu technologicznego filmu. Matthew Solomon wskazuje na przykład, że o ile przywykliśmy do traktowania jako mediów prekinematograficznych latarni magicznej i fotografii, to przecież równie dobrze elementy spektaklu połączonego z ruchem można odnaleźć w cieniografii, polegającej na pokazywaniu historii poprzez prezentowanie na ekranie cieni dłoni, czy w chapeaugrafii, której mistrzowie „wyczarowywali” rozmaite kształty – dosłownie – z kapelusza. Innym przykładem są przedstawienia *quick-change*, podczas których widownia oglądała transformistę, czyli showmana błyskawicznie zmieniającego stroje. Choć dziś spektakle tego typu stanowią niszę przemysłu rozrywkowego, to w początkach kina ich pokrewieństwo z filmem było wyraźne, czego dowodzić może częste ich uwiecznianie na taśmie. Sugeruje to, że być może widownia, która występy takich mistrzów *quick-change* i *chapeaugraphy* jak Fregoli, Drewey czy Devant oglądała w tych samych salach co pokazy filmowe, w jednym i drugim wypadku ekscytowała się właśnie dynamiką i szybkością zmian<sup>48</sup>. Ważna mogła być też próba zrozumienia: jak to możliwe, jak to działa? W tym kontekście sprzedawane podczas pokazów cieniografii książeczki pokazujące widzom, jak ułożyć palce, by uzyskać efekt zbliżony do cieni generowanych przez profesjonalistów, jawią się jako zapowiedź produkcji *making of*, stanowiących nieodłączną dziś część materiałów umieszczanych na płytach DVD i pokazujących sekrety planu filmowego.

---

<sup>48</sup> M. Solomon, *Twenty-Five Heads under One Hat. Quick-Change in the 1890s*, w: *Meta-morphing: Visual Transformation and the Culture of Quick Change*, red. V. Sobchack, Minneapolis: University of Minnesota Press, s. 4. W Polsce transformiści występowali w łódzkim kinie Junoda i Vortheila - zob. Ł. Biskupski, *Miasto atrakcji*, w przygotowaniu.

Oczywiście wyznaczników kinowości można szukać i gdzie indziej – pisząc o dioramach i panoramach, Andrzej Gwóźdź wskazuje na aspekt symulacyjny: „[...] nie tyle model panoptikonu ulokowany w perspektywie jaskini platońskiej (i szerzej – w matrycy więzienia), ile zasada spojrzenia panoramicznego na wystawiony na pokaz świat, z względnie stałym punktem widzenia na platformie, strukturuje tożsamość widza w kinie, i co nie mniej ważne – instaluje nowy typ praktyk, już nie tyle iluzorycznych, co przede wszystkim symulacyjnych, opartych na zasadzie »więcej niż rzeczywistości«. Tam zaś, gdzie pojawia się symulacja, nieuchronnie wkracza na scenę dotyk, co oznacza, że punkt, w którym wchodzi się do panoramy, jest »punktem przebywania«, a nie »punktem widzenia« [...] »I właśnie to połączenie pojęcia zamkniętego miejsca z pojęciem podróży obecne jest do dziś w seansie kinowym« – wnioskuje Anne Friedberg. Symulacyjne (ale i wyraźnie somatyczne) walory owej rekontekstualizacji podróży – jej zamknięcie w kapsule kina wraz z zaawansowanym modelem kinowych atrakcji w kompletnym symulakrum kolei – wcielała wzorcowo w życie zainicjowana pokazem w Saint Louis podczas Wystawy Światowej w roku 1904 sieć kin Hale’s Tours”<sup>49</sup>. To przykład niezwykle trafny – wszak kolej, sama w sobie będąc, zwłaszcza w początkach XX wieku, czymś spektakularnym, w spektakl przekształcała także to, co widać za oknem wagonu. Pisał o tym w swoich tekstach o berlińskich ulicach Siegfried Kracauer: „Gdy przekracza się Friedrichstraße, idąc w kierunku dworca, często widać w górze potężną lokomotywę pociągu tranzytowego. [...] Lecz cóż

---

<sup>49</sup> A. Gwóźdź, *Skąd się (nie) wzięło kino, czyli parahistorie obrazu w ruchu*, w: *Historia kina*, t. 1: *Kino nieme*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków: Universitas 2010, s. 66.

za widowisko oferuje sama Friedrichstraße temu, kto siedzi na lokomotywie!”<sup>50</sup>.

Wróćmy jednak do Hale’s Tours, zwłaszcza że przedsięwzięcie to ponownie odsyła nas w stronę parków rozrywki – jak pisze Gwóźdź, były strażak George Hale najpierw oferował swym klientom hot dogi, lody i mrożoną herbatę, później pokaz gaszenia pożaru, by wreszcie w sali kinowej zaaranżowanej w formie wagonu kolejowego, z bileterami przebranymi za konduktorów, pokazać im przy odgłosach pędzących parowozów zarejestrowane przez zamocowane na nich kamery obrazy. Choć historię tę można zapętląć w nieskończoność – poszukując protoplastów tego typu rozrywki, można powołać się nie tylko na panoramy, ale też na historię z roku 1895, kiedy pisarz H. G. Wells wraz z filmowcem Robertem Paulem aplikowali o patent na urządzenie symulujące wehikuł czasu, opisany w powieści tego pierwszego. Urządzenie miało łączyć projekcję filmową z ruchomymi platformami, na których umieszczono siedzenia widzów. Opisujący ten (i kilka innych, w tym „morski” projekt Mareorama braci Lumière) projekt Raymond Fielding wspomina jednak, że ze względu na koszty i trudności techniczne przedsięwzięcie doczekało się swej realizacji dopiero... w atrakcji „Trip to the Moon”, otwartej w kalifornijskim Disneylandzie w roku 1955<sup>51</sup>. Z kolei filmowa – wedle obecnych standardów – część pokazu oferowanego w sieci byłego strażaka była przykładem popularnego przecież w epoce wczesnego kina gatunku *phantom rides*. Pierwszą tego typu produkcją był *The Haverstraw Tunnel* (1897) American Muto-

---

<sup>50</sup> S. Kracauer, dz. cyt., s. 315–316. Za wskazanie tego tropu dziękuję Annie Zeidler-Janiszewskiej.

<sup>51</sup> R. Fielding, *Hale’s Tours: Ultrarealism in the pre1910 Motion Picture*, s. 116–130, w: *Film Before Griffith*, red. John L. Fell, Berkeley: University of California Press 1983.

scope Company, który w ciągu kilkunastu miesięcy od premiery zyskał dziesiątki naśladowców, zwłaszcza we Francji i Wielkiej Brytanii. Brytyjscy operatorzy filmowali nie tylko podróże na lokalnych liniach, lecz także atrakcyjne trasy zagraniczne, a popularnym motywem, obecnym już w tytule protoplasty gatunku, były przejazdy przez tunele. Popularność *phantom rides* tłumaczono silniejszym niż w wypadku innych produkcji, wykorzystujących statyczną kamerę, eksponowaniem ruchu – nie tylko na ekranie, ale i w jego głąb. W oczywisty sposób można je też skojarzyć z jednym z prefilmowych doświadczeń, dostępnych ludziom w XIX wieku – podróżą pociągiem i obserwowaniem przesuwanego się krajobrazu, wpisanego w ramę okna. W ciągu pierwszej dekady popularności kilkuminutowe *phantom rides* stanowiły jeden z elementów programu pokazów filmowych, obok *actualities* czy filmów trikowych<sup>52</sup>. Dzisiejszy gość Disneylandu czy Universal Studios podczas *movie rides* przeżywa emocje podobne do tych, jakich musiał doświadczać operator *phantom rides*, przywiązujący się razem z kamerą do zderzaka pociągu. A wraz z nim: widzowie.

Przykłady podobieństw można mnożyć – zarówno na poziomie eksperymentów artystycznych<sup>53</sup>, jak i w produkcjach popularnych. W dobie kultury remiksu niestabilność filmów się eksponuje – przedstawiony wcześniej przypadek płyt DVD z alternatywnymi wersjami produkcji filmowych jest tu dobrym przykładem – ale przecież film jako tekst rekonfigurowalny funkcjonował już znacznie wcześniej, i to na jak najbardziej popularnym poziomie. W carskiej Rosji kiniarze uważali, że ze względu na przyzwyczajenia z teatru tamtejsi widzowie nie lubią *happy endów* – dlatego pokazywane na tamtejszych ekranach

<sup>52</sup> Ch. Hayes, *Phantom Rides*, [online:] <http://www.screenonline.org.uk/film/id/1193042/> [dostęp 10.01.2013].

<sup>53</sup> Por. A. Gwóźdź, *Kino po kinie – film po kinie*, dz. cyt., s. 20–24.

fabuły zazwyczaj miały dramatyczne finały, choć w innych krajach kończyły się szczęśliwie. Przykładem mogą być filmy twórcy legendarnej *Aelity*, Jakowa Protazanowa. w tym nakręcony przez niego w roku 1914 obraz *Drama u telefona*, będący remakiem *Samotnej willi* Griffitha – która, o ironio, często przytaczana jest jako przykład zastosowania zabiegu narracyjnego polegającego na ukazywanym zazwyczaj przez montaż równoległym ocaleniu bohaterów w ostatniej chwili. W wersji rosyjskiej jednak ojciec, który u Griffitha wraca do domu, by ocalić z rąk bandytów swą żonę i dziecko, pojawia się zbyt późno – i znajduje zwłoki. Z kolei zrealizowany przez Protazanowa w tym samym roku film *Rukoju matieri* w wersji eksportowej kończył się wyzdrowieniem chorej bohaterki. Zakończenie wyświetlane w rosyjskich kinach pokazywało ją w trumnie<sup>54</sup>. Gdyby napisać o tym językiem stosowanym w badaniach mediów cyfrowych, często ocierających się przecież o kulturowy populizm, można by stwierdzić, że widzowie stawali się współautorami filmu – wywierając presję na producentów, doprowadzali do przebudowy tekstu filmowego<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> Więcej na ten temat: I. Tsivian, *Silent Witnesses: Russian Films 1908–1919*, London: BFI 1989 (wcześniej autor przywoływany był przeze mnie w polskiej transkrypcji jako Jurij Cywjan).

<sup>55</sup> Oczywiście tematu nie wyczerpują odwołania nawiązania do mediów cyfrowych. S.V. Srinivas w tekście *Hong Kong Action Film in the Indian B-Circuit* („Inter-Asia Cultural Studies” 2003, vol. 4, nr 1, s. 40–62) pisze na przykład o obiegu filmów w indyjskim stanie Andhra Pradesh (i częściowo w innych południowych stanach Indii, gdzie niewiele jest dużych miast). Trafiają tam kopie filmów kung-fu z Hong Kongu, które najpierw zostają wykupione przez kiniarzy z dużych indyjskich miast, a później, już na skraju fizycznego rozpadu, właśnie na prowincję, gdzie zmieniają tytuły i są przemontowywane tak, aby widzowie dostali za swoje pieniądze jak największą dawkę akcji – zwłaszcza że część filmów rozpowszechnianych jest w angielskiej wersji językowej i widzowie po prostu nie rozumieją dialogów. Doklejane bywają też sceny erotyczne, których w silniej sformalizowanym i kontrolowanym indyjskim obiegu kinowym po prostu ze względu na cenzurę nie można obejrzeć. Z kolei przy uwzględnieniu perspektywy historycznej przykłady wywierania przez odbiorców presji na twórców można znaleźć wcześniej choćby



## Kino oswojonych atrakcji

Kategorią zmieniającą myślenie o historii filmu – zmieniającą ją w historię paradoksalną bądź archeologię mediów – jest „kino atrakcji”. Związana z nią redefinicja spojrzenia na film dokonała się w roku 1986, gdy ukazały się dwa już dziś klasyczne teksty Toma Gunninga i Andre Gaudreaulta. Pierwszy z nich, autorstwa Gunninga, to artykuł *The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*; drugi to wspólne przedsięwzięcie obu autorów, pokłosie wystąpienia na konferencji w Cerisy w roku 1985 – tekst *Le cinéma des premiers temps: un défi à l'histoire du cinéma?*<sup>56</sup> Pierwszy był wielokrotnie przedrukowywany, ale też poddawany korektom autora, który jego ostateczną wersję opublikował w roku 1990<sup>57</sup>.

W swym artykule *The Cinema of Attraction* Gunning podejmuje refleksję nad „dziwnie heterogeniczną relacją” wczesnego kina z tym, co nastąpiło w filmie później<sup>58</sup>. Tekst przede wszystkim negocjuje tradycyjny podział na kino narracyjne i nienarracyjne, włączający najczęściej wczesne produkcje

---

w literaturze popularnej, czego najlepszym przykładem może być „przywrócenie do życia” Sherlocka Holmesa przez Arthura Conan Doyle’a, będące wynikiem protestów wielbicieli, ale też związanego z nimi ogromnego spadku zainteresowania prenumeratą magazynu „Strand”, gdzie ukazywały się przygody detektywa.

<sup>56</sup> T. Gunning, *The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, „Wide Angle” 1986, nr 3–4, s. 63–70; T. Gunning, A. Gaudreault, *Le cinéma des premiers temps: un défi à l'histoire du cinéma?*, jako *Eigashi No Hohoron*, „Gendai Shiso. Revue de la Pensée d’Aujourd’hui”, 14.12.1986, s. 164–180 (w dalszej części korzystam z anglojęzycznej wersji tego artykułu).

<sup>57</sup> Pod zmienionym tytułem *Cinema of Attractions* (choć akurat w polskim tłumaczeniu znika rozróżnienie na liczbę pojedynczą i mnogą „atrakcji”) w tomie *Early Cinema: Space Frame Narrative*, red. T. Elsaesser, London: BFI 1990, s. 56–62.

<sup>58</sup> T. Gunning, *The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, w: *The Cinema of Attractions Reloaded*, red. W. Strauven, Amsterdam: Amsterdam University Press 2006, s. 381.

filmowe w stereotypową opowieść o nieświadomych specyfiki nowego medium filmowcach, którzy stopniowo odkrywali jego potencjał i rozwijali umiejętność snucia złożonych opowieści. W zamian Gunning proponuje podział na kino, w którym ważna jest cała opowieść, i kino, w którym chodzi głównie o pokazanie widowni serii egzotycznych, ekscytujących i poruszających obrazów – „atrakcji”. Według Eisensteina, atrakcja to szczytowy moment pokazu, element produkujący „wstrząs emocjonalny”, zapożyczony jeszcze z francuskiej tradycji teatru Grand Guignol, epatującego przemocą i często odwołującego się do skrajnych stanów emocjonalnych (od paniki po szaleństwo), w których sytuacja wymyka się spod kontroli i dochodzi do orgii przemocy. Gunning niemal wprost adoptuje tę kategorię, widząc jej przejawy w każdym elemencie szoku, agresywnym zwróceniu się do widza – a nie tylko wyjściu naprzeciw jego oczekiwaniom<sup>59</sup>. Atrakcje stosowano z pełną świadomością, czego dowodzić może choćby przytaczany w artykule Gunninga cytat z Mélièsa: „Przez dwadzieścia lat robiłem filmy fantastyczne wszystkich typów i moim głównym zajęciem było zawsze znalezienie do każdego filmu nowego tricku, dużego głównego efektu specjalnego i końcowej apoteozy. Potem usiłowałem wybrać najlepszy okres na kostiumy, w które ubierałem moje postaci [...], a kiedy to wszystko było już ustalone, szkicowałem tło dla akcji, zgodnie z epoką i kostiumami, które wybrałem. Jeśli chodzi o scenariusz, »opowiastkę«, »historię«, martwiłem się o nie dopiero na samym końcu. Mogę potwierdzić, że scenariusz tak wykonany był bez jakiegokolwiek znaczenia, ponieważ moim jedynym celem było użycie go jako »pretekstu« do »inscenizacji«, dla »tricków« lub dla malowniczych żywych obrazów” oraz że „w tym wypadku scenariusz jest tylko nicią używaną do trzymania

---

<sup>59</sup> W. Strauven, *Introduction to an Attractive Concept*, w: *The Cinema of Attractions Reloaded*, dz. cyt., s. 18.

razem »efektów«, które nie mają ze sobą wiele wspólnego, tak jak konferansjer w rewii scenicznej istnieje wyłącznie po to, żeby związać razem sceny niemające oczywistego ze sobą powiązania»<sup>60</sup>. Trudno te słowa połączyć z myśleniem o filmowych analfabetach, których produkcje miały szczątkową fabułę tylko dlatego, że z budowaniem bardziej złożonej twórcy sobie nie radzili. Wizję tę krytykuje między innymi Andre Gaudreault, który pisze: „Pierwsze pokolenie historyków filmu (takich jak Lewis Jacobs w Stanach Zjednoczonych i Georges Sadoul we Francji) postrzegało pierwszych filmowców jako wyznaczających etapy w rozwoju późniejszego, narracyjnego stylu realizacji filmowych. Pogląd ten doprowadził do powstania ewolucyjnego i »postępowego« modelu historii filmu, która przesuwiała się (na przykład) od Georges’a Mélièsa do Edwina Portera i do Davida W. Griffitha i w której każdy z nich jest traktowany jako doskonalący technologię i formę kinematograficzną. Jednakże model »postępowy« przesłonił nam unikatowe, indywidualne cechy dzieła każdego z tych filmowców (i innych), których projekty estetyczne różniły się od siebie zasadniczo. Podstawowy błąd historyków postrzegających wczesne kino w roli prymitywnego prekursora kina postGriffithowskiego tkwi w tym, że odmawiają temu okresowi cech swoistych»<sup>61</sup>.

Ta reorientacja spojrzenia na wczesne kino nakazuje inaczej spojrzeć też na kino dzisiejsze. Musimy zastanowić się: jakie elementy są ważne dla kina atrakcji? Przede wszystkim zdolność pokazywania. To nie kino voyeurystyczne, lecz ekshibicjonistyczne (Gunningowskie rozróżnienie u innych autorów, między innymi

<sup>60</sup> T. Gunning, *The Cinema of Attraction[s]...*, dz. cyt., s. 382; tu korzystam jednak z tłumaczenia umieszczonego w tekście A. Gaudreault, *Teatralność, narracyjność i trickowość. Oceniając kino Georges’a Melièsa*, przeł. A. Melero-wicz, w: *W cieniu braci Lumiere. Szkice o początkach kina*, red. M. Hendrykowski, Poznań: Ars Nova 1995, s. 29.

<sup>61</sup> A. Gaudreault, *Teatralność, narracyjność...*, dz. cyt., s. 24.

Elsaessera, bywa przekładane na podobną, choć nie całkiem tożsamą opozycję między narracją – opowiadaniem a monstrancją – pokazywaniem). Tłumaczy to, dlaczego w filmach takich jak *Napad na ekspres* Edwina S. Portera (1903) aktorzy nie respektowali znanego z późniejszego klasycznego kina hollywoodzkiego zakazu spoglądania w kamerę. W kinie atrakcji to rozbijające iluzję bezkarnego podglądania spojrzenie nie ma znaczenia, bo nie chodzi tu o iluzję, lecz o przyciągnięcie uwagi widza. Jak pisał cytowany przez Gaudreaulta John Frazier: „Kiedy aktorzy w *Podróży na Księżyc* kłaniają się i rozpoznają publiczność, nie jest to, jak często sugerowano, jedynie naiwne niezrozumienie różnicy między sceną a ekranem. Jest to jawne rozpoznanie i szacunek dla widowni przyzwyczajonej do konwencji sceny popularnej”<sup>62</sup>. Dlatego nawet tam – choćby i u samego Mélièsa – gdzie historia nie jest szczątkowa, też trudno przypisywać jej nadmierne znaczenie: „Opowieść po prostu dostarcza ramy, pozwalającej połączyć serię demonstracji magicznej siły kina”<sup>63</sup>. Ten cytat zresztą zachowuje aktualność i w dzisiejszym kontekście – bo przecież po zanegowaniu teleologii trudno uznać, że kino atrakcji to wyłącznie kategoria historyczna. Zwłaszcza że każda nowa technologia może być postrzegana jako magia. Nie wierzymy w czary, ale zachwycają nas nowe możliwości techniczne. Stąd w hollywoodzkich blockbasterach, podobnie jak niegdyś w filmach Mélièsa, choć obecna jest fabuła, to ważne są ujęcia, sceny demonstrujące możliwości, jakimi dysponują dziś studia filmowe. To zresztą znów pokazuje nam historyczną ciągłość – przecież na początku historii filmu atrakcją był sam kinematograf (określany mianem „atrakjonu”). A przykład Mélièsa, do którego w swoich tekstach nieustannie odnoszą się Gunning i Gaudreault, jest zresztą

---

<sup>62</sup> Tamże, s. 27. Odległym echem tego zabiegu są „mrugnięcia okiem” do widzów w takich filmach jak opisywane wcześniej *Shootem Up* czy *Adrenalina*.

<sup>63</sup> Gunning, *The Cinema of Attraction[s]*..., dz. cyt., s. 383.

znaczący o tyle, że przecież w archaicznym podziale na filmowców wierzących w rzeczywistość (Lumière) i obraz to jemu właśnie przypadła rola „ojca filmu fabularnego”. Relacja proponowana widzowi przez filmy Mélièsa – i innych twórców wczesnego kina – prawie zawsze polega na rozpoznaniu iluzji (i ekscytacji nią), co po raz kolejny pozwala skojarzyć wczesne kino z najnowszymi możliwościami rozrywkowych symulacji. Figura Mélièsa jest istotna także dlatego, że pozwala ukazać jako jednego z ojców kina nie literata czy dramaturga, lecz iluzjonistę, zarabiającego na życie pokazywaniem magicznych sztuczek.

Dla Gunninga kino atrakcji jest też wehikułem wyznaczającym alternatywne wizje rozwoju kina, łączącym wczesne produkcje zarówno z dzisiejszymi blockbusternymi, jak i awangardą. Gunning przypomina, że z dowartościowywaniem opowiadania kosztem pokazywania polemizowano już sto lat temu – filmowy ekshibicjonizm na zasadzie zerwania z tradycją ekscytował Mariennetiego, który pisał o odejściu od „statycznego” i „głupiego” podglądacza w tradycyjnym teatrze<sup>64</sup>. Choć więc dziś wielu wykształconych widzów czuje się w obowiązku, by pogardliwie traktować produkcje takie jak oparty głównie na eksponowaniu możliwości technicznych *Avatar*, można przypuszczać, że wzbudziłyby one entuzjazm futurystycznej awangardy. Są one po prostu inne, opierając się na innym niż podejście do fabuły w kinie „od Griffitha” (ale przecież: nie zawsze w kinie „po nim”) – bez analizy psychologicznej postaci, stwarzania napięcia i budowy złudzenia realizmu. Wczesne filmy nie posiadały fabuły w naszym obecnym rozumieniu, które wykształciło się po roku 1915<sup>65</sup>.

<sup>64</sup> Tamże, s. 385

<sup>65</sup> Ta symboliczna granica, odnosząca się do początku ery klasycznego kina hollywoodzkiego, opartego o dłuższe formy filmowe, ale też o ustabilizowany już model biznesowy i status społeczny, bywa też wyznaczana, na przykład przez Elsaessera, na rok 1917.

Wskazując błędy popełnione przez historyków kina tworzących jego „oficjalną” historię, Gunning i Gaudreault, ojcowie powrotu „kina atrakcji” jako kategorii teoretycznej, powołują się na tekst Comolliego z roku 1971, który krytycznie wyliczał co następuje: „przyczynowo-skutkowa linearność, roszczenia do autonomii oparte na podwójnym założeniu o »specyfice« kina i modelu idealistycznych historii »sztuki«, związki teleologiczne, idea »postępu« lub »rozwoju« nie tylko technik, ale i form”<sup>66</sup>. Dwie kwestie, które z tej diagnozy wynikają, to uznanie, że wczesne kino nie przystaje do jego zinstytucjonalizowanej formy rozwijającej się od roku 1915. Jak piszą Gunning i Gaudreault: „Z historycznego punktu widzenia niemożliwe do obrony jest przykładanie do wczesnego kina norm, które nie pojawiły się jeszcze wówczas na horyzoncie historii”<sup>67</sup>. Co równie ważne – normy te nie mogą być uważane za esencję „języka filmu”, bo nie wyczerpują wszystkich możliwości jego ekspresji. Chodzi więc przede wszystkim o porzucenie wartościowania i odwoływania się do schematów, które jeszcze nie istniały w momencie produkcji dzieł. Równocześnie jednak – pamiętając wskazówki Mieke Bal (albo wypowiedź Mary Pickford) – należy mieć świadomość, że sytuację tę można odwrócić. Świadomość skrzywienia wynikającego z przyjętej perspektywy pozwala próbować nią manipulować – otworzyć się na postulowaną przez Zielinskiego zamianę miejsc pomiędzy „nowym” i „starym”.

We wczesnym kinie zamkniętą całością było jedno ujęcie. Zawierało mikrohistorię. Dziś proporcje pomiędzy narracją i atrakcjami są nieco inne – ale równocześnie przecież w wypadku kina rozrywkowego opowieść ma dostarczać pretekstów

---

<sup>66</sup> A. Gaudreault, T. Gunning, *Early Cinema as a Challenge to Film History*, w: *Cinema of Attractions Reloaded*, dz. cyt., s. 369.

<sup>67</sup> Tamże.

dla efektów specjalnych i innych spektakularnych scen. Stąd swoisty renesans zainteresowania kinem atrakcji, czego przykładem jest wydany w roku 2006 zbiór *The Cinema of Attractions Reloaded* pod redakcją Wandy Strauven, będący zarówno celebracją tej kategorii i hołdem dla Gunninga i Gaudreaulta, jak też dowodem jej przydatności i żywotności – również w kontekście przywołanej przeze mnie wcześniej za Elsaeserem „korekty perspektywy”, obejmującej medialną współczesność. Bo choć Gunning i Gaudreault koncentrują się na wczesnym kinie, to warto – podobnie jak jest w zamyśle Strauven i autorów z redagowanego przez nią zbioru – zaakcentować przydatność tej kategorii dla myślenia o początkach kina i jego historii, ale też potraktować jako kategorię, która może być przydatna do rozumienia kina dzisiaj. Pomaga w tym choćby Frank Kessler, zwracając uwagę, że Gunning operuje na innym poziomie niż Gaudreault i jego (ale także Elsaessera) kategorii narracji i monstrencji. Gunningowi nie chodzi o poziom narracyjny, tylko o sposób zwracania się do widza – czyli nie o spieranie się, czy w danym filmie jest element narracyjny, czy go brak, ale jaką funkcję pełni narracja w strukturze filmu<sup>68</sup>. Jak pisze Gunning, „[...] kino atrakcji nie znika wraz z nastaniem dominacji kina narracyjnego, raczej schodzi do podziemia, zarówno pod postacią praktyk awangardowych, jak i w formie składnika filmów narracyjnych, w pewnych gatunkach (jak na przykład musical) widocznego lepiej niż w innych. [...] Jest oczywiste, że w pewnym sensie dzisiejsze kino spektaklu potwierdza swoje pochodzenie poprzez bodźce i karnawałowe jazdy (*carnival rides*), które można nazwać kinem efektów Spielberga-Lucasa-Coppoli”

<sup>68</sup> F. Kessler, *The Cinema of Attractions as Dispositif*, w: *Cinema of Attractions Reloaded*, dz. cyt., s. 58.

lub – jak pisze dalej – „oswojonych atrakcji”<sup>69</sup>. Te oswojone atrakcje wydają się być szczególnie produktywnym tropem – Gunning rozumie to „oswojenie” przede wszystkim jako włączenie elementów kina atrakcji, głównie efektów specjalnych, do kina narracyjnego, a więc zarazem utratę jego autonomii: element spuścizny historii kina zrośnięty z formą, która go zdominowała. Ale z perspektywy, która jest dla mnie istotna – włączania do refleksji nad mediami także zmieniających się perspektyw ich użytkowników – to oswojenie i udomowienie dotyczy także refleksyjności odbiorców, dla których film nie jest już medium „nowym” i dla których badacze, ale i publicyści, wypracowali już zestaw narracji je tłumaczących. Co nie zmienia faktu, że filmowe atrakcje działają pomimo świadomości ich stosowania – by później dodatkowo bawić widzów możliwością postawienia pytania: „jak oni to zrobili?”.

Reasumując wkład Gunninga w badania nad filmem, Thomas Elsaesser pisze, że nie uniknął on błędów, które wytyka innym historykom. Twierdzi, że opisując kino atrakcji Gunning zbyt jednostronnie odwraca krytykowane opozycje, zamiast wskazywać na równorzędność podejść. Ostatecznie jednak tłumaczy je potrzebami stworzenia nowych, pojemnych kategorii: „Nie ma wątpliwości, że takie binarne zestawienia, jak »wido-wisko – narracja«, »zasada wielorakości (*numbers principle*) – linearna akcja«, »interakcja z widownią – bierny odbiór« itp. dostarczyły typologii, która najlepiej sprawdziła się jako siatka pojęciowa do wstępnego porządkowania i umiejscawiania nowych sposobów funkcjonowania kina, takich jak blockbustery, ale również dla postkinematograficznych zjawisk medialnych i praktyk, takich jak gry wideo”<sup>70</sup>. Korzystanie z nich musi być jednak pojmowane jako korekta, wskazanie alternatyw dla

<sup>69</sup> T. Gunning, *The Cinema of Attraction[s]...*, dz. cyt., s. 382, 387.

<sup>70</sup> T. Elsaesser, *Nowa historia filmu...*, dz. cyt., s. 14.



opisanych wcześniej powiązań czy wreszcie wyjście poza myślenie w kategoriach wulgarnych opozycji.

Ostrzegając przed zbyt rygorystycznym użyciem matrycy pojęciowej zaproponowanej przez Gunninga, Elsaesser wskazuje też na alternatywne możliwości tłumaczenia wzrostu roli atrakcji w wysokobudżetowym kinie amerykańskim. Chodzi o pokazywanie filmów w telewizji, która często dzieli je na przerywane reklamami fragmenty. W tym ujęciu współczesne kino wizualnych fajerwerków bliższe jest więc telewizji niż wczesnemu kinu – choć przecież podobne wątpliwości można mnożyć w nieskończoność, odwołując się w ogóle do udomowienia seansów filmowych, które często przerywają sami widzowie, albo do logiki wielozadaniowości, bliskiej korzystaniu z komputerów i internetu. Tak przecież można patrzeć również na krótkie, zabawne produkcje, oglądane w serwisach takich jak YouTube. Obydwa te wątki – ekonomii i telewizji – podejmę w dalszej części książki. W takiej właśnie kolejności, tym razem już bez odwracania porządku.

### Konwergencja 1.0, konwergencja 2.0

„Niewłaściwe” czy może raczej – odmienne niż kino sposoby oglądania filmów swoją ważną dla przemysłu rozrywkowego rolę manifestują wynikami ekonomicznymi. Pokazy w kinach stanowią dziś niespełna 25% dochodów branży filmowej<sup>71</sup>. Ten wynik radykalnie kontrastuje z tym, jak jeszcze do niedawna badacze filmu myśleli o społecznych praktykach użycia obiektu swych zainteresowań. Historia „kina domowego”, jaką znamy, to w dużej mierze materiał dla genderowej analizy historii filmu. Termin ten kojarzymy przede wszystkim z promowanym

---

<sup>71</sup> Za: B. Klinger, *Cinema's Shadow. Reconsidering Non-theatrical Exhibition*, w: *Going to the Movies...*, dz. cyt., s. 278.

jako sprzęt dla interesujących się nowymi technologiami mężczyzn DVD, ale już w roku 1912 firma Edisona rozpoczęła produkcję projektorów do prywatnego użytku, które miały być wizualnymi odpowiednikami zyskującego już wtedy pewną popularność fonografu. W Stanach Zjednoczonych promowano je jako sprzęt dla pań domu – urządzenie, które podobnie jak inne mechaniczne wynalazki miało pomóc w trudach wychowywania dzieci. Reklamy pokazywały przeważnie kobiety oglądające filmy wraz z gromadą pociech. Mężczyźni (domyślnie – z białej klasy średniej), zapewne przebywający większość czasu poza domem i tam zaspokajający swoje potrzeby rozrywki, byli na tych obrazach zupełnie nieobecni. I choć przedsięwzięcie zakończyło się kompletną klapą – do roku 1914, w którym zaprzestano produkcji, sprzedano zaledwie 500 urządzeń, to w podobnym kierunku, lecz z większymi sukcesami, podążały też inne firmy. Pewne sukcesy – przy zachowaniu w kryteriach oceny odpowiednich proporcji – odnosiła firma Pathé, która zgodnie z logiką obecną w sektorze kina domowego i dziś umiejętnie promowała sprzęt do projekcji za pomocą bogatego katalogu dostępnych dla właścicieli urządzeń filmów. W większości przypadków jego odbiorcami nie były jednak osoby prywatne, lecz szkoły i kościoły, co zwraca uwagę na kolejny niezbyt silnie eksponowany w historii kina fakt: nawet jeśli większość pokazów odbywała się w miejscach publicznych, to niekoniecznie w wyspecjalizowanych salach<sup>72</sup>.

Trend „udomowienia” kina uległ w Stanach Zjednoczonych wzmocnieniu w połowie lat dwudziestych, kiedy Kodak wprowadził na rynek format 16 mm, o którym w roku 1930 magazyn „Variety” pisał, że to rewolucja w rozrywce – szacując, że w krótkim czasie liczba projektorów 16 mm w amerykańskich

---

<sup>72</sup> R. C. Allen, *Race, Region, and Rusticity. Relocating U.S. Film History*, w: *Going to the Movies...*, dz. cyt., s. 28–29.

domach wzrosło z 200 tysięcy do 2 milionów (ten optymistyczny plan nie przewidywał pojawienia się formatu 8 mm, a przede wszystkim – telewizji)<sup>73</sup>. Właściciele domowych projektorów już od lat dwudziestych mogli zapisywać się do klubów zajmujących się wypożyczaniem taśm z filmami. W roku 1928 Amerykanie mieli do dyspozycji aż 22 katalogi filmów<sup>74</sup>. Co zabawne – bo wzbudza skojarzenia z płytami DVD – pierwsze filmy do „kina domowego” pakowano w pudełka stylizowane na książki oprawne w skórę. Jak wynika ze statystyk Department of Commerce, w roku 1933 w Stanach Zjednoczonych było 17–18 tysięcy kin i około 190 tysięcy projektorów „niekinowych” (*non-theatrical*), czyli urządzeń zlokalizowanych głównie w domach, muzeach, szkołach, szpitalach i bibliotekach<sup>75</sup>. Pozakinowe pokazy oczywiście obsługiwały często specyficzny repertuar (filmy religijne, instruktażowe czy produkcje porno), ale też filmy produkowane z myślą o dystrybucji kinowej. Jak pisze Haidee Wasson, hierarchia budowana wokół kin miała oczywiście realny wpływ na branżę i nie wynika wyłącznie ze „skrzywienia perspektywy” historyków – to wyspecjalizowane sale były punktem odniesienia, ustabilizowały standardy i oczekiwania wobec projekcji. Równocześnie trzeba jednak pamiętać, że aż do lat trzydziestych branżowe magazyny amerykańskie nie robiły ogólnokrajowych podsumowań wpływów z biletów, mając na względzie lokalną specyfikę dystrybucji filmów, a przede wszystkim fakt, że kina bardzo różniły się między sobą<sup>76</sup>.

Niestety, trudno podobne statystyki znaleźć dla Polski. Z dość oczywistych względów można założyć, że „kino

---

<sup>73</sup> H. Wasson, *The Reel of the Month Club. 16mm Projectors, Home Theaters and Film Libraries in the 1920s*, w: *Going to the Movies...*, dz. cyt., s. 220.

<sup>74</sup> B. Klinger, dz. cyt., s. 279.

<sup>75</sup> H. Wasson, dz. cyt., s. 220.

<sup>76</sup> Tamże.

domowe” w naszym kraju właściwie do okresu schyłkowego PRL-u i upowszechnienia się magnetowidów było zjawiskiem niszowym. Co nie znaczy, że nieobecnym – pokazy filmowe organizowano przecież w zakładach pracy i placówkach edukacyjnych. Na poziomie nieformalnym do sfery pozakinowej zaliczyć można zarówno projekcje amatorskich produkcji filmowców-robotników, często obrazy o charakterze erotycznym, realizowane z udziałem „zakładowego” sprzętu<sup>77</sup>, jak i sprowadzane z zagranicy urządzenia i taśmy (znów: nierzadko pornograficzne) dostępne najzamożniejszym Polakom (uwiecznione choćby w jednym z odcinków *07 zgłoś się*, gdzie stanowiły jedną z atrakcji podczas dekadenceckiego przyjęcia prominentów). Nie oznacza to, że o kinie domowym nie fantazjowano i u nas. Fantazjowano – i to bardzo wcześnie: „»Kurier Warszawski« w nr 177 z 1891 roku donosił o edisonowskim »cynetografie«: »[...] jego posiadacz [...] będzie mógł w przyszłości nabyć sobie walce fonografu reprezentujące w danym razie muzykę, śpiew lub mowę i wstążkę żelatynową z fotografiami, założy je następnie w aparacie i będzie miał całość widowiska scenicznego w domu«<sup>78</sup>. Również standaryzacja kin postępowała powoli – Edward Zajiček pisze, że do roku 1902 pokazy odbywały się w prowizorycznych warunkach (okres „kina wędrownego”), a pierwsze przepisy normalizujące zasady urządzania sal kinowych pojawiły się pod koniec pierwszej dekady XX wieku – chodziło w nich jednak głównie o standardy bezpieczeństwa<sup>79</sup>.

---

<sup>77</sup> Produkcje tego typu można znaleźć wśród obrazów zebranych przez Neila Cummingsa i Marysię Lewandowską w ramach projektu „Entuzjaści”, prezentującego amatorskie filmy powstające w Polsce od lat pięćdziesiątych do siedemdziesiątych. Filmy prezentowano w ramach instalacji w Centrum Sztuki Współczesnej, obecnie można zobaczyć je [online:] [http://www.enthusiast-sarchive.net/pl/index\\_pl.html](http://www.enthusiast-sarchive.net/pl/index_pl.html) [dostęp 10.01.2013].

<sup>78</sup> E. Zajiček, dz. cyt., s. 11.

<sup>79</sup> Tamże, s. 12.

Wrywanie filmu poza kino wynikało jednak nie tylko z potrzeb odbiorców (co jak pokazuje przywołany przykład dotyczyło zarówno osób o wysokim statusie majątkowym, jak i „radzących sobie” proletariuszy), nie było też związane wyłącznie z przemianami technologii. Od początku wynikało ze strategii biznesowych, co szczególnie dobrze widoczne było oczywiście w Stanach Zjednoczonych, gdzie już „lata dwudzieste [XX wieku] były okresem, w którym inwestycje w produkcję filmową zaczęto agresywnie łączyć z inwestycjami w projekcje filmów poprzez tworzenie wertykalnie i horyzontalnie zintegrowanych struktur korporacyjnych. W rzeczy samej miał miejsce również znaczący wzrost nakładów na przemysł filmowy, nagrań muzycznych, radio i branżę wydawniczą. Jak odnotował Donald Crafton, do roku 1929 przemysł filmowy »stał się ogromną, rozczłonkowaną strukturą obejmującą różne formy medialne z równie blisko powiązanymi paradygmatycznymi zmianami mającymi miejsce w konglomeratach elektrycznych«<sup>80</sup>. O ile więc o konwergencji biznesowej myślimy dziś przede wszystkim w kontekście konglomeratów medialnych, w polskiej rzeczywistości obecnych za sprawą choćby takich firm jak ITI (założona z myślą o imporcie sprzętu elektronicznego i obsłudze rynku wideo, dziś kontroluje sieć kin, stacje telewizyjne oraz serwisy internetowe, choć ten ostatni element został osłabiony wraz z odsprzedażą udziałów w serwisie Onet), Agora (działająca głównie na rynku prasy i internetu, jej działania związane z ekspansją na rynek telewizyjny przerwała tzw. afera Rywina) czy spółki będące w posiadaniu Zygmunta Solorza-Żaka (obejmujące cały łańcuch produkcji i dystrybucji treści, nie tylko tradycyjnym kanałem telewizyjnym, ale też przez internet i z udziałem telefonii komórkowej

---

<sup>80</sup> H. Wasson, dz. cyt., s. 226.

czy szerzej – radiowej transmisji danych), to spółki działające na skalę globalną często wyrastają z konglomeratów, które rozdziły się już blisko sto lat temu. Fakt, że trudno te historyczne analogie odnieść do naszego kraju, bo jak pisze Edward Zajiček: „W Polsce przedwrześniowej nie było wielkich koncertów filmowych ani anonimowych kapitałów zaangażowanych w kinematografię. Jej jednostki były rozproszone, rynek filmowy ubogi i niestabilizowany. Nadawało to produkcji filmów incydentalny, chałupniczy i spekulacyjny charakter. O słabości ekonomicznej świadczy między innymi efemeryczność ośrodków produkcyjnych. Z badań Władysława Balcerzaka i Władysława Jewsiewickiego wynika, że w latach 1919–1939 powstały 292 długometrażowe filmy fabularne. Były one dziełem 144 firm. Z nich przeszło dziewięćdziesiąt placówek zakończyło swój żywot wraz z realizacją pierwszego filmu. Tylko 24 ośrodki zrealizowały trzy lub więcej obrazów. Żaden ośrodek nie przetrwał całego dwudziestolecia. Najdłużej działał, do roku 1936, i najwięcej filmów wyprodukował »Sfinks« Aleksandra Hertza i Henryka Finkelsteina”<sup>81</sup>. Prezentowane czasem jako przykłady terytorialnej ekspansji polskich kinarzy objazdowe wyprawy braci Władysława i Antoniego Krzemińskich, którzy jeździli z projekcjami do Rosji, przy bliższej analizie źródeł okazują się podróžami fascynującymi, ale motywowanymi głównie próbami przetrwania co najwyżej kilkuosobowego zespołu. Zresztą sam impuls do porzucenia stacjonarnego kina wynikał z nader skromnego repertuaru, jakim na początku działalności dysponowali bracia – te ograniczenia wywierały zresztą wpływ także na program pokazów. Jak pisze Małgorzata Hendrykowska: „Początkowo filmy pokazywano wraz z różnymi atrakcjami iluzjonistycznymi, które

---

<sup>81</sup> E. Zajiček, dz. cyt., s. 37.

łącznie składały się na pięćdziesięciminutowy program rozrywkowy. Wynikało to nie z obawy o brak zainteresowania publiczności, ale po prostu z niewielkiej ilości zakupionych na własność obrazów<sup>82</sup>. Trudno więc porównywać Krzemińskich do wielkich amerykańskich korporacji, podobnie jak analogie te nie pasują do finansistów inwestujących – dość chaotycznie i niekonsekwentnie – w filmy pionierów, takich jak Aleksander Hertz. I nawet jeśli powstawały dystrybucyjne syndykaty kinematograficzne (np. podsyndykat warszawski), to trudno je powiązać z jednym źródłem finansowania, jak miało to miejsce w Stanach Zjednoczonych, nie sposób porównywać też skali działania. Choć więc wczesny polski przemysł filmowy nie był odcięty od rynku globalnego, a wytwórnia Sfinks blisko współpracowała zarówno z Pathé, jak i rosyjskim przedsiębiorstwem Aleksandra Chanżonkowa (i wspólnie z kantorem Siła kontrolowała nie tylko produkcję, ale i dystrybucję filmów), musimy pamiętać o różnicach w stosunku do rynku amerykańskiego. Również państwo przed wybuchem II wojny światowej filmem interesowało się nieszczególnie – a przynajmniej nie bardzo interesowało się, by w film inwestować (na poziomie regulacyjnym funkcjonował obowiązujący aż do powstania Polski Ludowej dekret z 7 lutego 1919, który nadzór nad kinami wyznaczał Ministerstwu Spraw Wewnętrznych, co miało zagwarantować, że pokazywane filmy nie będą krytykować władzy). Ubogi polski kontekst biznesowy nie zmienia jednak faktu, że konwergencja 2.0, wyeksponowana przez internet, miała swoją poprzedniczkę w wydaniu elektryczno-kinowym. Później także telewizyjnym. Dlatego powróćmy jeszcze za Atlantyk.

Yannis Tzioumakis, analizując amerykańską branżę mediów po Złotej Erze Hollywoodu – opartej przecież m.in. na

<sup>82</sup> M. Hendrykowska, *Peregrynacje braci Krzemińskich*, „Kino” 1989, nr 11, s. 18.

konwergencji, czyli uznanej za monopolistyczną praktykę łączenia produkcji i dystrybucji filmów – wskazuje, jak istotną rolę myślenie w kategoriach synergii (czy konwergencji właśnie) odegrało w początkach amerykańskiej telewizji. Choć firmy, które autor z lubością nazywa „ex-studios”, czyli „byłe studia” (sugerując oczywiście, że ich działalność od dawna nie jest związana wyłącznie z filmem, a już tym bardziej z kinem), początkowo sprzeciwiały się wizji darmowej rozrywki udostępnianej w domu, jako potencjalnemu zagrożeniu dla swoich wpływów, szybko, bo już w połowie lat pięćdziesiątych, zorientowały się, że jest to dla nich okazja do sprzedaży tytułów, które nie są już pokazywane w kinach<sup>83</sup>. W ten sposób, przeszło pół wieku temu, w wypadku największych studiów filmowych zupełnie zmieniła się logika sprzedaży filmów. Wcześniej filmy przynosiły 80% wszystkich wpływów z ich sprzedaży w ciągu pierwszego roku od premiery, a 100% w ciągu dwóch lat (z wyjątkiem pojedynczych hitów, które zdarzało się wprowadzać do kin ponownie po kilku latach – jak *Królownę Śnieżkę* czy *Przeminęło z wiatrem*). Jednak w ciągu zaledwie trzech lat, do roku 1958, wartość opłat z tytułu udostępnienia filmów stacjom telewizyjnym osiągnęła 220 milionów dolarów. To był ważny zastrzyk środków dla Hollywood – także dlatego, że studia miały kłopoty finansowe po dekreтах Paramount z 1948 roku, które nakazały rozdzielić produkcję i dystrybucję filmów<sup>84</sup>. Również w tym okresie zaobserwować można sprawne poruszanie się pomiędzy mediami firmy Disney, która wydzielając firmę do produkcji telewizyjnej, promowała nie tylko swoje filmy kinowe, ale i park rozrywki. Zwieńczeniem tego trendu, a więc ukoronowaniem ery konwergencji 1.0, były

---

<sup>83</sup> Y. Tzioumakis, *Hollywood in the age of digital technology*, w: R. C. Sickels, *American Film in the Digital Age*, Praeger 2008, s. 13.

<sup>84</sup> Tamże, s. 14.



lata sześćdziesiąte, kiedy amerykańskie studia filmowe zaczęły łączyć się z firmami spoza branży rozrywkowej i wprowadzać nowoczesne metody zarządzania. Jak pisze Tzioumakis, „konglomeraty, jak przystało na ekspertów w kwestii korporacyjnej dywersyfikacji, natychmiast zorientowały się, jak duże znaczenie ma otwarcie się na nowe rynki i tworzenie kolejnych miejsc dla komercyjnego użycia produktów, które podległy im firmy produkowały i dystrybuowały”<sup>85</sup>.

Finansowe powiązania największych studiów filmowych są zdumiewające. Paramount należy do firmy Gulf+Western (z korzeniami między innymi w branży motoryzacyjnej), która w ramach procesu restrukturyzacji zmieniła nazwę na Paramount Communications – co według Tzioumakisa może potwierdzać kluczowe znaczenie „ex-studios” dla całego łańcucha sprzedaży treści jako ich podstawowego źródła, zwłaszcza że podobnych przykładów dostarczają historie studiów MGM, United Artists czy Columbia. Do Gulf+Western należy też wydawnictwo książkowe Simon&Schuster – transmedialne wędrówki postaci i fabuł dokonują się więc między filmami i książkami, promującymi produkty różnych firm należących do tej samej korporacji. Innym przykładem może być należące do Ruperta Murdocha 20th Century Fox, użyczające swej nazwy m.in. stacji telewizyjnej Fox. Z kolei Warner Communications zostało wydzielone z firmy-matki Kinney wraz z oddziałami zajmującymi się mediami (w obrębie marki Kinney wciąż działają należące do tego samego konglomeratu domy pogrzebowe i parkingi). W roku 1975 Warner pod kierownictwem Stevena J. Rossa założył HBO – stację kablową, która do dziś odgrywa dominującą rolę na amerykańskim, i nie tylko, rynku (i którą bliżej zajmę

---

<sup>85</sup> Tamże, s. 16.

się w kolejnym rozdziale). Oczywiście pisząc o tym, nie postuluję, by obraz kapitałowych zależności przesłaniał same produkcje filmowe i stanowił jedyne wyjaśnienie dla relacji kina z innymi mediami. Jest jednak cennym źródłem wskazówek – niektóre decyzje związane ze sferą twórczości podejmowane są przecież nie przez pojedynczych twórców, a korporacyjnych dyrektorów, spoglądających na marki medialne poprzez pryzmat tabelek w arkuszach kalkulacyjnych. O ile więc przywoływany przeze mnie Siegfried Zielinski pisał, że film od zawsze jest wszędzie, to drugą stroną tego myślenia jest spojrzenie z perspektywy ekonomicznej, o którym Wasson pisze tak: „SKG [studio hollywoodzkie założone między innymi przez Stevena Spielberga, lepiej znane jako DreamWorks – przyp. M.F.], Vivendi-Universal i Viacom doskonale wiedzą, że film (*movie*) to nigdy nie jest tylko taśma (*film*). To także ścieżka dźwiękowa, pudełko na drugie śniadanie, czapka z daszkiem, gra wideo, produkcja dla kablówki, plastikowa figurka i DVD. Ten prosty fakt łączy tak zwany przemysł filmowy – tak samo jak łączy miliony osób, które oglądają, grają, przewijają, pauzują, ściągają, słuchają, kolekcjonują i wchodzi z kinem w inne interakcje”<sup>86</sup>. Jak widać, perspektywa skoncentrowana na taśmie filmowej i kinie, także w ujęciu ekonomicznym, nie jest już kluczem do rozumienia kultury mediów – o ile kiedykolwiek nim była. Jest jednym z wielu, ale bynajmniej nie uprzywilejowanym sposobem wchodzenia w kontakt z obrazami i budowanymi także, ale już nie przede wszystkim, poprzez filmy markami medialnymi.

Zmiany mediów rozumiane jako zmiany sposobów ich wykorzystania wynikają także ze zmian stylów życia.

---

<sup>86</sup> H. Wasson, *The Networked Screen. Moving Images, Materiality, and the Aesthetics of Size*, w: *Fluid Screens, Expanded Cinema*, red. J. Marchessault, Toronto: University of Toronto Press 2007, s. 70.

Historycznie doskonale widać to na przykładzie sukcesu magnetowidów, które w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych przyniosły wytwórniom większe wpływy niż kina i telewizja, równocześnie nie kanibalizując rynku<sup>87</sup>. Także dlatego, że pozwoliły dotrzeć z ofertą filmową do osób, które coraz więcej pracowały i chciały oglądać filmy, ale nie miały czasu na chodzenie do kina. Równocześnie konsekwencje dalszej popularyzacji oglądania filmów w domu – i to nie tylko w modelu „telewizyjnym”, ale też przy silniejszej kontroli odbiorców – dla struktury własności w branży rozrywkowej były ogromne. Impulsem dla zmian były dwie porażki firmy Sony, która najpierw z formatem Betacam przegrała na rynku magnetowidów, a później nie udało jej się upowszechnić formatu audio DAT i MiniDisc. Japoński gigant uznał więc, że do promowania swojej technologii potrzebuje też treści (można stwierdzić, że ta kolejność jest znacząca, gdyby nie fakt, że w podobny sposób działał już Edison) i w roku 1988 przejął wytwórnię muzyczną Columbia Records, a rok później – wytwórnię filmową Columbia Pictures. W odpowiedzi główny konkurent Sony na rynku domowego wideo, Matsushita, przejął Universal, a Toshiba kupiła udziały w Time Warner. Stojąca za tym logika biznesowa była prosta: upowszechnianie nowych formatów (muzyka na płytach CD, filmy w formacie DVD, a później Blu-ray) kreuje zapotrzebowanie na sprzęt, a równocześnie pozwala sprzedawać niemal „od nowa” katalog treści. Zarazem jednak strategię biznesowe nie zawsze mogą być idealnie spójne – na przykład sukces DVD przyniósł zyski należącemu do Viacomu Paramount Home Entertainment, ale zaszkodził należącej do tego samego właściciela sieci wypożyczalni wideo Blockbuster. W śledzeniu biznesowych

<sup>87</sup> Zob. F. Wasser, *Veni, Vidi, Video. The Hollywood Empire and the VCR*, Austin: University of Texas Press 2001, s. 4, 11.

połączeń trzeba też uwzględniać możliwie szerokie spektrum czynników, czego przykładem może być z kolei batalia Sony przeciwko Toshiba, promującej standard zapisu filmów HD DVD (konkurencyjny wobec Blu-ray). W tym wypadku Sony w odniesieniu sukcesu pomogło nie tylko zaplecze filmowe, ale też fakt montowania czytnika Blu-ray w konsoli PlayStation 3. W międzyczasie w medialnym ekosystemie pojawiły się też nowe zmiany, a wraz z nimi nowe napięcia – firmy medialne to dziś też powiązane z branżą komputerowo-internetową Google i Apple, kierujące się inną logiką, co dobrze widać było w wypadku zamieszania wokół projektu antypirackiej regulacji SOPA – dyskusja o zaostrzeniu przepisów prawa autorskiego na poziomie politycznym szybko przerodziła się w walkę Hollywood z firmami, które zanim zajęły się ekspansją na rynku rozrywki, zarabiałały na komputerach i internecie.

Szeroko rozumiany internet, jako coraz popularniejszy kanał dystrybucji treści audiowizualnych, zarówno filmowych, jak i telewizyjnych, wydaje się zresztą dziś podstawowym czynnikiem zmiany pejzażu medialnego. Zwłaszcza że wpływa na postawy odbiorcze i zmienia oczekiwania. Ale wcześniej ta zmiana miała miejsce w wypadku telewizji. Zatrzymajmy się więc jeszcze na chwilę przy niej – a hołdując odwołaniom historycznym, nie porzucimy przy tym całkiem filmu.

## **ROZDZIAŁ 4**

Telewizja „po telewizji”



Jedną z założycielskich legend kina jest historia pokazu filmowego braci Lumière w Salonie Indyjskim „Grand Café” 28 grudnia 1895 roku. Na chwilę zapomnijmy o tym, że był to tylko jeden z „początków” kina – zapomnijmy o archeologii mediów i przyjmijmy perspektywę tradycyjnej historii filmu, która przecież mocno wryła się w zbiorową świadomość miłośników X muzy. Przyjrzyjmy się legendzie, której częścią jest pokaz zrealizowanego najprawdopodobniej dopiero w roku 1896 filmu *Wjazd pociągu na stację w Ciotat*. Pozostając w spekulatywnej konwencji – pochylając się nad owianym legendą pokazem filmu, którego podczas tego wieczoru prawdopodobnie w ogóle nie prezentowano – przypomnijmy sobie najsilniejszą część tego mitu: panikę widzów, którzy na widok sunącego w kierunku widowni pociągu mieli uciekać sprzed ekranu, bojąc się potrącenia. Historię tę, pojawiającą się w notatkach prasowych, satyrycznych rysunkach i anegdotach z epoki, wielokrotnie kwestionowano – choć jak pisze w swoim rozległym studium Stephen Bottomore, nie można wykluczyć, że zdarzali się „niedoświadczeni widzowie”, dla których jadący na ekranie pociąg rzeczywiście mógł być źródłem obaw o własne życie<sup>1</sup>. Fascynującą narrację na bazie

---

<sup>1</sup> Zob. S. Bottomore, *The Panicking Audience?: early cinema and the 'train effect'*, „Historical Journal of Film, Radio and Television” 1999, vol. 19, nr 2, s. 177–216.

relacji o „efekcie pociągu” buduje William Uricchio, który – jak przystało na archeologa filmu – wyciąga z nich nieoczywiste wnioski, wskazując, że winą za panikę widzów, a przynajmniej za przekonanie, że taka panika jest prawdopodobna, obarczyć należy... telewizję<sup>2</sup>.

Dlaczego? Jako punkt wyjścia do wyjaśnień może posłużyć stwierdzenie, że niewiele wiemy o popkulturze i technologicznych fantazjach, jakie były udziałem mieszkańców europejskich czy amerykańskich miast pod koniec XIX wieku. W wypadku filmu, wpisując go w zmiany miejskiego pejzażu, akcentuje się przede wszystkim natężenie intensywności ruchu, która miała znaleźć wyraz w nie tylko masowym, ale też opartym na dynamicznych zmianach obrazu medium. Lecz przecież zbiorowym doświadczeniem było też rozszerzenie percepcji jednostek poza miejsce fizycznego pobytu, za sprawą wynalazków takich jak telefon czy gramofon – dlatego, jak twierdzi Uricchio, w początkach kina popularne były *actualité* (filmowe relacje pokazujące niedawne wydarzenia z innych miejsc na świecie – w Polsce kręciła je w roku 1912 wytwórnia „Sfinks”), ale też filmy typu „fale i skały”, symulujące w pewnym sensie przekaz na żywo. Bo to właśnie napięcie pomiędzy „ożywianiem” obrazów i przekazem „na żywo” jest według Uricchio brakującym elementem debat o wczesnym kinie, ale też elementem zawłaszczenia, jakim jest powiązanie camera obscura z filmem. Bo przecież – przekonuje Uricchio – bliższym jej odpowiednikiem w świecie mediów jest telewizja, której nieobce są takie cechy jak symultaniczność,

---

<sup>2</sup> W. Uricchio, *Storage, simultaneity, and the media technologies of modernity*, w: *Allegories of Communication: Intermedial Concerns From Cinema to the Digital*, red. J. Fullerton, J. Olsson, Rome: John Libbey Publishing 2004, s. 123–138. Skrócona wersja jednego z wariantów tekstu Uricchio została też opublikowana w magazynie „Kino” – por. W. Uricchio, *Czy kino miało być telewizją?*, przeł. E. Stawowczyk, „Kino” 1998, nr 11, s. 20–21, 59.



bliskość miejsca i swoista optyczna ciągłość świata oglądanego i świata widza. Telewizja, która choć faktem stała się znacznie później, już w czasach pierwszych pokazów braci Lumière nie była obca społecznym oczekiwaniom. „Mariaż telefonu i fotografii i wynikające z niego rozbudowane opisy »telewizyjnych« transmisji na żywo przybierały wiele form. W czerwcu 1877 roku, *L'annee scientifique et industrielle* zamieściło opis »tektroskopu«, urządzenia przypisywanego Aleksandrowi Grahamowi Bellowi, które miało na żywo przysyłać obrazy na odległość. Dwa lata po wynalazku telefonu dziś już słynny rysunek pojawił się w magazynie »Punch« – pokazywał dziewczynę rozmawiającą z Cejlonu za pośrednictwem panoramicznego ekranu »elektrycznej camera obscura« ze swoimi rodzicami w Londynie. Przed końcem stulecia Albert Robida dostarczał szczegółowych obrazów telewizji jako aparatu rozrywki, komunikacji i nadzoru. Poprzez te oparte na fantazjach środki ekspresji idea symultaniczności zdefiniowanej już i doświadczanej za pośrednictwem telefonu szybko przyjęła się w zbiorowej wyobraźni jako elementy, które można przenieść na obraz”<sup>3</sup>. Nie były to zresztą oczekiwania całkowicie bezpodstawne – bo przecież technologiczne zaplecze dla transmisji obrazu w czasie rzeczywistym już istniało (Paul Nipkow opatentował swoją tarczę w roku 1884). Stąd jednym z możliwych wyjaśnień dla obawy widzów może być nie ich naiwność – ale oczekiwanie, że oto oglądają transmisję na żywo, pokaz czegoś, co nie dzieje się na ekranie, ale w niedalekim jego sąsiedztwie.

Historia telewizji traktowanej jako zaskakująco długo niespełniona obietnica może być więc historią sięgającą do czasów odleglejszych niż historia kina. Z perspektywy tej

---

<sup>3</sup> W. Uricchio, dz. cyt., s. 129–130.

książki jest to jednak zarazem paradoksalna historia o alternatywnych związkach mediów, w których kino okazuje się dla odbiorców niedoskonałą wersją telewizji i w których granice pomiędzy tymi mediami znów okazują się bardziej rozmyte, niż zwykliśmy przyjmować. I – podobnie jak miało to miejsce w wypadku opisywanych wcześniej przemian myślenia o filmie – tu również możemy mówić o istotnym przeorientowaniu spojrzenia na medium pod wpływem technologii cyfrowych, rozszerzających paletę możliwości dla społecznie negocjowanych użyć medium. Użyć tak różnorodnych, że – jak pisze Wiesław Godzic – „kompleksowa dyskusja o telewizji jest trudna przede wszystkim dlatego, że rozmyty jest jej przedmiot”<sup>4</sup>.

Początek XXI wieku miał być okresem zmierzchu telewizji, ustępującej pod naporem nowych mediów, przede wszystkim internetu. Wydawało się, że młode pokolenie widzów, przyzwyczajonych do technologii interaktywnych, odwróci się od ulubionej rozrywki swoich rodziców, a przynajmniej – będzie korzystać z treści telewizyjnych na sposoby wykraczające poza korzystanie z telewizora i narzuconej ramówki. Czy te zapowiedzi znajdują potwierdzenie w rzeczywistości? W tym rozdziale nie będę próbował tego rozstrzygnąć – jestem bowiem przekonany, że nie ma jednej odpowiedzi na tak postawione pytanie. Trudno stwierdzić, czy bardziej prawdziwe jest stwierdzenie, że telewizja wobec konkurencji ze strony internetu umiera, czy wręcz przeciwnie – rozkwita, będąc jednym z głównych dostawców treści także w sieci. Dlatego skoncentruję się na innej kwestii: czym właściwie dziś jest telewizja? Jakim zmianom ulega produkcja telewizyjna? Ale także: jak

---

<sup>4</sup> W. Godzic, *Telewizja – najważniejsze medium XX wieku*, w: *Media audiowizualne*, red. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka, Warszawa: WAiP/Academica SWPS 2010, s. 63.

zmieniają się praktyki społeczne związane z oglądaniem telewizji? I wreszcie – jakie relacje z telewizją budują jej badacze?

### Mniej popularne, bardziej demokratyczne

Porządkując uwagi na temat medium telewizyjnego, John Hartley wymienia aż sześć obszarów, w których dokonała się istotna zmiana. Przedstawiają się one następująco<sup>5</sup>:

- zmiana technologiczna – pojawiają się nowe urządzenia do odbioru telewizji i nowe technologie przekazu (warto dodać, że część z nich, jak telewizja hybrydowa HbbTV, to swojego rodzaju „nakładki” na tradycyjne doświadczenie telewizyjne, rozszerzające je o nowe formy dostępności treści z poziomu telewizora; inne, jak choćby transmisje internetowe, wyrywają telewizję z jej dotychczasowego domowego oprzyrządowania);
- zmiana migracyjna – telewizja opuściła salon: przeniosła się do sypialni, ale też sklepów, samochodów itp. (wymieniając te miejsca, warto pamiętać, że część z nich była kolonizowana przez telewizję już wcześniej, jednak stopień mobilności przestrzennej dzisiejszej telewizji jest bezprecedensowy i ma oczywiście związek z proliferacją interfejsów dostępu do treści telewizyjnych: komputerów przenośnych, tabletów, telefonów komórkowych);
- zmiana trybu produkcji – w strukturach telewizyjnych coraz więcej jest outsourcingu i pracy dla „wolnych strzelców”, a mniej ciągłej pracy wielkich studiów blisko współpracujących ze stacjami telewizyjnymi;

---

<sup>5</sup> J. Hartley, *Less popular but more democratic? Corrie, Clarkson and the dancing Cru*, w: *Television Studies After TV: Understanding Television in the PostBroadcast Era*, red. G. Turner, J. Tay, New York: Routledge 2009, s. 20–30.

- zmiana doświadczenia oglądania – treści, takie jak seriale pod wpływem między innymi DVD, oderwały się od telewizji (i – czym zajmę się dalej – zostały wyrwane z tradycyjnego strumienia przekazu);
- zmiana telewizji rozrywkowej – ekspansja formatów zagospodarowujących nisze publiczności, ale też trend w kierunku zwiększania uczestnictwa widzów w tworzeniu treści (w wersji radykalnej: rozszerzenie bazy produkcyjnej na całe społeczeństwo – każdy może nakręcić i rozpowszechnić w sieci jakiś program);
- zmiana przestrzenna – telewizja jako system komunikacyjny jest dziś mniej narodowa i miejska, bardziej zorganizowana wokół osobistych sieci społecznych, które nie muszą być powiązane z lokalizacją.

Wszystkie te zmiany przekładają się według Hartleya przede wszystkim na koniec wielkich wspólnot kształtujących się wokół telewizji, a także na większe ryzyko wykluczenia wybranych grup widzów ze względów ekonomicznych. Jak pisze – w czasie przeszłym – „doświadczenie telewizyjne było tanie, otwarte, towarzyskie i pełne emocjonalnej bezpośredniości”<sup>6</sup>. Dziś – jak sugeruje brytyjski badacz – już nie jest albo jest w stopniu znacznie mniejszym. I choć trudno się z tym nie zgodzić, to – jak będę przekonywać dalej – moc tych zmian nie jest absolutna i na poziomie korzystania z telewizji można raczej mówić o hybrydyzacji, łączeniu się praktyk tradycyjnych i nowych. Telewizja wciąż bywa łatwo dostępna (w otwartych kanałach, ale też za sprawą „nieszczelności” kanałów zamkniętych, którą zajmę się dalej), wciąż wzbudza emocje i wciąż jest ważna w życiu społecznym. Tyle tylko, że tak jak rośnie liczba kanałów transmisji treści

---

<sup>6</sup> J. Hartley, dz. cyt., s. 23.

telewizyjnych (rozumianych jako kanały telewizyjne, ale też jako inne narzędzia dystrybucji, na przykład przez internet), maleją widownie poszczególnych typów treści, a i praktyki widzów ulegają fragmentaryzacji. Kształt tych zmian nie jest jednak jednoznaczny.

Dane statystyczne pokazują, że oglądalność telewizji w ostatnich latach nie tylko nie spada, ale wręcz rośnie. Według TNS OBOP statystyczny Polak oglądał w roku 2010 telewizję 3 godziny i 42 minuty dziennie – o 7 minut dłużej niż rok wcześniej, o 16 dłużej niż w roku 2008 i aż o 23 dłużej niż w roku 2007<sup>7</sup>. Nie jest to chwilowa aberracja spowodowana na przykład przez wydarzenia sportowe czy polityczne, które przyciągnęły widzów przed ekrany, lecz stały trend – w roku 2005 Polacy statystycznie oglądali telewizję przez 3 godziny 16 minut dziennie. Tę wysoką średnią zawyżają oczywiście osoby starsze i niepracujące, jednak dane Diagnozy Społecznej pokazują, że także młodzi ludzie nie odwracają się od telewizorów – aż 54,6% uczniów i studentów oraz 54,7% Polaków w wieku poniżej 24 lat poświęca na oglądanie telewizji od jednej do trzech godzin dziennie (choć trzeba zaznaczyć, że aktywni internauci poświęcają telewizji znacząco mniej czasu niż reszta populacji). Grupy te tym samym nie odstają wyraźnie od średniej krajowej, wynoszącej 55,5%<sup>8</sup>.

Równocześnie jednak można zapytać: co te liczby oznaczają? Czym jest oglądanie telewizji, na ile łączy się z innymi czynnościami, ale też: jaką pełni rolę dla widzów? Czy wiedza o tym, że „statystyczny Polak” spędza przed ekranem coraz

---

<sup>7</sup> TNS OBOP, *Telewizja 2010 – podsumowanie*, [online:] [http://www.obop.pl/biuro\\_prasowe/informacje\\_prasowe/2011/stycze/wid/6621](http://www.obop.pl/biuro_prasowe/informacje_prasowe/2011/stycze/wid/6621) [dostęp 10.01.2013].

<sup>8</sup> *Diagnoza społeczna 2011*, red. J. Czapiński, T. Panek, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego 2011, s. 261.

więcej czasu, daje się w prosty sposób przełożyć na tezę, że telewizja jest w polskich domach coraz ważniejsza? I czy internauta spędzający przed telewizorem mniej czasu niż przed ekranem komputera konsumuje przez sam fakt zmiany ekranu mniej treści telewizyjnych? Z pomocą próbują przyjść badania jakościowe, lecz i tutaj trudno o ostateczne rozstrzygnięcia – dostarczają informacji o zmianach sposobów wykorzystywania telewizji, ale oczywiście nie mogą pomóc w odpowiedzi, na ile te zmiany są masowe. Zwłaszcza że wyniki poszczególnych projektów nie zawsze prowadzą do zbieżnych wniosków.

Wśród badań potwierdzających tezę o „śmierci telewizji, jaką znamy” można wymienić prowadzony przeze mnie i przywoływany już w tym opracowaniu etnograficzny projekt *Młodzi i media*. Licealiści i licealistki, którzy brali w nim udział, oglądają telewizję, ale niemal wyłącznie podczas spożywania posiłków, często w towarzystwie rodziców. Telewizor jest dla młodych ludzi rodzajem tekstury<sup>9</sup> – medium tła, przydatnym wtedy, gdy nie można zasiąść przed ekranem komputera i trzeba na przykład spędzić trochę czasu z innymi domownikami. Pomaga znaleźć pretekst do rozmowy ze współoglądającymi, ale też ułatwia odgrodenie się od nich. Znaczące, że w żadnym z odwiedzonych podczas badania mieszkań w pokoju nastolatka nie było telewizora – odbiorniki stały w sypialniach rodziców, kuchniach lub salonach, a rolę pośredników w dostępie do treści telewizyjnych przejmowały na siebie podłączone do internetu komputery. Można powiedzieć, że zremediowały one praktyki telewizyjne. „Marianna lubi oglądać z Jurkiem *Dr. House’a*. Jednak młodzi oglądają ten serial nieco inaczej niż swoje ulubione serie oglądali ich

---

<sup>9</sup> J. Fiske, *Cultural Studies and the Culture of Everyday Life*, w: *Cultural Studies*, red. L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler, New York: Routledge 1992, s. 156.

rodzice – kolejne odcinki Jurek ściąga z internetu, a telewizor zastępuje ekran laptopa. Oczywiście tym, co jest najbardziej istotne, wciąż jest wspólne spędzanie czasu oraz uwspólnianie katalogu kulturowych odwołań oraz wprzęgnięcie ich w intymny obieg porozumiewania się w parze. (Jak to ważne, przekonał się kolega Marianny, Alek, który do dziś wspomina, że rozmawiając kiedyś z nowo poznaną dziewczyną, nie był w stanie poprawnie zinterpretować niemal żadnego z pojawiających się w jej wypowiedziach popkulturowych odniesień – w czasach internetu ryzyko takich sytuacji jest znacznie większe niż kilkanaście lat temu). Im dokładniej będziemy się przyglądać tym wspólnie spędzanym przed ekranem komputera chwilom, tym więcej znacznie znajdziemy różnic pokazujących, jak internet i komputery zmieniły praktyki odbioru. Pozornie oczywista różnica pomiędzy treściami, do których dostęp daje komputer – a więc możliwość samodzielnego wyboru materiałów, ale i czasu ich odbioru – a tymi, jakie oferowały kino, telewizja i radio, przekłada się na już mniej oczywiste aspekty wspólnego ich odbierania” – pisaliśmy w raporcie<sup>10</sup>. Esencją tej zmiany są słowa, które wypowiedział jeden z biorących udział w badaniu licealistów: „Wszystko, co mnie interesuje w telewizji, mogę obejrzeć na komputerze”.

Podobne obserwacje zawiera raport z badań EtnoMedia, którymi objęto sposób oglądania telewizji przez polskie rodziny z wykształceniem i dochodami nieodbiegającymi od średniej krajowej. Choć telewizja wciąż „nieopodzielnie króluje w domach Polaków”, spędzających z nią większość wolnego czasu, to telewidzowie w poszukiwaniu interesujących treści już nie zapuają, ale korzystają z sieci. Wydaje się, że telewizor przejmie na siebie rolę, jaką kiedyś pełniło przede wszystkim radio

<sup>10</sup> M. Filiciak i in., *Młodzi i media*, Warszawa: SWPS 2010, [online:] [www.wyborcza.pl/mlodziimedia](http://www.wyborcza.pl/mlodziimedia) [dostęp: 10.01.2013], s. 48.

– stanowi tło dla codziennych czynności, towarzyszy gotowaniu i jedzeniu, za to coraz rzadziej może liczyć na pełną uwagę odbiorcy. Gdy widz szuka określonych treści, kieruje się do internetu<sup>11</sup>. Odrębnym pytaniem jest, co to kierowanie się do sieci właściwie oznacza. Przecież same legalne serwisy do strumieniowego przekazu treści w internecie można podzielić na kilkanaście typów, klasyfikując je ze względu na sposób pozyskiwania treści (licencjonowany, produkowany samodzielnie lub generowany przez odbiorców), sposób dystrybucji (strona WWW, własna aplikacja, zewnętrzna aplikacja/player, na przykład Windows Media Player), nadawcę (którym może być zwykły użytkownik internetu, stacja telewizyjna lub serwis internetowy), formę dostępu do treści (pełny lub na żądanie), odpłatność (a w jej obrębie różne modele płatności) bądź jej brak, wreszcie – lokalizację<sup>12</sup>. Tym zajmę się jednak dalej. Teraz zaznaczę tylko, że myśleniu, w ramach którego telewizja okazuje się medium mniej wartościowym od pozwalającego na efektywną selekcję internetu, zbyt łatwo jest dać się uwieść poszukującym „nowych trendów” badaczom – zarówno związanym z akademią, jak i badaniami rynku (a czasem łączących te aktywności). Sam, pracując przy projekcie etnograficznym poświęconym sposobom korzystania z telewizji miałem okazję zobaczyć, że wciąż dla bardzo wielu polskich rodzin telewizor jest nie tylko kluczowym medium, ale też medium, którego zaletą, a nie wadą, jest możliwość odbioru niewymagającego większego wysiłku. Obraz z badań etnograficznych ujawnia

---

<sup>11</sup> Za: V. Makarenko, *Jak internet zmienia sposób oglądania telewizji*, „Gazeta Wyborcza” 9.08.2009, [online:] [http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,6911207,Jak\\_internet\\_zmienia\\_sposob\\_ogladiania\\_telewizji.html](http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,6911207,Jak_internet_zmienia_sposob_ogladiania_telewizji.html) [dostęp 10.01.2013].

<sup>12</sup> A. Garapich, *Co robią i gdzie spędzają czas – aktywność internautów w Polsce w wybranych obszarach życia sieciowego*, [online:] [www.mswia.gov.pl/download.php?s=1&id=11621](http://www.mswia.gov.pl/download.php?s=1&id=11621) [dostęp 10.01.2013].



napięcie pomiędzy tym, co Polacy o korzystaniu z telewizji mówią (chętnie prezentując samych siebie jako wymagających odbiorców, aktywnie poszukujących określonych typów treści w różnych mediach), a co z nią faktycznie robią. Przestrzeń przed telewizorem jest dla nich przede wszystkim miejscem odpoczynku – manifestuje się to już w aranżacji wielu salonów w polskich mieszkaniach, urządzonych tak, by można było wygodnie położyć się przed ekranem. Każdy z domowników ma nie tylko swoje miejsce, ale i swoją „telewizyjną” pozycję oglądania, wypracowaną i zinternalizowaną w ciele. Praktyki odbioru telewizji tylko w niewielkim stopniu – a może raczej: tylko w specyficznych grupach i sytuacjach – powielają dyskurs efektywności (w zarządzaniu czasem, w wyborze programu), bo ten ściśle związany jest z pracą i obowiązkami, od których telewizor ma przynieść wytchnienie (a których obszarem jest zazwyczaj ekran komputera). O ile więc obserwujemy (nie tak znów radykalną, jak może się chwilami z perspektywy wielkomiejskiej klasy średniej wydawać) zmianę praktyk korzystania z telewizji, to ich wartościowanie według wzoru nowe-lepsze, stare-gorsze wydaje się sporym nadużyciem. Warto w tym miejscu przytoczyć fragment z posłowie poświęconej głównie telewizji książki Karola Jakubowicza, który do tonowania opinii o radykalnych zmianach praktyk odbiorczych wprowadza jeszcze wątek produkcyjno-instytucjonalny: „Widać wielką siłę inercji starych mediów oraz ich oporu przeciwko zmianie. Podtrzymuje je fakt, że to, co nazywamy treściami generowanymi przez użytkowników oraz dziennikarstwem obywatelskim nie jest najwyraźniej w stanie zaoferować treści porównywalnych zakresem i jakością z ofertą mediów profesjonalnych. Perspektywa zmiany paradygmatu wydaje się więc odległą”<sup>13</sup>. To kolejne

<sup>13</sup> K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa: Poltext 2011, s. 273.

napięcie czy wręcz pozorna sprzeczność ery konwergencji. Zmiana funkcjonowania telewizji jest oczywista i na poziomie odbiorców aż nazbyt dobrze widoczna (wystarczy przygotować listę „aktualizacji” telewizji w czasie żywotności jednego odbiornika – ledwie zagościł pod nim odtwarzacz DVD, potaniały ekrany plazmowe i LCD, pojawił się sygnał wysokiej rozdzielczości, w wielu domach zagościły cyfrowe przystawki umożliwiające nagrywanie treści na dyskach twardych, usługi VoD, ale też możliwość łączenia telewizora z internetem<sup>14</sup>, a ostatnio – technologia 3D). Równocześnie jednak w polskich domach bardzo dużo jest tradycyjnego oglądania telewizji, a na poziomie praktyk media okazują się nie być ze sobą połączone w sposób tak oczywisty, jak mogłoby się to wydawać badaczom unikającym etnograficznego zaglądania do domów widzów z różnych grup społecznych. Konwergencji technologii może towarzyszyć dywergencja praktyk, łączenie telewizji nie tylko z treściami, ale też z typem sytuacji powiązanych z tą technologią. Ten problem uwidocznił się zresztą nie tylko w polskich badaniach telewizji i zmian, jakim w ostatnich latach podlega.

Amanda Lotz, autorka doskonałej, wydanej w roku 2007 książki *The Television Will Be Revolutionized*, stanowiącej swojego rodzaju manifest końca „starej telewizji”, pisze w niej o swoich studentach, którzy oglądają specyficzne treści telewizyjne (przede wszystkim seriale produkowane przez telewizje kablowe) bez użycia telewizorów – na laptopach, telefonach komórkowych, z płyt DVD i ściągając je z internetu (a równocześnie o swoich, zupełnie odmiennych – dość konserwatywnych – praktykach oglądania). Obecny pejzaż telewizji Lotz opisywała w swej książce przez pryzmat „pięciu C”, na które

---

<sup>14</sup> Pierwsze statystyki na ten temat zob.: T. Gryniewicz, *Iluzja Polaków podłącza telewizor do internetu? Producenci podają swoje dane*, „Gazeta Wyborcza” 31.01.13.

składają się: *choice* (wybór), *control* (kontrola), *convenience* (wygoda), *customization* (personalizacja) i *community* (społeczność)<sup>15</sup>. Wyznaczają one obraz praktyk skrajnie spersonalizowanych, w których odbiorcy oczekują możliwości pełnej kontroli swojej telewizyjnej diety, a równocześnie w poszukiwaniu wartościowych treści są skrajnie niełojalni wobec nadawcy, a nawet medium – jeśli element rekomendacji wciąż jest dla nich ważny, to ich źródłem nie są już twórcy profilu stacji czy telewizyjnej ramówki, lecz inni miłośnicy tych samych treści (fanowska społeczność wokół nich skupiona)<sup>16</sup>. Znaczące jednak – i w tym względzie obraz prezentowany w *Television...* zbieżny jest z wynikami z raportu *Młodzi i media* – że źródłem inspiracji dla radykalnych sądów o zmianie sposobów korzystania z telewizji są obserwacje praktyk osób kilkunasto-, ewentualnie dwudziestokilkuletnich. A przecież założenie, że wyznaczają one nieuchronną tendencję – nowe sposoby korzystania z telewizji, które będą coraz powszechniejsze wraz ze starzeniem się kolejnych użytkowników dorastających wraz z internetem – można podważyć, wskazując na inne elementy determinujące sposoby korzystania przez młodych ludzi z mediów. To style życia, „wypychające” ich sprzed telewizorów (których użyciami „rządzą” mieszkający najczęściej z młodymi ludźmi rodzice), ale też duża ilość wolnego czasu, większe zainteresowanie konsumpcją konkretnych

---

<sup>15</sup> A. Lotz, *Television will be revolutionized*, New York: NYU Press 2007, s. 245–246.

<sup>16</sup> Oczywiście nadawcy nie pozostają na te zmiany obojętni – także w aspekcie społecznościowym. Jak zauważa Matt Hills, możemy dziś mówić o kategorii *mainstream cult* – kultu głównonurtowego, która odnosi się do społeczności fanowskich, które nie tyle same tworzą intertekstualne sieci wokół tekstów, co podążają za sieciami tworzonymi przez producentów z myślą właśnie o budowie „kultowego” statusu dzieła. Zob. M. Hills, *Dawson's Creek: „Quality Teen TV” and „Mainstream Cult”*, w: *Teen TV: Genre, Consumption and Identity*, red. G. Davis, K. Dickinson, London: BFI 2004, s. 54–67.

treści kulturowych, być może aktywniejsze kontakty towarzyskie. Oczywiście wszystko to nie musi oznaczać, że w momencie, gdy te osoby zamieszkają samodzielnie albo założą rodziny, ich sposób oglądania telewizji upodobni się do praktyk poprzednich pokoleń. Może jednak nie będzie od nich aż tak radykalnie różny?

Przywoływana już Amanda Lotz chyba także dostrzega ryzyko uniwersalizacji spostrzeżeń na temat wyłaniania się nowych sposobów odbioru uzyskiwanych przez analizę zachowań młodych widzów (często – co nie jest bez znaczenia – studentów), nierzadko skupionych na specyficznych treściach wysokiej jakości (tzw. *must see television*), diskutowanych później ze znajomymi. We wstępie do zredagowanej przez siebie, o dwa lata od *Television Will Be Revolutionized* późniejszej pracy zbiorowej o znaczącym tytule *Beyond Prime Time. Television Programming in the PostNetwork Era*, Lotz pisze: „Amerykańska telewizja *prime time* wygląda tak, jak wygląda, dzięki dostępnym jej budżetom, terminarzom wymagającym produkcji dwudziestu dwóch nowych odcinków w roku i specyficznej grupie widowni, niezbędnej do odniesienia »sukcesu«. Programy tworzone z myślą o innych częściach dnia wyglądają zupełnie inaczej – porównajcie na przykład styl wizualny emitowanych w ciągu dnia oper mydlanych lub talk show. Ta różnica wynika głównie z bardzo odmiennych norm produkcji takich programów, a zwłaszcza tej, że mniejsze grupy publiczności oznaczają mniej dolarów z reklam i w konsekwencji niższe budżety oraz że może powstawać nawet dwieście pięćdziesiąt nowych odcinków w roku”<sup>17</sup>. Ten inny typ treści przekłada się też często na inne typy ich użycia, często zdumiewająco bliskie tradycyjnych kategorii opisu odbioru telewizji, przede wszystkim zaproponowanej

---

<sup>17</sup> A. Lotz, *Introduction*, w: *Beyond Prime Time. Television Programming in the PostNetwork Era*, red. A. Lotz, New York: Routledge, s. 4.

przez Raymonda Williamsa (i w „nowej telewizji” mniej istotnej) kategorii „przepływu” (*flow*): oglądaniu nie konkretnych treści, ale przede wszystkim właśnie telewizji. Dlatego zmiana technologiczna nie wywołała w wypadku zarówno dostawców treści (stacji telewizyjnych), jak i widzów równie silnych zmian w postępowaniu z treściami z różnych segmentów. W odniesieniu do części z nich – ilościowo większej, pochodzącej spoza czasu największej oglądalności, a dla wielu widzów stanowiącej fundament telewizji – zmiany bywają zdumiewająco niewielkie. Ważne, by wspomnieć, że Lotz opowiada się tym samym za zniuansowaniem obserwacji, które sama przedstawiła w książce *Television Will Be Revolutionized*. Ich identyfikowanie z telewizją w ogóle jest jednak nadużyciem – amerykańska telewizja to przecież nie tylko (choć także) seriale HBO, podobnie jak polska składa się nie tylko z serialowych produkcji takich jak *Ekipa*, ale też, a może przede wszystkim, z *M jak miłość* i telewizji śniadaniowej, które jeśli nawet udaje się znaleźć (co jest raczej sporadyczne i zależy od tego, czy w programie lub wokół niego powstało jakieś zamieszanie, przez co był komentowany i okazało się, że osoby spoza jego zwyczajowej widowni mogą być na dużą skalę zainteresowane) w nieformalnych i formalnych kanałach dystrybucji cyfrowej, to nie są ich przebojami. Na przykład w ofercie VOD rzadko pojawiają się programy spoza *prime time* – z wyjątkiem programów dla dzieci, które są specyficzne (wielokrotnie można je powtarzać, bo w ich przypadku kategoria nowości nie jest istotna, co zresztą dobrze ilustruje choćby historia kina domowego<sup>18</sup>).

<sup>18</sup> Ilustracją tej tezy jest boom VHS, który dotyczył na początku głównie dwóch typów treści – programów dla dzieci i filmów porno. Programom dla dzieci dedykowane są też stacje tematyczne i wreszcie najszerzej rozumiana konwergencja – sieci intertekstualne wokół marek są w wypadku produkcji dziecięcych chyba najbardziej rozbudowane, rozciągając się od filmów, przez gry, po zabawki i dodatki w McDonalds.

Można też zapytać – powracając do przewijającego się w tej książce wątku skrzywienia perspektywy wynikającej ze specyficznego usytuowania w strukturze społecznej samych badaczy, którzy często nie potrafią oddzielić własnych praktyk od diagnozowanych w społeczeństwie użyć mediów: co najczęściej oglądają osoby, które piszą o telewizji? Właśnie najgłośniejsze produkcje, o których częściej się dyskutuje i w wypadku których łatwiej można wykorzystać swój status „znawcy”. Jeśli bowiem oglądanie telewizji staje się częścią obowiązków zawodowych, czas przeznaczony na nie inwestuje się tak, by zmaksymalizować efekty (rozumiane jako publiczne wystąpienia, teksty itp.). Badacze lokują się też po stronie „wartościowej widowni” (ze względu na przynależność do wielkomiejskiej klasy średniej rozumianej jako atrakcyjny „target” dla reklamodawców), oglądającej „dobre programy”, często powiązane właśnie z odmiennymi od tradycyjnych sposobami odbioru. To skrzywienie perspektywy ma jeszcze jeden czynnik – od którego, mam tego świadomość, nie jest wolna również ta praca: rodzaj kompleksu kolonialnego. W wypadku badań telewizji ma on podwójny wymiar: dotyczy recepcji kategorii badawczych, najczęściej wytwarzanych w kręgu badań anglosaskich (wystarczy rzucić okiem na przypisy do tego rozdziału – dominują w nich odwołania do publikacji anglojęzycznych), ale też recepcji programów, formatów i szerzej – usług ze Stanów Zjednoczonych i krajów Europy Zachodniej, postrzeganych jako tych, które nadają kierunek rozwoju telewizji. Oczywiście, w obu tych przypadkach nie brak argumentów na rzecz takiego właśnie myślenia. Globalizacja rynku telewizyjnego i pozycja, jaką zajmują na nim stacje amerykańskie (porównywalna z hegemoniczną pozycją Hollywood na rynku filmowym), nie może jednak przesłaniać faktu, że na wielu rynkach lokalnych występują trendy, które z sytuacją w Stanach Zjednoczonych zgodne nie są. Choć więc

w Stanach Zjednoczonych (i podobnie: w Polsce) spada i prawdopodobnie będzie spadać zainteresowanie kanałami ogólnodostępnymi, to w Indiach czy Chinach jest wręcz przeciwnie. Z kolei kierunki rozprzestrzeniania się na przykład formatów też są różne i przyjmowanie założeń o centralnej roli produkcji anglosaskich nie wszędzie znajduje zastosowanie, czego przykładem może być Ameryka Łacińska, gdzie dzięki wspólnocie języka hiszpańskiego od dawna przekraczano z programami granice państw i gdzie często produkcje hiszpańskie czy portugalskie, ale też meksykańskie czy brazylijskie tworzone są z myślą o eksporcie<sup>19</sup>. Podobna sytuacja występuje w krajach arabskich, gdzie – choć ze względów politycznych pozycja treści o amerykańskim rodowodzie jest słaba – programy telewizyjne często stają się wspólnym mianownikiem popkulturowym; wpływ jest widoczny także po unifikacji języka, dawniej silnie zróżnicowanego regionalnie. Wreszcie, wpływy amerykańskiej telewizji w różnych regionach świata nie muszą wcale wyłącznie rosnać – kiedyś zdominowana przez programy amerykańskie telewizja japońska dziś 98% programu wypełnia rodzimymi produkcjami<sup>20</sup>.

Poczynione tu zastrzeżenia mają na celu wyważenie obrazu wyłaniającego się z analiz telewizji – analiz często zachłystujących się, jak już wspomniałem, „nowościami”, a może wręcz i „młodością”. Przekłada się to na ryzyko popadnięcia w „cyfrową ortodoksję”, jak Toby Miller nazywa przecenianie nowych sposobów oglądania telewizji i doszukiwanie się ich „uinternetowienia”, przy równoczesnym zaniedbywaniu faktu, że wielu odbiorców wciąż ogląda telewizję tak, jak

<sup>19</sup> J. Sinclair, *Latin America's impact on world television markets*, w: *Television Studies After TV*, dz. cyt., s. 141–148.

<sup>20</sup> *The function of postbroadcast television – introduction*, w: *Television Studies After TV*, dz. cyt., s. 52.

w zamierzchłej przeszłości, a nowe sposoby wytwarzają raczej modele mieszane, niż wypierają stare<sup>21</sup>. Do telewizji aplikują się więc wszystkie uwagi przytoczone w rozdziale o przemianach filmu – nie ma jednego jej „końca”. Ważne też, by nie uromantycznić wpływu na tę przestrzeń internetu, którego odmienność od telewizji bywa w mojej opinii przeceniana – i to w co najmniej dwóch wymiarach.

Pierwszy zilustruję przykładem z cytowanego już badania *Młodzi i media* i odwołaniem do przywoływanego w tej książce zainteresowania społecznymi praktykami wokół mediów, znajdującego wyraz w pytaniach (i potencjalnym napięciu pomiędzy nimi): co ludzie robią z mediami? Jakim językiem o tym mówią? W wypadku telewizji wciąż obowiązuje dyskurs kultury masowej<sup>22</sup> – młodzi ludzie (choć także osoby starsze) postrzegają ją jako medium pasywne, bardzo ograniczone, w wypowiedziach pojawiały się wręcz odniesienia do „nałogu”. O internecie z kolei mówi się jako o przestrzeni ogromnych możliwości, wymagającej aktywności i zaangażowania, w odróżnieniu od ograniczającej telewizji kojarzonej z rozwojem i poszerzaniem horyzontów. W istocie jednak korzystanie z internetu jest często zaskakująco „telewizyjne”: ogranicza się do rutynowego przeglądania kiku lub kilkunastu stron, a aktywność internauty często nie różni się od aktywności zmieniającego kanały telewidza. Podobne napięcie widać zresztą w wymiarze towarzyskiego funkcjonowania telewizji – w raporcie z badania pisaliśmy: „Choć technologie wykorzystywane przez młodych ludzi, których poznaliśmy w trakcie tego projektu, niosą ze sobą

---

<sup>21</sup> T. Miller, *Approach with caution and proceed with care: campaigning for the US presidency 'after' TV*, w: *Television Studies After TV*, dz. cyt., s. 75–82.

<sup>22</sup> I. Ang, *Watching 'Dallas'. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, New York: Routledge 1989, s. 86–116.



silny potencjał indywidualizujący (pozwalają na personalizację, a równocześnie dają dostęp do kulturowej bazy danych o pojemności pozwalającej na niemal nieskończone zróżnicowane wybory jednostek), to równocześnie służą tworzeniu tożsamości grupowych i podejmowaniu wspólnych wyborów umożliwiających przekształcenie bazy nieuporządkowanych elementów we wspólną dla grupy narrację. Nie oznacza to, że możliwości technologii są przeszkodą – przeciwnie, dają wybór, pozwalają podmiotom oscylować pomiędzy tym, co indywidualne i odrębne, a tym, co grupowe i uwspólnione. Przykładem mogą być dwie przeciwstawne praktyki związane z treściami audiowizualnymi: seriale telewizyjne często wyrwane są z kontekstu ramówki, ściągane z sieci i oglądane na komputerze (czyli teoretycznie linearna forma telewizyjna przekształcona zostaje w bazę danych treści, o których wyborze decyduje nie nadawca, lecz odbiorca), ale równocześnie klipy z zawierającego miliony nagrań serwisu YouTube są »utelewizyjniane« i za pośrednictwem przesyłanych na Gadu-Gadu linków wprowadzane w horyzont kulturowy grupy znajomych<sup>23</sup>. To kolejny argument wskazujący, że telewizyjne praktyki doby internetu trudno rozpatrywać w kategoriach „posttelewizyjnych” – i że kształtowanie praktyk użytkowników nie odbywa się tylko poprzez modelowanie korzystania z telewizji na wzór korzystania z internetu, ale też że spędzanie czasu przed komputerem może być odbiciem praktyki siedzenia przed telewizorem.

Drugi wymiar nadużyć związany jest z założeniem, że internet jest przestrzenią w znacznie większym od telewizji stopniu kształtowaną oddolnie. Założeniem kontrowersyjnym, a przynajmniej – nieoczywistym, co pokazuje choćby historia internetowego funkcjonowania treści telewizyjnych w Polsce. Ważnym

---

<sup>23</sup> M. Filiciak i in., dz. cyt., s. 10.

elementem – zresztą nie tylko w naszym kraju – otwierania się stacji telewizyjnych na internet był *Big Brother*, w którym to sami nadawcy (a właściwie powiązany wówczas kapitałowo z telewizją TVN portal Onet) proponowali dodatkowe materiały online, czyniąc z „wielkiego Brata” w sieci swego rodzaju rozszerzoną wersję doświadczenia telewizyjnego<sup>24</sup>. Oczywiście oficjalne strony i fora były tylko jego częścią – równocześnie rozkwitały oddolne inicjatywy. Jednak od początku boomu internetowego w Polsce telewizja nie tylko była „przechwytywana” przez internautów wbrew woli producentów programu, ale też promowana, redystrybuowana i sprzedawana w internecie jako kolejnym kanale oficjalnej dystrybucji. Dobrze ilustruje to sytuacja serwisu YouTube, który po serwisie Google jest najpopularniejszą witryną polskiego internetu, z zasięgiem bliskim 70%<sup>25</sup>. Jak pokazuje Jin Kim, w ostatnich latach YouTube przekształciło się z miejsca prezentującego przede wszystkim treści tworzone przez użytkowników w silnie zinstytucjonalizowane miejsce prezentacji profesjonalnych materiałów. Kim wiąże tę sytuację z naciskami branży nadawczej, mającymi na celu zwalczanie nieautoryzowanych materiałów naruszających prawa autorskie, a równocześnie stworzenie przyjaznego reklamom środowiska dla profesjonalnych publikacji<sup>26</sup>. Tym samym na przykład niechęć do reklam, według wielu internautów uzasadniająca „ucieczkę sprzed telewizorów”, w istocie stała się bezrefleksyjnie powtarzanym, odległym od rzeczywistości autostereotypem.

---

<sup>24</sup> K. Michalska, *Rozkosze interaktywności. Wielki Brat w sieci*, w: *Podglądanie Wielkiego Brata*, red. W. Godzic, Kraków: Rabid 2001.

<sup>25</sup> Dane według badania Megapanel PBI/Gemius z listopada 2012, [online:] <http://media2.pl/badania/99401-Megapanel-listopad-2012-kategorie-tematyczne/10.html> [dostęp 10.01.2013].

<sup>26</sup> J. Kim, *The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content*, „Media Culture Society” 2012, vol. 34, nr 1, s. 53–67.

Zwłaszcza że o odbiorców w sieci coraz aktywniej walczą też stacje telewizyjne<sup>27</sup>. Tym samym telewizja w internecie uwalnia się od swojej „starej tożsamości” – etykiety medium niskiej wartości – głównie na poziomie wizerunkowym, choć jednym z paradoksów jest fakt, że tę pracę na rzecz poprawy wizerunku medium wykonują także nieformalne kanały dystrybucji<sup>28</sup>. Nimi zajmę się jednak dalej – bo nie jest to jedyny paradoks towarzyszący dziś telewizji. Pomimo wszystkich przytoczonych przeze mnie argumentów trudno mieć bowiem wątpliwości, że praktyki budowane wokół telewizji ewoluują. Rodzą się nowe sytuacje odbioru, bo przywoływane przeze mnie we wstępie społeczne „protokoły” korzystania z mediów zawsze były niestabilne. Pojawienie się w pewnym stopniu konkurencyjnego środka przekazu – a w tym wypadku właściwie meta-medium, które oferuje nowe sposoby korzystania ze starych treści – często prowadzi do ich redefinicji. Dlatego po uporaniu się z całą gamą zastrzeżeń, tym właśnie tropem – niejednoznacznych związków pomiędzy korzystaniem z internetu i oglądaniem telewizji – będę podążać w tej części, próbując skonceptualizować sytuację telewizji na początku drugiej dekady XXI wieku. Zakładam, co potwierdzają przywoływane wcześniej dane statystyczne, że telewizja wciąż stanowi istotny element medialnego życia codziennego Polaków. Równocześnie jestem przekonany, że upowszechnienie nowych technologii medialnych nie pozostaje bez wpływu na to, jaką rolę telewizja pełni w naszym życiu, jakimi kanałami jest dystrybuowana, wreszcie – odwracając poruszony wcześniej wątek – jakie pojawiają się w niej treści.

<sup>27</sup> V. Makarenko, *Telewizyjna wojna o sieć. Gdzie obejrzysz swój serial*, „Gazeta Wyborcza” 27.12.12, [online:] [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13107834,Telewizyjna\\_wojna\\_o\\_siec\\_Gdzie\\_obejrzysz\\_swoj\\_serial\\_.html#BoxBizTxt](http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13107834,Telewizyjna_wojna_o_siec_Gdzie_obejrzysz_swoj_serial_.html#BoxBizTxt) [dostęp 10.01.2013].

<sup>28</sup> M. Z. Newman, *Free TV: File-Sharing and the Value of Television*, „Television New Media” 2012, vol. 13, nr 6, s. 464.

Na potrzeby tej książki z wielu płaszczyzn funkcjonowania telewizji (jako technologii, przemysłu, instytucji społecznej, formy przekazu i części życia społecznego) skoncentruję się na zmianie tekstów telewizyjnych, ich funkcjonowaniu w życiu codziennym, ale też – w ograniczonym wymiarze – na przemianach technologicznych i biznesowych. Zgodnie z przyjętymi w tej książce założeniami metodologicznymi, odwołując się do badań, spojrzę też krytycznie na zaangażowanie naukowców w analizowany obszar. Analiza tych aspektów posłuży mi do sformułowania uwag związanych z konieczną w moim odczuciu zmianą perspektywy teoretycznej w studiach nad telewizją. Nie chciałbym jednak, aby rozważania teoretyczne były zawieszone w próżni, toteż (mając w pamięci poczynione zastrzeżenia) skoncentruję się na studium przypadku amerykańskich seriali – popularnych na niemal całym świecie produkcji telewizyjnych, które pod wieloma względami wykraczają poza tradycyjnie definiowany gatunek, ale równocześnie są też tymi tekstami telewizyjnymi, które często oglądane są w „nietradycyjny” sposób. Wybór amerykańskich seriali, które umownie określam mianem „postsoap” (kładąc w ten sposób nacisk na ich dwuznaczny status, bo z jednej strony, podobnie jak opery mydlane, są one formami seryjnymi i alinearnymi, z drugiej – posiadają zupełnie inny status kulturowy, są najczęściej pozbawione wątków melodramatycznych i zaskakująco odważne obyczajowo, wreszcie ich twórcy świadomie grają z formułą telewizyjną), ma też dla mnie inne zalety.<sup>29</sup> Pozwoli mi się bowiem odwołać także do

---

<sup>29</sup> Napiecie pomiędzy stopniowym osłabianiem pozycji soap oper we współczesnej telewizji a podobieństwem do nich seriali nowej generacji omawiają Sam Ford, Abigail de Kosnik oraz C. Lee Harrington - zob. *Introduction. The crisis of the daytime drama and what it means for the future of television*, w: *The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era*, red. S. Ford, A. de Kosnik, C. L. Harrington, Jackson: University Press of Mississippi 2011, s. 3-21.

bezpośredniego doświadczenia – sam jestem bowiem fanem kilku amerykańskich serii, takich jak *Rodzina Soprano*, *Prawo ulicy*, *Sześć stóp pod ziemią* czy *Trawka*. Ten wybór pomoże mi także w uniknięciu uproszczeń i uogólnień oraz umożliwi dojście do ogólniejszej perspektywy. Wierzę, że to ważne elementy współczesnej analizy tekstów kultury<sup>30</sup>.

### Inaczej niż telewizja?

Seriale takie jak wspomniana *Rodzina Soprano* nie powstałyby, gdyby nie przemiany branży telewizyjnej w Stanach Zjednoczonych. Produkcje „postsoap” są w pewnym sensie wytworami ery „postnetwork”, a więc przemian, jakie rozpoczęły się na amerykańskim rynku telewizyjnym w latach osiemdziesiątych. Mam tu na myśli przede wszystkim rozwój telewizji satelitarnej, deregulację rynku telewizji kablowej i zdobycie silnej pozycji, także finansowej, przez stacje takie jak HBO, utrzymujące się nie z reklam, lecz z opłat abonamentowych<sup>31</sup>. Telewizja postsieci korzysta z terminu „sieć” w znaczeniu otwartych sieci telewizyjnych (w wypadku amerykańskim, dominującej „wielkiej trójki”, która po utworzeniu stacji Fox stała się „wielką czwórką”) – w polskim kontekście sytuację „post” można przełożyć na utratę monopolistycznej pozycji przez TVP. Możliwe są jednak i inne skojarzenia z tym terminem, na przykład Henry Jenkins uważa, że telewizja wciąż funkcjonuje w erze sieci, tyle tylko,

<sup>30</sup> H. Jenkins H., T. McPherson, J. Shattuc, 2008, *Kultura bliska ciała. Manifest nowych studiów kulturowych*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1, s. 109–132.

<sup>31</sup> Równocześnie należy pamiętać, że trudno traktować telewizję kablową jako byt odrębny od kanałów produkowanych przez otwarte stacje telewizyjne, z którymi – jak pokazywałem w poprzednim rozdziale – często są powiązane finansowo. Więcej na ten temat zob. V. E. Johnson, *Historicizing TV Networking*, w: *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, dz. cyt., s. 57–68.

że miejsce dużych stacji nadawczych zajął internet<sup>32</sup>. Mniejsza jednak w tym miejscu o terminy; faktem jest, że związana ze wspomnianymi procesami postępująca segmentacja widowni sprawiła, że obok programów „dla każdego” zaczęło powstawać coraz więcej produkcji kierowanych do mniejszych segmentów publiczności. Adresujące swoje programy do zamożnej i wykształconej części społeczeństwa kablówki zaczęły eksperymentować z produkcją programów, które nie bały się opowiadania o niejednoznacznych sytuacjach, kontrowersyjnych bohaterach, chętnie bawiły się konwencjami i przy okazji często łamały obyczajowe tabu. To ostatnie było możliwe ze względu na niepodleganie regulacjom prawnym, które na rynku amerykańskim obowiązują nadawców programów ogólnodostępnych. Pewną rolę odegrał też rozwój nowych technologii, umożliwiających *timeshifting*, czyli oglądanie programów telewizyjnych poza oryginalną ramówką. Upowszechnienie magnetowidów pozwoliło na umieszczanie w seriach telewizyjnych większej ilości wątków i nasycanie ich niuansami, które najbardziej zagorzali fani mieli szansę wychwycić dzięki wielokrotnemu odtwarzaniu. Sztandarowym przykładem takiego serialu jest *Posterunek przy Hill Street*, który zadebiutował w stacji NBC w roku 1981. W *Posterunku...* opowiadano wiele historii równocześnie, twórcy odważnie zerwali też z tradycją zamykania nowych wątków przed końcem pojedynczego odcinka. Kolejnym istotnym etapem zmian technologicznych było wprowadzenie płyt DVD, a w szczególności wydanie w ten sposób serialu *Z Archiwum X* w roku 2001. Wydawnictwo odniosło na rynku amerykańskim gigantyczny sukces, pokazując stacjom telewizyjnym, że nie muszą funkcjonować tylko jako nadawcy, ale także – trochę jak

---

<sup>32</sup> H. Jenkins, *In a Social Networking World, What's the Future of TV?*, „Huffington Post” 24.09.09, [online:] [http://www.huffingtonpost.com/henry-jenkins/in-a-social-networking-wo\\_b\\_292014.html](http://www.huffingtonpost.com/henry-jenkins/in-a-social-networking-wo_b_292014.html) [dostęp 10.01.2013].

Hollywood – jako producenci treści (symboliczne połączenie tych dwóch modeli miało miejsce w roku 1995, kiedy studio Disneya za 19 miliardów dolarów kupiło stację ABC, która dziś ma na koncie czołowe produkcje „postsoap”, takie jak *Zagubieni* czy *Gotowe na wszystko*). Wpływy ze sprzedaży płyt DVD stanowią obecnie istotny element dochodów generowanych przez amerykańskie seriale<sup>33</sup>. Upowszechnienie odtwarzaczy DVD pomogło wykreować serial telewizyjny jako osobny, częściowo niezależny od telewizji produkt. Seriale zostały wyrwane ze strumienia programu telewizyjnego, zyskały status kolekcjonerski, stały się przedmiotami, które można położyć na półce, ale też wielokrotnie oglądać, zachowując pełną kontrolę nad projekcją. Wpłynęło to oczywiście na sposoby oglądania seriali.

W tych okolicznościach formuła serialu telewizyjnego zaczęła ewoluować, przyciągając do pracy w telewizji coraz ciekawszych reżyserów i producentów, skuszonych opinią większej niż w Hollywood swobody twórczej. Przykładem tych przemian – a zarazem impulsem do ich nasilenia – był światowy sukces serialu *Twin Peaks*, który na amerykańskich małych ekranach zadebiutował w roku 1990. Reżyserowany przez posiadającego już wówczas ugruntowaną pozycję w świecie kina Davida Lyncha serial stał się (obok brytyjskiej serii *The Singing Detective*), według Kristin Thompson, telewizyjnym odpowiednikiem kina artystycznego. Jeśli David Bordwell definiuje „kino artystyczne” jako kino, w którym znajdziemy „zaburzenie związków przyczynowo-skutkowych, nacisk na realizm psychologiczny lub anegdotyczny, złamanie klasycznej klarowności czasu i przestrzeni, wyraźny autorski komentarz oraz

---

<sup>33</sup> Por. D. Kompare, *Publikując przepływ. Zestawy DVD a zmiana koncepcji telewizji*, przeł. D. Kuźma, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium – antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa: Scholar 2011, s. 283–312.

niejednoznaczność”, to Thompson przenosi te wyznaczniki na serial i uznaje tym samym *Twin Peaks* za przykład telewizji artystycznej<sup>34</sup>. I choć takie przenoszenie definicji między odrębnymi mediami może budzić wątpliwości, to już sam ten zabieg wydaje się potwierdzać rewolucyjność serialowych zmian. Co więcej, serial spotkał się z dużym zainteresowaniem widzów, a zagadka zabójstwa Laury Palmer, wokół której skonstruowana została fabuła, sprawiła, że wielu widzów żarliwie dyskutowało na ten temat w rodzących się wówczas społecznościach internetowych – twórcy wywołali efekt, który próbuje uzyskać dziś większość producentów<sup>35</sup>. Przetartym przez *Twin Peaks* szlakiem ruszyły kolejne serie. Ikoną ich sukcesu stała się *Rodzina Soprano*, której pierwszy sezon wyemitowano w Stanach Zjednoczonych w roku 1999. To produkcja o amerykańsko-włoskiej rodzinie mafijnej, której głowa zmagą się z depresją, kłopotami z matką, żoną i dorastającymi dziećmi. Pełna wnikliwych obserwacji na temat życia rodzinnego i prowadząca błyskotliwą grę cytatami i stereotypami z popkulturowych przedstawień mafii seria, równocześnie „uczłowiecza” wielokrotnego mordercę i tematyzuje tym samym stosunek do przemocy w mediach zarówno widzów, jak i samych gangsterów. To kolosalna zmiana w stosunku do modelu, w którym główni bohaterowie najczęściej są wzorem cnót i tradycyjnych wartości, wciąż dominującego w polskich produkcjach serialowych, które z tego względu Alicja Kisielewska nazywa współczesną biblią pauperum<sup>36</sup>. Moralna dwuznaczność wydaje się jedną z konstytutywnych cech produkcji „postsoap”.

---

<sup>34</sup> K. Thompson, *Storytelling in Film and Television*, Cambridge, MA: MIT Press 2003, s. 110.

<sup>35</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, dz. cyt., s. 35-39.

<sup>36</sup> A. Kisielewska, *Serial telewizyjny – współczesna Biblia pauperum?*, w: *Nowa audiowizualność – nowy paradygmat kultury?*, red. E. Wilk, I. Kolańska-Pasterczyk, Kraków: Wydawnictwo UJ 2008, s. 417-424.



*Rodzinie Soprano* udało się pogodzić głosy zachwyty krytyków i powodzenie wśród publiczności – seria okazała się najbardziej dochodową produkcją w historii telewizji kablowej. Dzięki temu w ciągu ostatniej dekady jesteśmy świadkami prawdziwego zalewu seriali eksperymentujących z tradycyjną formułą, łamiących konwencje i równocześnie stawiających odbiorcom spore wymagania, czasem na granicy trudności zrozumienia powiązań między spiętrzonymi wątkami. To ostatnie wydaje się kolejnym papierkiem lakmusowym zmian – jeszcze w połowie lat dziewięćdziesiątych Mirosław Przyłipiak pisał, że „seriale są narracjami bardzo uproszczonymi formalnie. Wyraźnie przejawia się w nich dążność do eliminacji wszelkiej złożoności i niejasności w zakresie dramaturgii, narracji, budowy czasu, przestrzeni i postaci. Są však przeznaczone dla ludzi, którzy po dniu ciężkiej pracy pograżają się w pluszowym fotelu i nie mają sił ani chęci na rozwiązywanie rebusów”<sup>37</sup>. Dziś, pisząc o seriach takich jak *Zagubieni*, Jason Mittell wspomina, że oferują one „iście barokowe wariacje na temat motywów i norm”, składające się na paradygmat złożoności narracyjnej, „który spowodował przesunięcie granicy między formami odcinkową i serialową, rozwinął wysoki poziom samoświadomości w kwestii mechanizmów opowiadania oraz zapotrzebowanie na zwiększone zaangażowanie widza skupiającego się zarówno na diegetycznych przyjemnościach, jak i na świadomości formalnej”<sup>38</sup>. Oczywiście zestawianie wysokobudżetowych produkcji z soap operami czy polskimi serialami takimi *M jak miłość* ma sens umiarkowany – to zupełnie inne formy telewizyjne, pokazywane o innych porach i odpowiadające na inne potrzeby widzów. Tym, co uzasadnia

<sup>37</sup> M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego*, Gdańsk: GWP 1994, s. 147–148.

<sup>38</sup> J. Mittell, *Złożoność narracyjna we współczesnej telewizji amerykańskiej*, przeł. D. Kuźma, w: *Zmierzch telewizji?*, dz. cyt., s. 167, 176.

to porównanie, jest jednak dynamika popularności produkcji obu typów – o ile kilkanaście lat temu z hasłem „serial” kojarzono przede wszystkim opery mydlane, to dziś sytuacja uległa zmianie. Celnie diagnozuje to przywoływany już Jason Mittell: „Złożoność narracyjna jest na tyle powszechna i popularna, że okres od lat dziewięćdziesiątych do chwili obecnej możemy uznać za erę telewizyjnej złożoności. Złożoność nie zdominowała klasycznych form obecnych w większości współczesnych ramówek telewizyjnych – wciąż emituje się o wiele więcej tradycyjnych sitcomów i seriali dramatycznych niż złożonych narracyjnie programów. Jestem jednak przekonany, że amerykańska telewizja ostatnich 20 lat zostanie zapamiętana właśnie jako okres eksperymentów i innowacji narracyjnych, rzucających wyzwanie możliwościom tego medium – podobnie jak Hollywood lat siedemdziesiątych jest obecnie kojarzone raczej z nowatorskimi filmami Altmana, Scorsese i Coppoli niż ze znacznie bardziej powszechnymi (i często bardziej popularnymi) klasycznymi filmami katastroficznymi, romansami oraz komediami, które wypełniały wtedy repertuary kin”<sup>39</sup>.

Wobec powyższego jednym z wątków, które trudno byłoby tutaj pominąć, jest nieprecyzyjne, lecz kluczowe w moim odczuciu pojęcie „dobrej telewizji” (*quality television*). Takiej, która ze względu na wysokie standardy realizacyjne bądź szczególne zaangażowanie społeczne wyróżnia się na tle reszty programów. Tradycyjnie „dobra telewizja” była łączona z produkcjami telewizji publicznej, która zamiast gonić za wysoką oglądalnością, mogła pozwolić sobie na wyznaczanie wysokich standardów (oczywiście w Polsce dyskusja o roli telewizji publicznej stała się aktualna dopiero po roku 1989). Jednak w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej

---

<sup>39</sup> Tamże, s. 152.

Brytanii od początku lat osiemdziesiątych nieoczekiwanie producentami takich programów coraz częściej stawały się stacje prywatne, a dziś „dobrą telewizją” są właśnie wyśmiewane jeszcze niedawno seriale. Trzeba dodać, że ta zmiana obejmująca część produkcji telewizyjnej jest kłopotliwa także dla twórców oraz teoretyków. Dlatego szukając nowej legitymacji dla seriali, sięgają poza telewizję.

### Gra o prestiż

Jane Feuer, próbując uchwycić fenomen nowej generacji seriali telewizyjnych, sięga po bliską przywoływaną już „telewizji artystycznej” kategorię „nietelewizji” (*not TV*). Pojęcie zostało zaczerpnięte z hasła reklamowego produkującej największą liczbę ambitnych seriali stacji – „To nie telewizja, to HBO”. Według Feuer ten slogan wyznacza realne punkty odniesienia dla seriali nowej generacji (autorka powołuje się na przykład serialu *Sześć stóp pod ziemią*), ale także ich aspiracje – ironizuje, że przecież takie poszukiwania są immanentną częścią gatunków telewizyjnych. To przesunięcie w stronę obszaru sztuki czy kultury wysokiej jest jednak znamienne – telewizja, także na poziomie wytwarzanych i dystrybuowanych przez siebie tekstów, przestaje mieścić się w ramach tego, co tradycyjnie z telewizją kojarzymy. Ale też: ze względów marketingowych chętnie to rozsadzanie ram podchwytuje i eksponuje. Chwali się tym, że... nie jest telewizją. Te slogany chętnie podchwytują sami badacze, którzy określenie „dobra telewizja” przestają traktować – jak sugeruje Feuer – jako wyznacznik cech formalnych i zaczynają go używać jako terminu wartościującego. Wynika to z przemyślanych strategii promocyjnych – jak pokazuje na przykładzie stacji HBO Feuer, nie tylko z produkcji wymagających seriali, ale też promowania ich przez pryzmat

„autorskości”, odniesień do literatury, teatru i europejskiego kina artystycznego, a nawet autoironicznych, błyskotliwych kampanii reklamowych. Strategia działa: „W reklamach stacja pokazuje nam, jak bardzo jest inteligentna i jak interpretuje swoje własne teksty w ponowoczesnej manierze. Zdając sobie sprawę, jak pretensjonalne są roszczenia do bycia »nietelewizją«, HBO sparodiowało samą siebie w serii reklam. [...] Co więcej – na wypadek, gdybyście nie trafili na reklamy – twórca serialu [*Sześć stóp pod ziemią*, którego analizą zajmuje się Feuer w swoim artykule – przyp. M.F.] Alan Ball w swoim komentarzu na DVD interpretuje kolejne odcinki podczas ich oglądania, jakby w ładnym opakowaniu zestawu DVD upchnięto także małego krytyka/autora [...] HBO jest więc telewizją kablową oferującą kompleksową »obsługę« widzów. Oferuje teksty, które nie są telewizją. Interpretuje je dla nas. Promuje je jako kino artystyczne. Żartuje ze swoich własnych haseł promocyjnych, pokazując nam, jak bardzo postmodernistyczną jest stacja. Przedstawia swoje spoty jako kino artystyczne. Całkowicie eliminuje potrzebę istnienia tekstów takich, jak ten”<sup>40</sup>.

Przykładów nie brak i w polskich mediach. W rozmowie przeprowadzonej przez dziennikarza „Gazety Wyborczej” i opublikowanej pod znaczącym tytułem *Telewizja jak Szekspir* Richard Pepler, wiceprezes HBO, mówi: „Nie jest istotne, w jakim gatunku się poruszamy, czy rozmawiamy o serialu kostiumowym czy współczesnym, kryminalnym czy obyczajowym, na pierwszym planie jest bohater i historia pokazująca relacje, walkę, konflikt, wyprawę po władzę, koszt sukcesu... To tematy stare jak Szekspir”. Dalej pojawia się też odniesienie do Dickensa, później obowiązkowo osłabione kokietyryjnym

<sup>40</sup> J. Feuer, *HBO i pojęcie telewizji jakościowej*, w: *Zmierzch telewizji?*, dz. cyt., s. 124-125.

stwierdzeniem: „Nie porównuję nas do Szekspira i Dickensa, mówię tylko, że z całej siły staramy się być dobrymi opowiadaczami w telewizji”<sup>41</sup>. Oczywiście działania tego typu są tak skuteczne głównie dlatego, że są emanacją popularnego dyskursu na temat serii „postsoap” – wpisują się w potrzebę zdjęcia z produkcji telewizyjnych odium „wstydlivej przyjemności”. Dlatego na przykład Jacek Dukaj w wywiadzie dla „Przekroju” mówił: „Kino [...] ukryło się w serialach w rodzaju *The Sopranos*, *Deadwood*, *The Wire*”; z kolei Agnieszka Holland mówiła „Dziennikowi”: „Moim zdaniem serial pełni dziś funkcję dziewiętnastowiecznej powieści”<sup>42</sup>. Równocześnie jednak można pytać, czy koncentrując się na wyjątkowości postsoap i ich jakości wykraczającej poza miejsce przypisywane w hierarchiach kultury telewizji analizy nie są elementem legitymizującym ten popularny dyskurs. A przecież tę wyjątkowość można definiować inaczej.

Jason Mittell, idąc podobnym tropem jak Feuer zauważa, że w wypadku serii takich jak *The Wire* niemal obowiązkowym punktem odniesienia jest powieść, co znajduje nawet odzwierciedlenie w określeniu *televised novel* (jego najbliższym tłumaczeniem powinna być chyba telenowela, lecz jej zakres znaczeniowy, a przede wszystkim ocena wartości, wydaje się w tym wypadku niższa). Choć trudno stwierdzić (zwłaszcza w kontekście negowanej tu przeze mnie „czystości” form medialnych), że takie powiązanie jest zupełnie nieuzasadnione, to Mittell, podobnie jak Feuer, powiązania seriali z literaturą

<sup>41</sup> V. Makarenko, *Telewizja jak Szekspir*, „Gazeta Wyborcza”, 25–26.08.2012, s. 29.

<sup>42</sup> Zob. *Kultura według Dukaja* (zapis wywiadu z tygodnika „Przekrój” z 8 października 2008) – <http://dukaj.pl/JacekDukaj/KulturaWedlugDukaja> [dostęp 10.01.2013]; *Cala prawda o serialach. Rozmowa z Agnieszką Holland*, „Dziennik”, 18.10.2008, [online:] [http://www.dziennik.pl/kultura/articleta252851/Cala\\_prawda\\_o\\_serialach.html](http://www.dziennik.pl/kultura/articleta252851/Cala_prawda_o_serialach.html) [dostęp 10.01.2013].

również ocenia jako zabieg wynikający z działań marketingowych, dodający telewizji splendoru poprzez odniesienia do wyżej cenionego medium<sup>43</sup>. Ale równocześnie pokazuje, że w telewizyjnym arcydziele, jakim bez wątpienia jest *The Wire*, w odróżnieniu od powieści bohaterami w mniejszym stopniu są pojedyncze postaci – kluczowe za to są instytucje i systemowe uwarunkowania, w których działają. Kluczowe postaci, jak choćby detektyw McNulty, w kolejnych sezonach serii, zwłaszcza czwartym, zostają zmarginalizowane, co uwypukla fakt, że są tylko zastępowalnymi punktami wglądu w funkcjonowanie instytucji, którym poświęcona jest seria. Równocześnie w analizach *The Wire* lekceważone są inne, zdaniem Mittella bardziej uprawnione, asocjacje, zwłaszcza do gier. Nie chodzi tylko o ludyczne elementy diegezy (w tym metaforę gry, którą posługują się chętnie bohaterowie, zwłaszcza zdający sobie sprawę z reguł – i następstw porażki – przestępcy), ale też o logikę opartą na prezentacji działania złożonego systemu.

„Narracja serii nie koncentruje się na tajemnicach, lecz na grze pomiędzy konkurującymi systemami, z suspensem i napięciem wytwarzanym poprzez przewidywania, jakie procedury będą się opłacać każdej ze stron oraz w jakim położeniu znajdą się różne strony, zanim rozegrana zostanie kolejna runda” – pisze Mittell<sup>44</sup>. O ile więc w tradycyjnych seriach proceduralnych, w których widzowie akceptują powtarzalność działań wytyczanych przez policyjne (lub medyczne) procedury, w *The Wire* wątek procedur zostaje poddany tematyzacji: to nie seria oparta na procedurach, lecz seria, w której procedury – i kreatywne próby ich obejścia – stanowią kluczowy element świata

---

<sup>43</sup> J. Mittell, *All in the Game: The Wire, Serial Storytelling and Procedural Logic*, [online:] <http://justtv.wordpress.com/2007/05/22/the-wire-and-the-serial-procedural-an-essay-in-progress/> [dostęp 10.01.2013].

<sup>44</sup> Tamże.

przedstawionego. To bliskie temu, co w innym, przywoływanym już wcześniej przeze mnie tekście, Mittell nazywa – za Neilem Harrisem – „estetyką operacyjną”. Estetyka operacyjna opiera się na założeniu, że widzowie nie czerpią przyjemności z rozważań „co się stanie?”, lecz raczej „jak oni to zrobili?”. Wskazuje również – co w kontekście omawianych wcześniej przeze mnie relacji kina i gier, a także teoretycznej rewizji historii kina, wydaje się tu szczególnie przydatne – na powiązania tej formy z kinem atrakcji<sup>45</sup>. Podobnie jak w wypadku filmów *movie ride*, atrakcje te mają zarówno wymiar estetyczny, jak psychologiczny, dlatego Mittell zauważa: „Mimo że [...] efekty specjalne pojawiają się w telewizji [...], złożone narracyjnie programy oferują inny rodzaj atrakcji: narracyjne efekty specjalne”<sup>46</sup>. Trudno w tym kontekście pominąć gry wideo, wymagające przecież świadomości formy na swych użytkownikach – co według niektórych badaczy, takich jak na przykład Alexander Galloway, stanowi ich istotę. Gry to bowiem „algorytmiczne obiekty kulturowe”, zorientowane na zrozumienie przez użytkowników rządzących światem przedstawionym algorytmów. To „ugrowienie” czy też „algorytmizacja” mediów jest zresztą czymś więcej niż tylko efektywnym zabiegiem, mającym na celu zainteresowanie wymagających odbiorców. Jak pisze Galloway: „Akty konfiguracji są odzwierciedleniem życia: transformacja w ekonomię informacyjną, która dokonała się w Stanach Zjednoczonych od narodzin gier wideo jako medium masowego w latach siedemdziesiątych, przyspieszyła gwałtowne zmiany w życiu jednostek poddawanych procesowi przekwalifikowania i zmiany pracy w nową ekonomię zapośredniczoną przez maszyny i inne artefakty informatyczne”<sup>47</sup>.

<sup>45</sup> Mittell, *Złożoność narracyjna...*, dz. cyt.

<sup>46</sup> Tamże, s. 167.

<sup>47</sup> A. Galloway, *Gaming. Essays...*, dz. cyt., s. 16.

Oczywiście wątek podobieństw między grami a serialami bywa też obecny w serialach „postsoap” na innych poziomach – jak choćby w serii 24, która skojarzenia z grami wydobywa na poziomie estetycznym, udając, podobnie jak omawiane wcześniej filmy, swoją interaktywność. „Choć seria używa podzielonego ekranu, by zasugerować równoległy rozwój wielu wątków i rodzaj nieustannie czekającego na aktywizację potencjału, tak jak obiecują to interaktywne narracje gier czy internetu, fabuła jest, oczywiście, ściśle kontrolowana”<sup>48</sup>. Z wymienionych wcześniej względów analogie do gier nie są jednak tak popularnym wątkiem interpretacyjnym, nie tylko w wypadku działów promocji i widzów, ale też – badaczy. Zanim jednak zajmiemy się ich relacjami z branżą telewizyjną, po wątku przemiany treści rozszerzymy jeszcze element sposobów ich użycia.

Choć wcześniej pisałem o pewnej powściągliwości, którą warto zachować, pochylając się nad zmianami sposobów użycia treści telewizyjnych, trudno całkowicie je ignorować (pamiętając zarazem, że „nietelewizyjne” sposoby odbioru można traktować przez ten sam pryzmat podnoszenia pozycji medium w społecznych hierarchiach co „nietelewizyjność” opisywanych tu treści). To odejście od telewizorów jako głównego interfejsu dostępu do treści telewizyjnych doskonale ilustruje przykład zrealizowanej przez weterana branży serialowej, reżyserującego i produkującego dziś największe hollywoodzkie hity Jossa Whedona (*Buffy pogromca wampirów*, *Dollhouse*, ale też *Avengers*), produkcji *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog*. Krótkometrażowy, składający się z trzech aktów film został w roku 2009 nagrodzony jedną ze statuetek

---

<sup>48</sup> T. McPherson, *Techno-soap: 24, Masculinity and Hybrid Forms*, w: *Reading 24: TV against the clock*, red. Steven Peacock, London – New York: IB Tauris 2007, s. 179.



Emmy, a więc najbardziej prestiżową nagrodą branży telewizyjnej. Absurd sytuacji polega jednak na tym, że film nigdy nie został pokazany w żadnej stacji telewizyjnej – powstał podczas strajku scenarzystów za pieniądze samego Whedona i był udostępniany najpierw bezpłatnie za pośrednictwem strony internetowej i serwisu Hulu.com, a później trafił do serwisu iTunes. Wreszcie został wydany także na płytach DVD i pokazywany na specjalnie organizowanych seansach kinowych. Poza logikę telewizyjnego kanału dystrybucji wykracza też amerykańska adaptacja brytyjskiej serii *House of Cards*, będąca sygnałem, że produkcje internetowe coraz odważniej wkraczają na obszar zarezerwowany dotąd dla seriali realizowanych przez stacje kablowe, takie jak HBO. Seria z podzielonym na dwa pierwsze 13-odcinkowe sezony budżetem 100 milionów dolarów, listą reżyserów obejmującą między innymi Davida Finchera i aktorami takimi jak Kevin Spacey, nie odstaje od najwyższych telewizyjnych standardów realizacji. Za jej stworzenie odpowiada jednak Netflix – amerykańska internetowa wypożyczalnia wideo. Premiera serii miała miejsce 1 lutego 2013 roku, a zgodnie z postsieciową logiką, w której oczekiwanie na kolejny odcinek jawi się jako aberracja, widzom od razu udostępniono wszystkie odcinki pierwszego sezonu. Jak więc widać, w XXI wieku telewizją bywa również to, czego nigdy nie pokazywano w telewizji. Zwłaszcza że pojawiają się też rozmaite parateksty, którymi „obrastają” teksty filmowe – coraz trudniej wyznaczyć granicę: które są, a które już nie są tekstami telewizyjnymi. Czy kilkuminutowe odcinki na komórkę z bohaterami *Skazanego na śmierć* są częścią serialu telewizyjnego, czy osobną całością? Jaka jest natura ich relacji? Tych rozszerzeń nie można traktować wyłącznie jako promocyjnych dodatków. Jak zauważył John Caldwell, aktualne produkcje

„wymagają znacznego rozszerzenia definicji tekstu telewizyjnego”<sup>49</sup>. Redefinicja tego medium musi więc odnosić się nie tylko do ewolucji opisu samych tekstów, ale też praktyk ich oglądania.

## Polak przed ekranem

W Polsce, gdzie debata na temat telewizji toczy się głównie wokół upolitycznienia TVP, często umyka nam podstawowy fakt – telewizja to zaledwie jeden z interfejsów pozwalających oglądać treści, które nie są przypisane do pojedynczego medium. Nie znaczy to, że rola TVP nie jest ważna – jest ważna, bo telewizja publiczna może być jednym z producentów treści wysokiej jakości. W chwili ich emisji traci nad nimi jednak jakąkolwiek kontrolę – i nie zmienia tego zapisy prawne, co doskonale pokazała „wojna” pomiędzy telewizją TVN, próbującą zablokować rozpowszechnianie nagrania z Kamilem Durczakiem, w ostrych słowach zwracającego się do swoich współpracowników tuż przed rozpoczęciem „Faktów”. Żądania telewizji sprawiły, że film był blokowany przez serwis YouTube, jednak w reakcji na tę praktykę natychmiast pojawiły się filmy, na których sygnał dźwiękowy rozpoczynający „Fakty” towarzyszył napisowi „Link do filmu w informacjach o użytkowniku. Stop cenzurze!”, odwołania do ustawy o prawie autorskim ze wskazaniem na artykuł opisujący prawo do cytatu czy wręcz minimanifesty, w których możemy przeczytać hasła w rodzaju: „I tak nie wygracie z internautami, usuwając te filmy! Już jest wszystko na

---

<sup>49</sup> J. T. Caldwell, *Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration*, w: *Television after TV. Essays on a Medium in Transition*, red. L. Spigel, J. Olsson, Durham: Duke University Press 2004, s. 51.

komputerach, Rapidshareach, Wrzutach i innych bajerach i to usuwanie z YouTube to tylko zabawa, bo za kilka minut ktoś doda znowu”. Wróćmy jednak do seriali.

Seriale telewizyjne, w przeważającej części amerykańskie, generują ponad połowę ruchu w sieciach p2p<sup>50</sup>. To tylko pozorny paradoks, że telewizja, którą internet miał stopniowo „uśmiercać”, okazuje się dostawcą treści w internecie tak pożądanym, że wobec braku legalnych alternatyw (jak działające tylko w kilku krajach Hulu.com czy sklepy sieciowe typu iTunes) są one ściągane z sieci na masową skalę. Jak pokazują statystyki serwisu TorrentFreak, liczba pobrań pojedynczych odcinków z sieci często zbliża się do oficjalnych wyników oglądalności, a biorąc pod uwagę, że w części projekcji zdobytych w ten sposób seriali bierze udział kilka osób, nie wspominając już o nagrywaniu ich na płytach znajomym, może być od nich wyższa. Towarzyszącym temu zjawisku w krajach nieanglojęzycznych fenomenem jest tzw. scena napisowa – grupy tłumaczy-amatorów, które dla popularnych seriali przygotowują w ciągu kilku godzin napisy w rodzimym języku, umożliwiające obejrzenie odcinka osobom nieznającym angielskiego. W przypadku najbardziej popularnych serii, jak *Zagubieni*, jeden tylko plik z napisami do jednego z odcinków z jednego tylko spośród polskich serwisów z napisami bywa pobierany nawet przeszło 70 tysięcy razy<sup>51</sup>. A przecież takich serwisów jest wiele, podobnie jak wersji plików z napisami do każdego odcinka. Skala zjawiska jest więc ogromna. Aby ją lepiej poznać, wspólnie z Piotrem Toczyskim z Zespołu Badań i Analiz

<sup>50</sup> Za: [online:] <http://torrentfreak.com/50-percent-bittorrent-downloads-tv-080214/> [dostęp 10.01.2013].

<sup>51</sup> Więcej – zob. M. Filiciak, M. Halawa, *Telewizja bez telewizorów*, „Polityka” 2007, nr 6, s. 76–78. Więcej na temat aktywności tłumaczy napisów – M. Filiciak, M. Danielewicz, A. Buchner, K. Zaniewska, *Tajni kulturalni*, [online:] <http://centrumcyfrowe.pl/czytelnia/tajni-kulturalni> [dostęp 20.01.2013].

Gazeta.pl, opracowaliśmy i przeprowadziliśmy ankietę internetową, która została rozesłana do użytkowników kont pocztowych w serwisie Gazeta.pl.

Ankieta, z którą chcieliśmy dotrzeć do możliwie największej grupy widzów seriali, została w pełni wypełniona przez 1303 osoby. Oglądanie seriali telewizyjnych zadeklarowało 1206 osób. Próba nie była do końca reprezentatywna dla polskich internautów, choć w dużej mierze zbieżna z profilem polskiej sieci. Obecna była pewna nadreprezentacja osób z dużych miast (40% ankierowanych z miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców wobec 16% wg NetTrack/Megapanel PBI/Gemius; z kolei wieś 9% wobec 28% NetTrack, choć to skrzywienie może wynikać też z narzędzia – na przykład mieszkańcy podwarszawskich wsi, zawodowo związani ze stolicą, w ankietach internetowych wybierają jako miejsce zamieszkania Warszawę). Może to sugerować skrzywienie w stronę nietradycyjnych sposobów oglądania, ale warto podkreślić, że osoby wchodzące w skład naszej próba były też statystycznie starsze od średniej (40% w wieku 25–34 lata i 22% w wieku 35–44 lata wobec – odpowiednio – 24% i 16% w NetTrack<sup>52</sup>). Aż 80% naszych respondentów zadeklarowało, że seriale w telewizji ogląda zgodnie z ramówką programową. Oglądanie związane z pobieraniem seriali z sieci zadeklarowało 39% badanych, z czego oglądanie z pliku samodzielnie ściągniętego z internetu – 26%, z otrzymanej/pożyczonej płyty z odcinkami ściągniętymi z internetu – 16%, a z internetowych serwisów umożliwiających oglądanie w przekazie strumieniowym 11%. Wydaje się, że 39% wśród wszystkich ankietowanych to duża grupa, jednak jeszcze ciekawiej zestawienie „telewizja

---

<sup>52</sup> Szczegóły i wykresy – zob. M. Filiciak i in., *Telewizja bez telewizorów? Jak polscy internauci oglądają seriale – wyniki badania*, [online:] <http://badania.gazeta.pl:80/prf/115969/127074/tv-bez-telewizorow.pdf> [dostęp 10.01.2013].

oglądana tradycyjnie” kontra „telewizja z internetu” wygląda w grupie ankietowanych do 24. roku życia. Wśród nich już tylko 66% deklaruje oglądanie seriali telewizyjnych w telewizji, zgodnie z ramówką, podczas gdy oglądanie seriali na któryś ze sposobów „internetowych” aż 87%. Zachowując świadomość, że nie jest to pomiar w pełni reprezentatywny, a równocześnie stawiane pytania dotyczą kwestii, które według niektórych interpretacji związane są z łamaniem polskiego prawa (widać to po „projekcyjnym” pytaniu o to, czy „znajomi ściągają” – więcej odpowiedzi pozytywnych niż przy pytaniu wprost), margines błędu w jedną i drugą stronę jest zapewne dość duży. Mimo wszystko badanie pokazuje jednak, że skala zjawiska jest zaskakująca i oglądanie telewizji bez telewizora trudno uznać za margines praktyk przynajmniej specyficznej części polskich widzów. Pokazuje równocześnie, że model nowy i tradycyjny uzupełniają się – uzyskane w badaniu dane na temat ilości czasu spędzanego codziennie przed telewizorem są zbliżone do polskiej statystycznej średniej, przywoływanej na początku rozdziału nasi respondenci spędzają na oglądaniu telewizji codziennie średnio 3 godziny 10 minut.

Zmiany postaw odbiorczych manifestowały się w odpowiedziach na zamieszczone w ankiecie otwarte pytanie o zalety oglądania seriali telewizyjnych „z sieci” – bardzo często pojawiało się w nich słowo „chcę” i określenia związane z kontrolą, przede wszystkim czasu oglądania. Regularnie akcentowano też – choć tu wydaje się, że trochę na zasadzie szukania usprawiedliwienia dla aktywności o niejednoznacznym statusie prawnym – że w serialach ściąganych z sieci brak reklam i lektora. Często pojawiającym się wątkiem była oczywiście chęć „bycia na bieżąco”, śledzenia najnowszych odcinków tuż po premierze, bez długiego najczęściej oczekiwania na emisję w którejś z polskich stacji. Wyraźnie widać też, że choć ponad połowa

ankietowanych ogląda seriale w pojedynkę, to dużą rolę odgrywają sieci społeczne zorientowane na zdobycie nowych odcinków. Nie wszyscy posiadają bowiem odpowiednie kompetencje, by zrobić to samodzielnie. Wspólne oglądanie zostało więc w pewnym sensie zastąpione przez wspólne zdobywanie.

Uzupełnieniem ankiety była przeprowadzona przeze mnie seria wywiadów ze znajomymi i studentami, próbująca uchwycić dokładniej nowe sposoby wykorzystania seriali, które jako pliki komputerowe nie są już przypisane do jednego czasu, miejsca czy platformy technologicznej. Potwierdziła ona adekwatność przywoływanej na początku tej książki kategorii publiczności rozproszonej. Obok opowieści o oglądaniu seriali całymi sezonami w wywiadach pojawiły się też wątki ilustrujące zróżnicowanie sytuacji i kontekstów, w jakich oglądane są seriale – jak choćby na iPodzie na siłowni, gdzie jeden odcinek odmierza czas ćwiczeń. Pojawiły się też historie bardziej niecodzienne, jak delektowanie się świeżo ściągniętym odcinkiem i oglądanie go dwa razy czy próby pogodzenia presji rówieśników zaangażowanych w oglądanie serialu z deficytem czasu – i oglądanie nowych odcinków w przyspieszonym tempie, uzupełniane doczytywaniem streszczeń na Wikipedii. Ta kontrola nad czasem, która za sprawą komputerów – kluczowej platformy oglądania pobranych z sieci seriali – zyskuje nowe wymiary: zarejestrowałem na przykład historię pary, która – gdy dziewczyna była w szpitalu – oglądała równocześnie na laptopach ściągnięte odcinki, komentując je na komunikatorze internetowym. To dobry przykład, że korzystający z różnych platform medialnych widzowie oscylują pomiędzy tradycyjnym odbiorem a formami pozwalającymi na sprawowanie pełnej kontroli nad przekazem – przy czym materiał telewizyjny w postaci pliku cyfrowego nie determinuje „indywidualistycznego” odbioru. Użytkownicy treści telewizyjnych mogą przecież posługiwać się nimi tak, by symulować tradycyjny

model odbioru, w którym grupa widzów ogląda ten sam program o tej samej porze. W dobie sieci peer-to-peer jest to jednak już tylko jedna z możliwości.

Oczywiście te „złe użycia” najczęściej nie wykluczają użycia tradycyjnych – raczej zmierzają w kierunku budowy modeli hybrydowych, co dobrze pokazuje identyfikowana w niektórych badaniach wielozadaniowość widzów, chętnie korzystających z różnych ekranów równocześnie. Dowodzić mogłyby tego wyniki badania IAB (bez wątpienia niereprezentatywnego dla polskiej populacji – prowadzonego wśród 1518 internautów zrekrutowanych przez internet), podczas którego aż 75% ankietowanych przyznaje, że podczas oglądania telewizji zdarza im się korzystać z internetu<sup>53</sup>. Można te wyniki, przy zachowaniu odpowiedniej rezerwy, potraktować jednak jako element nowych praktyk i uznać, że w wyłaniającym się modelu korzystania z treści telewizyjnych tradycyjne zappowanie osiągnęło nowy wymiar – to już nie przeskakiwanie między kanałami telewizyjnymi, ale pomiędzy wszystkimi dostępnymi kanałami przekazu treści audiowizualnych. Nie jest to jednak trend polegający tylko na zappowaniu „bardziej” (nie tylko między kanałami, ale i platformami), bo jest go równocześnie „mniej” – treść, którą odbiorca nierzadko aktywnie wyszukuje, czy wręcz zdobywa, jest oglądana raczej w całości, bez szatkowania, lekceważenia i porzucania na rzecz innych tekstów. Poszatkovanie platform przekazu i całościowy odbiór programu często zastępują praktyki polegające na rozrywaniu spójności audycji emitowanych przez względnie jednolitą platformę – co jeszcze do niedawna wydawać mogłoby się mało prawdopodobne.

Internet „zremediował” telewizję. *Timeshifting*, ale przede wszystkim komputery, internet i platformy mobilne

<sup>53</sup> *TV+WWW: razem lepiej*, [online:] <http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=103> [dostęp 10.01.2013].

zakwestionowały odrębność telewizji jako medium, sprowadzając ją do poziomu interfejsu. Producenci telewizyjni są raczej wytwórcami treści, które choć wciąż oglądane są głównie z użyciem telewizorów, to jednak coraz dynamiczniej krążą pomiędzy różnymi platformami. Jak w tej sytuacji identyfikować to, co telewizyjne? Być może odpowiedź w „okresie przejściowym” może być śledzenie podróżujących między platformami treści: za treści telewizyjne wypada uznać te, które widzowie identyfikują jako wywodzące się z telewizji, jak przywoływane w tym tekście seriale. Zwłaszcza że narracje budowane przez same telewizje wciąż stawiają na pielęgnowanie tradycyjnych sposobów odbioru. Nawet „nietelewizyjne” HBO usługę dostępu do swojego programu poprzez internet (HBO Go) traktuje jako uzupełnienie oferty, a nie odrębny pakiet (nie można być użytkownikiem HBO Go, jeśli nie jest się abonentem). HBO jest bowiem silnie uzależnione ekonomicznie od opłat operatorów sieci kablowych. Myślenie o treściach przez pryzmat środków ich dystrybucji w sytuacji, gdy ogromna rzesza odbiorców aktywnie je redystrybuje, korzystając z rozmaitych kanałów, może stopniowo zatracić sens, ewentualnie pozostać kategorią o znaczeniu historycznym bądź sentymentalnym. Jednak przywiązanie do tradycyjnych kategorii i linii podziałów jest w wypadku telewizji – podobnie jak w wypadku analizowanego wcześniej filmu – silne i głęboko zakorzenione. Odwołuje się bowiem do całego modelu medialnego ekosystemu, w którym scentralizowane media masowe rządzą zbiorową wyobraźnią – także dlatego, że wykorzystywane są w sposób względnie jednolity. Rodzaj nostalgii za czasami, w których podziały wydawały się prostsze, a podziały na sposoby korzystania z różnych typów treści za pomocą różnych środków bardziej oczywiste, widać choćby w podejmowanych



próbach utworzenia nowych definicji telewizji. Na przykład Amanda Lotz proponuje, by mówić nie tyle o telewizji, co o „telewizji zjawiskowej” (*phenomenal television*): „Taka ilość wariantów związanych z dostępnością i wszechobecnością programów telewizyjnych wymaga wypracowania bardziej szczegółowych modeli oddziaływania telewizji na kulturę, które pozwoliłyby na zróżnicowanie ocen jej znaczenia. W tym celu proponuję wprowadzenie pojęcia »telewizja zjawiskowa« jako kategorii oferty programowej zachowującej społeczne znaczenie telewizji związane niegdyś z jej funkcją forum kulturowego, pomimo przemian, jakie dokonały się w erze postsieci”<sup>54</sup>.

Telewizją zjawiskową mają być „tematy, zagadnienia i dyskursy”, które osiągają znaczący społeczny zasięg, są omawiane i dyskutowane, zarówno w mediach, jak i przez ich odbiorców. Wszystko to, co prowokuje, a przy okazji nasycone jest wysokim poziomem kapitału kulturowego<sup>55</sup>. Pomijając w tym miejscu niejasność tej definicji, warto jednak postawić pytanie: dlaczego „telewizja zjawiskowa” ma być akurat telewizją? Lotz w istocie łączy zjawiska rozpoznawane w sferze publicznej jako ważne i wiąże je z konkretnym medium, czyniąc ukryte założenie, że nawet jeśli poszczególne tematy docierają do odbiorców różnymi kanałami, to ich kluczowym dystrybutorem pozostają stacje telewizyjne. Nawet jeśli często bywa to prawda, trudno się z tym zgodzić – sfera publiczna nie musi być przecież oparta na medium telewizyjnym, a „ważne” i „telewizyjne” nie oznaczają przecież tego samego. Jak już pisałem, „telewizyjne” bywa po prostu leżeniem przed telewizorem, nieuważnym oglądaniem. Oczywiście, definiowanie telewizji przez pryzmat treści wciąż

<sup>54</sup> A. Lotz, *Zrozumieć telewizję u progu ery postsieci*, w: *Zmierzch telewizji?*, dz. cyt., s. 98.

<sup>55</sup> Tamże, 98–103.

jest uzasadnione – w tym jednak wypadku warto porzucić aspiracje do wiązania telewizji ze sferą publiczną. Wtedy znacznie bardziej precyzyjną, ale chyba też po prostu znacznie bardziej przydatną kategorią, okaże się „format”<sup>56</sup>.

## Nowe pola

Omawiane przeze mnie w rozdziałach poświęconych kinu relacje między badaczami a medium w wypadku telewizji również odgrywają istotną rolę – zarówno na poziomie definicyjnym, jak też wzmiankowanego wcześniej wartościowania określonych typów treści. Badacze, stanowiący szczególną grupę pracowników rozszerzonych przemysłów kultury, coraz częściej zyskują tego świadomość, stąd pojawiły się niedawno nawet głosy, że potrzebne są nowe subdyscypliny skoncentrowane między innymi właśnie na badaniu uwarunkowań studiów nad mediami, jak studia nad przemysłami medialnymi i studia nad produkcją. W wypadku pierwszych jednym z ich elementów mają być badania „ról i odpowiedzialności badaczy-obywateli opisujących i analizujących przemysły medialne”<sup>57</sup>. Drugie, określane już w tytule fundacyjnej z założenia książki jako „kulturoznawstwo przemysłów medialnych”, pochylają się nad organizacją procesu produkcji medialnej, ale biorąc pod uwagę także marketing, również nad wiarygodnością informacji zdobywanych przez badaczy i ukrytymi mechanizmami wpływającymi na to, jak produkcja medialna jest postrzegana – nie tylko przez konsumen-

---

<sup>56</sup> Więcej o roli formatu we współczesnej telewizji: M. Pieczyńska, *Format telewizyjny w zmiennych warunkach kulturowych* (2012), niepublikowana praca licencjacka przygotowana w Instytucie Kultury i Komunikowania SWPS pod kierunkiem Barbary Głębieckiej-Gizy.

<sup>57</sup> J. Holt, A. Perren, *Introduction. Does the World Really Need One More Field of Study?*, w: *Media Industries. History, Theory, and Method*, dz. cyt., s. 3.

tów, ale i naukowców<sup>58</sup>. Jak twierdzi John Caldwell, korporacje nauczyły się bowiem tworzyć „nieoficjalne” opowieści na temat produkcji medialnych i czynić z nich element marketingowej manipulacji, kamuflowanej jako opowieści pracowników mediów. Stąd badacze, słusznie chcący wyjść poza analizę tekstów medialnych, narażeni są na nowe problemy. Co więcej, mylące mogą być też zakulisowe informacje pochodzące bezpośrednio od osób związanych z produkcją, co wynika z rytualizacji opowieści zawodowych. Caldwell, analizując historie przedstawiane mu prawdopodobnie z jak najlepszymi intencjami, ukazuje na przykład, jak kultura produkcyjna Hollywood odzwierciedlana jest w rytualnych opowieściach, właściwych dla poszczególnych grup zawodowych – dowodząc również, że interpretacja tych samych wydarzeń zmienia się wraz z awansem zawodowym. To, co dla członków ekipy filmowej jest podstawą do snucia kombatanckich opowieści i czerpania satysfakcji z własnej kreatywności, pozwalającej osiągać dobre efekty pomimo trudnych warunków, także ekonomicznych, dla reżysera Spike’a Jonze’a, który przywołuje podobne sytuacje już z innej perspektywy, jest koszmarnym wspomnieniem i racjonalizacją niekomfortowych warunków pracy. Z kolei pracownicy firm produkujących seriale telewizyjne z dumą opowiadają sobie o tym, jak szybko potrafią pracować w stosunku do planów filmowych w Hollywood – choć przecież ten pośpiech oznacza też gorsze warunki pracy<sup>59</sup>.

Problemem jest też wielokrotnie już krytykowana tutaj tendencja do tworzenia teleologii, logicznych ciągów przyczynowo skutkowych – podczas gdy produkcji treści telewizyjnych często towarzyszy pośpiech i chaos. Korzysta na tym

<sup>58</sup> *Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, dz. cyt.

<sup>59</sup> J. T. Caldwell, *Branżowe opowieści a kapitał zawodowy*, przeł. P. Miżyńska, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Warszawa: NCK 2010, s. 138–162.

marketing, umiejętnie dystrybuując historie budujące zaplanowany wizerunek produkcji: „Te historie przebijają się do prasy popularnej i branżowej, przyciągając badaczy i studentów, którzy chcą »zajrzeć za kulisy« filmów i seriali, które znają. Na pierwszy rzut oka można stwierdzić, że ta pozaekranowa produkcja mediów sama w sobie jest produkcją kulturową, mitologizowaną i brandowaną tak jak ekranowe teksty kultury wytwarzane przez przemysły medialne”<sup>60</sup>. Podtrzymywanie tych narracji może mieć różne konsekwencje. Przyjrzyjmy im się na przykładzie mitu autorstwa w produkcjach telewizyjnych – także produkcji typu postsoap.

Przywoływana wcześniej Jane Feuer pokazuje na przykładzie stacji HBO, jak ważne w promocji telewizji jakościowej jest odwołanie do mitu autora. Rzeczywistość produkcji telewizyjnych jest jednak daleka od romantycznych wizji kreatywnych jednostek wyrażających siebie w telewizyjnym medium. Jak pisze Jeremy Tunstall, „praca w mediach [wszędzie] stała się podobna, a zarazem podobna do pracy biurowej w ogóle”<sup>61</sup>. Co więcej, niewątpliwy talent osób identyfikowanych jako autorzy interesujących produkcji telewizyjnych, nie jest równoznaczny z talentem twórczym. Denise Mann, która sama często jako konsultantka współpracuje z firmami medialnymi, w taki oto sposób pisze o twórcy przełomowej serii *Zagubieni*: „Siła i potencjał »showrunnerów« takich jak Abrams jest funkcją ich dogłębnego zrozumienia etosu korporacyjnego, będącego nieodłączną częścią tworzenia i sprzedaży wieloplatformowej marki telewizyjnej”<sup>62</sup>. Co więcej, opisując proces przygotowania produkcji

---

<sup>60</sup> V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, *Introduction. Production Studies: Roots and Routes*, w: *Production Studies...*, dz. cyt., s. 2.

<sup>61</sup> J. Tunstall, *Introduction*, w: *Media Occupations and Professions. A Reader*, red. J. Tunstall, Oxford: Oxford University Press 2001, s. 22.

<sup>62</sup> D. Mann, *It's Not TV, It's Brand Management TV. The Collective Author(s) of the Lost Franchise*, w: *Production Studies...*, dz. cyt., s. 108.

serialu, Mann wskazuje, że firmujący swym nazwiskiem serię Abrams już po zakończeniu zdjęć do pilota został oddelegowany przez stację ABC do innych franczyz, a serial, ze względu na skalę przedsięwzięcia, miał łącznie aż sześciu producentów wykonawczych. W tej sytuacji pojedynczy twórca jest raczej „marką”<sup>63</sup>: „W rzeczywistości humanistyczna literacka tradycja, przypisująca autorstwo pojedynczej osobie bez względu na to, czy jej pracę można uznać za interwencję w dominujących hegemonicznych tendencjach mediów masowych, jest dziś paradoksalnie podtrzymywana poprzez skoordynowane wysiłki plutonu personelu biurowego i współzależnych korporacji medialnych, które tworzą dzisiejszy, silnie skonglomerowany, zglobalizowany i skonwergowany przemysł telewizyjny”<sup>64</sup>. Badacze często więc, wyłapując telewizyjnych geniuszy, w istocie utwierdzają widzów w przekonaniu, że to, co widzą na ekranie, nie jest wytworem shierarchizowanej przemysłowej maszyny produkcyjnej, ale dziełem jednostki, która ze względu na swój talent jest dla tej struktury tak cenna, że pozwala się jej działać poza nią. A także, że telewizja jest wartościowym medium – bo podobnie jak na przykład kino ma swoich „autorów”.

Konsekwencje myślenia w kategoriach polityki autorskiej w telewizji mogą mieć jednak charakter nie tylko wizerunkowy. Polityka autorska, uprawomocniana przez odczytania seriali jako dzieł mniej telewizyjnych, bardziej literackich czy filmowych, a więc w popularnym odbiorze częściej (w odróżnieniu na przykład od gier) indywidualnych – choć w istocie za ich produkcję na każdym etapie odpowiadają całe zespoły – była argumentem wykorzystywanym przeciw scenarzystom przez wytwórnie filmowe, odmawiające im tantiem za pracę przy

<sup>63</sup> Por. L. Manovich, *Kim jest autor?*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2003, nr 1, s. 91–99.

<sup>64</sup> D. Mann, dz. cyt., s. 102.

paratekstach (na przykład webisodach i innych elementach produkcji przygotowywanych z myślą o dystrybucji kanałami internetowymi; ważnym elementem sporu były też tantiemy od publikacji treści telewizyjnych na DVD). Było to jednym z elementów sporu podczas głośnego strajku amerykańskich scenarzystów, który miał miejsce od listopada 2007 do lutego 2008 roku. W wypadku serialu *Zagubieni* chodziło o serię dwu-, trzyminutowych odcinków, odsłaniających dodatkowe informacje na temat fabuły. W webisodach grali ci sami aktorzy, ekipa była ta sama, ale producenci przekonywali scenarzystów, że odcinki realizowane z myślą o emisji w internecie nie są treściami (*content*), lecz materiałami promocyjnymi (*promotions*), przez co pracującym przy nich ludziom przysługuje tylko jednorazowa zapłata, ale już nie tantiemy<sup>65</sup>. Stacja odwoływała się do tradycyjnej definicji autorstwa, ale równocześnie rozszerzała swoją produkcję na nietradycyjne formy – chciała więc zwiększyć obowiązki scenarzystów, ale nie godziła się na traktowanie powstałych w ich wyniku treści jako części ich podstawowej pracy. Jak widać, operowanie pojęciem „autora”, ale i wyznaczanie granic między tekstem i paratekstami może mieć także następstwa ekonomiczne.

Innym dobrym przykładem wzajemnych, choć często nieuświadamianych, powiązań między badaczami mediów a samymi mediami może być przytoczona przez Mann historia z wypowiedzi Tima Kringa, zarządzającego budowaną wokół serii telewizyjnej marką *Heroes*. Pytany, jak przygotowywał się do swojej roli, odpowiedział, że przeczytał dwie książki – *Długi ogon* Chisa Andersona i *Kulturę konwergencji* Henry’ego Jenkinsa<sup>66</sup>. Choć przykład ten dowodzi jakości i przydatności analiz badaczy takich jak Jenkins także dla samych mediów,

---

<sup>65</sup> Tamże, s. 110

<sup>66</sup> Tamże, s. 106

równocześnie pokazuje po raz kolejny, jak cienka jest granica pomiędzy analizą a stwarzaniem jej obszaru. Dlatego celnym, choć równocześnie pesymistycznym podsumowaniem studiów nad produkcją filmową mogą być teksty wskazujące na pewną bezradność badaczy. Sherry Ortner w swoim artykule *Studying Sideways: Ethnographic Access in Hollywood* (Badając pobocza: etnograficzny dostęp do Hollywood) opisuje długofalowy projekt stworzenia aktualnej etnografii Hollywood. W istocie jest to historia klęski: szeregu prób nawiązania kontaktu z kimś, kto w systemach rozrywkowych pełni znaczącą rolę. Swoje problemy Ortner porównuje do tych, o jakich pisał Hugh Gusterson, obserwujący pracę w Lawrence Livermore National Laboratory, gdzie pracuje się nad bronią atomową – „obserwacja uczestnicząca to technika badawcza, która ma problem z przemieszczaniem się w górę struktury społecznej”<sup>67</sup>. Podstawową wiedzą płynącą z badania etnograficznego może być więc świadomość, że jedną z konstytutywnych cech Hollywood jest zamknięcie: na poziomie branżowego języka, wiedzy o wewnętrznych hierarchiach (które autorka porównuje do sytuacji ze szkoły średniej, bo wyznacznikiem statusu jest lista zaproszeń na zamknięte przyjęcia), ale też na poziomie materialnym, w przestrzeni fizycznej – studia są zamknięte i odgradzone od świata. Wnioski te w pewnym tylko stopniu łagodzi John Caldwell, wskazując, że branża rozrywkowa staje się coraz bardziej otwarta na świat zewnętrzny i akademię, także ze względu na zatrudnianych w nich studentów, którzy na dalszych etapach swojej kariery podejmują współpracę lub oferują wgląd w działanie organizacji swoim dawnym nauczycielom. Równocześnie perspektywa Caldwell’a jest dość specyficzna – to nie tylko perspektywa badacza mediów, ale i producenta filmowego, co ponownie odsyła nas do

<sup>67</sup> Za: S. B. Ortner, *Studying Sideways. Ethnographic Access in Hollywood*, w: *Production Studies...*, dz. cyt., s. 179.

dwuznaczności sytuacji badających media. Bo przecież powiązania finansowe z branżą mediów mogą wydawać się podejrzane – a równocześnie przecież najlepszy wgląd w działanie mediów mają osoby, które same w mediach pracują.

Dlatego w kolejnym rozdziale postaram się połączyć podejmowane na ostatnich stronach wątki – skrzywienia tworzonych przez badaczy mediów teorii i dalszego rozmywania granic pomiędzy środkami przekazu.



## **ROZDZIAŁ 5**

Nieautoryzowane, nieformalne...  
marginalne?



Analizując kolejne aspekty przemian ekosystemu mediów – serie wzajemnych remediacji treści, ale też technologii i społecznych użyć – nie sposób pominąć wątki związane z tym, jak zmieniają się role użytkowników i jaką rolę w tych zmianach odgrywa technologia. O ile więc zajmując się kinem i grammi, koncentrowałem się na wymiarze estetycznym, a w wypadku telewizji sporo miejsca poświęciłem kwestiom związanym z aspektami biznesowymi, w obu przypadkach wskazując też na aspekt towarzyszącego badaniom mediów dyskursu, to w ostatnim rozdziale szerzej zajmę się stykiem pomiędzy technologiami i użytkownikami mediów.

Wspólnym mianownikiem dla wszystkich treści kultury jest zmieniający się sposób ich rozpowszechniania. Zdigitalizowane treści archiwalne oraz powstające w formacie cyfrowym (*born digital*) nowe treści są łatwo kopiowalne i przesyłalne w sieciach komunikacyjnych, do których dostęp zyskują także sami użytkownicy. I choć myślenie o tym w kategoriach ostatecznego zatarcia podziału na nadawców i odbiorców byłoby naiwne, bo internet jest tyleż narzędziem emancypacji, co kontroli, to bez wątplenia komplikacji ulegają relacje pomiędzy poszczególnymi aktorami zaangażowanymi w proces tworzenia i dystrybucji mediów.

Dyskusja towarzysząca usieciowieniu i cyfryzacji mediów oraz zaburzeniu relacji hierarchicznych w przypadku

produkcji i dystrybucji treści koncentruje się na oddolnej twórczości. Wpisuje się to w tradycję poszukiwania subwersji w badaniach medioznawczych (pisałem o tym, zajmując się przykładem fantazji „nowych mediów”, gdzie indziej<sup>1</sup>). Ilustracją tego są prace Henry’ego Jenkinsa i Yochaia Benklera. Przywoływany tu już wielokrotnie Jenkins, określając swoje stanowisko – co chyba zbyt często umyka jego komentatorom – mianem „krytycznego utopizmu”, kluczowy element zmiany mediów dostrzega w obniżeniu barier dla uczestnictwa. Chcesz zrobić film i pokazać go innym? Wystarczy telefon z wbudowaną kamerą i dostęp do internetu – serwis YouTube daje (przynajmniej w teorii) dostęp do setek milionów odbiorców. Z kolei Yochai Benkler za klucz do analizy zmiany postrzeżenia praktykę produkcji partnerskiej opartej na dobru wspólnym – stanowiącej trzeci tryb produkcji, alternatywny wobec rynku (regulowanego przez pieniądze) i firmy (regulowanej przez hierarchię). Píše, że „środowisko usieciowione sprzyja powstaniu nowej modalności w organizacji produkcji. Chodzi o produkcję radykalnie zdecentralizowaną, opartą na współpracy i niewłasnościową, w której rozproszone i luźno powiązane ze sobą jednostki dzielą się zasobami i wynikami produkcji, a współpracują, nie polegając ani na sygnałach rynkowych, ani na poleceniach kierowników. To właśnie nazywam »produkcją partnerską opartą na wspólnocie«”<sup>2</sup>. Te przykłady wydają się reprezentatywne dla szerszego nurtu w badaniach mediów – koncentrują się na bez wątpienia niezwykle ważnym elemencie zmian wytwarzania treści medialnych, wskazując na nowe możliwości, jakie otwierają się dla osób, które kiedyś nazwalibyśmy amatorami. Nie jest jednak przypadkiem,

---

<sup>1</sup> M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw*, Warszawa: WAIp 2006.

<sup>2</sup> Y. Benkler, *Bogactwo sieci*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WAIp 2008, s. 76.

że w tej książce obecne są marginalnie. Jeśli bowiem uwzględnimy skalę tego typu aktywności – nie utożsamiając jej bynajmniej w prosty sposób ze znaczeniem – to okaże się, że jej zasięg od lat, przynajmniej w Polsce, pozostaje ograniczony.

Wykazują to choćby badania ilościowe, na czele z *Diagnozą społeczną*. Badania z lat 2007 i 2009 pokazują, choćby na przykładzie pytań o tworzenie lub modyfikowanie własnej strony WWW albo bloga, że regularnie tego typu aktywności podejmuje margines internautów. Podejmowanie tego typu aktywności w ciągu tygodnia przed badaniem deklaruje zaledwie 8% internautów. Publikację jakiegokolwiek formy własnej twórczości – którą w dobie zdjęć cyfrowych i portali takich jak Facebook należy uznać za pytanie o działania niewymagające niemal żadnych nakładów ekonomicznych i czasowych ani wysokich kompetencji – deklaruje co trzeci badany użytkownik internetu, ale w tygodniu badania robiło to już tylko 7% ankietowanych internautów<sup>3</sup>. Podobnie przedstawiają się dane z innych badań ilościowych, prowadzonych na reprezentatywnych dla polskiej populacji próbach – w wypadku regularnych działań twórczych w internecie progiem nieprzekraczalnym wydaje się 10%. Częściej jednak wyniki zbliżają się do granic błędu statystycznego, jak choćby w raporcie z badań *World Internet Project Polska 2011*, gdzie na przykład pisanie własnego bloga w ciągu roku przed badaniem deklarowało zaledwie 2% internautów<sup>4</sup>. Wydaje się więc, że Polacy zazwyczaj nie dorastają do celów „wyznaczanych” im przez badaczy kultury – oczywiście wyznaczanych im w jak najszlachetniejszych intencjach, które jednak nie

<sup>3</sup> Za: D. Batorski, *Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych*, w: *Diagnoza społeczna 2009*, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego, s. 308–309.

<sup>4</sup> *World Internet Project Polska 2011*, [online:] <http://bi.gazeta.pl/im/6/10726/m10726616,WORLD-INTERNET-PROJECT-POLSKA-2011-RAPORT-V.pdf> [dostęp 10.01.2013], s. 64.

powinny przesłonić faktu, że rzeczywistość do tych oczekiwań nie przystaje. Zwłaszcza że w przywoływanych badaniach trudno zaobserwować wyraźny trend wzrostowy. Wydaje się raczej, że aktywny twórczo margines stabilizuje się, a reszta populacji stawia przed internetem zupełnie inne zadania. Co nie znaczy, że dotyczą one wyłącznie konsumpcji treści.

Kiedy przyjrzymy się tym samym raportom z badań ilościowych okaże się, że znacznie bardziej widocznym aspektem decentralizacji mediów i przejęcia przez użytkowników części kompetencji do niedawna zarezerwowanych dla firm i instytucji, jest dystrybucja. Przykład: według *Diagnozy społecznej* z internetu regularnie muzykę lub filmy ściąga około 20% internautów. Kiedykolwiek robiło to aż 58% ankietowanych użytkowników internetu<sup>5</sup>. Serwis Chomikuj – internetowe repozytorium plików, w którego zasobach dominują nieautoryzowane kopie filmów, nagrań muzycznych i książek – jest jedną z najpopularniejszych stron polskiego internetu<sup>6</sup>. Skalę zjawiska potwierdzają też wyniki prowadzonego przeze mnie projektu badawczego *Obiegi kultury*, dedykowanego właśnie pozyskiwaniu treści audiowizualnych poza rynkiem i instytucjami publicznymi.

Badanie miało charakter ilościowy – zostało oparte na dwóch ankietach. Pierwsza zrealizowana została metodą osobistych wywiadów wspomaganych komputerowo, przeprowadzonych w dniach 19–26 maja 2011 roku, na reprezentatywnej dla polskiej populacji próbie 1004 osób w wieku

---

<sup>5</sup> D. Batorski, *Kultura w Sieci – swoboda dostępu, wolność użycia*, w: M. Filiciak, J. Hofmokr, A. Tarkowski, *Obiegi kultury*, Warszawa: Centrum Cyfrowe 2012, [online:] [www.obiegikultury.centrumcyfrowe.pl](http://www.obiegikultury.centrumcyfrowe.pl) [dostęp 10.01.2013], s. 78–80.

<sup>6</sup> Wyniki Megapanel PBI/Gemius z listopada 2012 pokazują, że z serwisu korzysta co trzeci polski internauta. Za: [online:] <http://media2.pl/badania/99373-Megapanel-listopad-2012-YouTube-wyprzedza-Facebook-i-Onet.-Spadek-NK.pl.html> [dostęp 10.01.2013].

powyżej 15 lat. Wykazała ona, że wymiana treści takich jak muzyka, filmy czy książki w formatach cyfrowych jest udziałem niemal wyłącznie użytkowników internetu, toteż druga runda została przeprowadzona z użyciem ankiety internetowej. Wypełniły ją 1283 osoby – struktura demograficzna próby była reprezentatywna dla populacji polskich internautów<sup>7</sup>.

Przy najbardziej liberalnym definiowaniu wymiany poza instytucjami państwa i rynkiem, obejmującym także narzędzia w istocie hybrydowe (w tym serwisy do strumieniowego przesyłania filmów, w których można znaleźć zarówno materiały pochodzące z oficjalnej dystrybucji, jak i te umieszczane tam bez zgody właściciela praw autorskich przez samych internautów) i pomijającym udział w sferze formalnej radia i telewizji, rozbieżności pomiędzy skalą korzystania z oficjalnej dystrybucji a dystrybucją oddolną są drastyczne.

Zaledwie 13% ankietowanych Polaków zadeklarowało, że w ciągu roku poprzedzającego badanie kupiło książkę lub nośniki z muzyką albo filmami. Równocześnie co trzeci ankietowany brał udział w wymianie treści tego typu za pośrednictwem internetu. Gdyby uwzględnić także wymianę treści na nośnikach fizycznych poza internetem – na przykład pożyczanie sobie książek i płyt przez znajomych – wskaźnik ten wzrósłby do poziomu 39%. Uwzględniając więc poczynione wcześniej zastrzeżenia i pamiętając, że obraz ten jest wyostrożony przez nieobecność telewizji i radia oraz założenie, że serwisy takie jak YouTube są częściej narzędziem, w którym treści umieszczają internauci, a nie oficjalni dystrybutorzy, łatwo zauważyć ogromną dysproporcję pomiędzy praktykami sankcjonowanymi przez wymianę handlową i oficjalne kanały dystrybucji a tym, co dzieje się poza nimi. Przywoływane wcześniej w kontekście pojęcia produkcji

---

<sup>7</sup> Po szczegóły odsyłam do raportu *Obiegi kultury*, dz. cyt.

partnerskiej omijanie hierarchii i udziału pieniędzy dokonuje się tu na poziomie pasożytowania na treściach tworzonych przez kogoś innego – najczęściej profesjonalne firmy. Nie zmienia to faktu, że ta sfera może być w Polsce nawet trzykrotnie większa od praktyk medialnych, które są w jednoznaczny sposób zgodne z prawem. Pora zatem po raz kolejny dotknąć autostereotypu badań kultury, które koncentrują się na tym, co transmitowane jest oficjalnymi kanałami, stają więc niejako po stronie państwa i rynku – a nie użytkowników. Co więcej, wypaczają w ten sposób obraz praktyk kulturowych, rejestrując działania ilościowo mniej istotne od tego, co ich uwadze najczęściej umyka. To kolejne argumenty za tym, by krytyczna teoria mediów otworzyła się na zjawiska nieformalne, ale też w ogóle na rozmaite formy dystrybucji treści kulturowych.

W fascynującej książce *Shadow Economies of Cinema* Ramon Lobato pokazuje, jak bardzo perspektywa instytucjonalna (rozumiana także jako perspektywa akademicka) wyklucza cały szereg popularnych zjawisk. Koncentrując się na filmie, pisze o tym, że w jego oficjalnej historii znacznie mniej miejsca niż w życiu widzów zajmują na przykład produkcje kierowane z założenia na rynek domowy (bo generują mniejsze zyski) czy rozmaite nisze, jak filmy porno (dochodowe, ale marginalizowane ze względów obyczajowych), ale i produkcje o szeroko rozumianym charakterze religijnym<sup>8</sup>. Sam przygląda się funkcjonowaniu filmów z perspektywy

---

<sup>8</sup> Lobato pisze w swojej książce o amerykańskiej serii *Left Behind* (2000, 2002, 2005), opowiadającej o zbliżającym się Armageddonie i walce z Antychrystem. Zawierające silny przekaz religijny produkcje, z których każda posiadała budżet ok. 4 milionów dolarów, w ogóle nie były dystrybuowane w kinach, zdobyły jednak ogromną popularność we wspólnotach ewangelików. Choć produkcje te przemknęły „poniżej radaru” krytyki filmowej, setki tysięcy Amerykanów obejrzały je w kościołach, a edycję DVD kupiły miliony. Zob. R. Lobato, *Shadow Economies of Cinema*, London: BFI/Palgrave 2012, s. 9.



etnograficznej i koncentruje się na tym, jak trafiają one do odbiorców – podkreślając, że dostęp i dystrybucja to kategorie równocześnie lekceważone i kluczowe dla zrozumienia społecznych procesów budowanych wokół medium. Dystrybucja jest w opracowaniach naukowych z reguły zaniedbywana, choć zarówno większość kadry, jak i obrotów wytwórni filmowych przynoszą właśnie działy związane z dystrybucją, a modele dystrybucyjne zmieniają się zdecydowanie szybciej niż standardy produkcji filmowej. Przede wszystkim jednak dystrybucja pełni istotną rolę w odniesieniu do życia codziennego widzów. Jak pisze Lobato, jest produktywna, tworząc znaczenia oraz różnicując widownie i sposoby odbioru: „1) Dystrybucja dotyczy transmisji wartości, kompetencji i ideologii. Jest miejscem polityki kulturalnej. 2) Dystrybucja stanowi podstawę dla odbioru. Bez dystrybucji tekst nie posiada publiczności. 3) Dystrybucja wpisuje [w tekst] różnicę kulturową. Dzieli publiczności ze względu na gender, wiek, orientację seksualną, przynależność etniczną i klasową. 4) Dystrybucja wyznacza ramy, w których teksty są doświadczane i rozumiane przez publiczności. 5) Dystrybucja kształtuje kulturę filmową według swojego własnego wizerunku. 6) Nieformalna dystrybucja filmu jest globalną normą”<sup>9</sup>. Tym samym uwzględnienie w badaniach możliwie szerokiego spektrum sposobów uzyskiwania dostępu do filmów (i nie tylko) jest szansą na odejście od idealnych, nierzeczywistych modeli tych praktyk i lepsze zrozumienie ich społecznego funkcjonowania. To także okazja, by po raz kolejny uświadomić sobie uwikłanie w relacje władzy badaczy, którzy koncentrując się nie tylko na oficjalnych, ale też najczęściej na promowanych przez największych graczy rynku medialnego

---

<sup>9</sup> Tamże, s. 15.

sposobach przekazywania treści, przyczyniają się do wytwarzania wiedzy zinstytucjonalizowanej. Taki instytucjonalny punkt widzenia represjonuje indywidualne doświadczenia odbiorców, nie tylko konstruuje widownię według własnych reguł, ale też narzucając widzom wiedzę o ich własnych praktykach i słownik mówienia o nich<sup>10</sup>. Bezkrytycznie korzystając z danych zbieranych przez przemysł filmowy i podchwytyjąc tworzone przezeń narracje na własny temat, badacze w istocie współtworzą narzędzie do sprawowania kontroli nad widzami. Wydaje się, że stoi to w sprzeczności z zasadami rozumianych jako orientacja intelektualno-polityczna badań krytycznych, definiowanych przez Ien Ang jako badania, które „nie pozwalają samym sobie na wygodne korzystanie z gotowych podstaw epistemologicznych, a przeciwnie – nieustannie poddają je ponownemu namysłowi w sposób, który przyczynia się do lepszego zrozumienia świata”<sup>11</sup>. Powtórzę więc za Lobato: „Odgórne spojrzenie na dystrybucję po części jest produktem norm metodologicznych badań prowadzonych przez branżę filmową, uprzywilejowujących określone formy wiedzy empirycznej. Dane z »box office’u«, zbierane przez studia i firmy badające rynek, takie jak Nielsen, tworzą podstawę dla sądów o sukcesach i porażkach czy też dominacji i marginalizacji. Jednak te informacje stanowią zaledwie część opowieści o krążeniu filmu na różnych rynkach. Nie mówią nam nic na przykład o tym, ile osób obejrzało dany tytuł w telewizji, ile kupiło DVD i potem zrobiło kopie dla przyjaciół, ile ściągnęło film z internetu albo kupiło

---

<sup>10</sup> I. Ang, *Desperately Seeking the Audience*, London: Routledge 1991, s. 12, 14–20.

<sup>11</sup> Taż, *On the Politics of Empirical Audience Research*, w: *Media and Cultural Studies. Keywords*, red. M. G. Durham, D. Kellner, Malden: Blackwell 2006, s. 176.

nieautoryzowaną kopię w sklepiku przy swojej ulicy albo na bazarze. Ponadto te dane są podatne na manipulację ze strony producentów”<sup>12</sup>.

### Nieformalność i imperializm teorii

Dzielenie się treściami jako praktyka kulturowa skupiona wokół mediów to wątek, który dotyka kontrowersyjnych kwestii związanych z prawem własności intelektualnej, jest też w mniej oczywisty sposób działaniem wywrotowym, emancypującym użytkowników i pozwalającym im uzyskać autonomię wobec producentów treści. Trzeba też dodać, że utrudniająca kwestie monetyzacji treści kwestia ich redystrybucji przez innych aktorów rozszerzonych przemysłów kultury powoduje konflikty nie tylko na linii biznes – internauci; odnosi się także do napięć pomiędzy różnymi firmami. Przykładem może być agregacja treści przez serwisy internetowe oraz redakcje prasowe czy telewizyjne, które (nad)używając prawa do cytatu coraz częściej używają komentarzy jako pretekstu do zaprezentowania cudzych materiałów. Inny aspekt to pośrednictwo w praktykach redystrybucyjnych podejmowanych przez internautów – rozpowszechnianie nieautoryzowanej kopii filmu może (choć nie musi) wiązać się ze stratą jego dystrybutora, ale równocześnie może być zyskiem serwisu pośredniczącego w wymianie plików, na przykład Chomikuj.pl. W tym miejscu przede wszystkim chciałbym kontynuować jednak wątek ram teoretycznych formatujących nasze spojrzenie na to, co użytkownicy mediów rzeczywiście robią.

Pochylając się nad problemem „kultur pirackich”, rozwijających się w internecie i zmieniających kształt medialnego

---

<sup>12</sup> R. Lobato, dz. cyt., s. 12.

ekosystemu, Manuel Castells i Gustavo Cardoso piszą: „Zwyczaj przyglądamy się konsumpcji mediów zaczynając od definicji przemysłów medialnych [...] Oznacza to, że patrzymy na treści i sposoby interakcji z nimi w obrębie narzuconego systemu myślenia, postrzegającego treści i kanały ich dystrybucji jako produkt relacji pomiędzy koncernami medialnymi, firmami i jednostkami – w praktyce: komercyjny związek oparty na umowie, z odpowiednimi prawami i zobowiązaniami. Co jeśli jednak na chwilę zwrócimy się ku empirycznym dowodom praktyk konsumpcji, nie tylko w Azji, Afryce i Ameryce Południowej, ale także w Europie i Ameryce Północnej? Wszędzie na świecie obserwujemy, że coraz więcej osób buduje swoje związki z mediami poza zinstytucjonalizowanymi zestawami reguł”<sup>13</sup>. Jak pokazałem wcześniej, empiryczne dowody wskazują, że wyjście poza ograniczenia prawne czy perspektywę biznesową otwiera przed badaczami mediów ogromny obszar eksploracji. Dlatego proponuję tutaj skorzystanie z sygnalizowanej już w raporcie *Obiegi kultury* perspektywy nieformalnej ekonomii mediów.

Warto wspomnieć o historycznych korzeniach studiów nad nieformalnością w kontekście ekonomicznym – są one związane z badaniami prowadzonymi na początku lat siedemdziesiątych w Afryce, a dokładniej: z etnograficznym studium sytuacji migrantów w ghańskiej Akrze, opracowanym przez Keitha Harta, oraz z interdyscyplinarnymi badaniami prowadzonymi w Kenii przez zajmującą się rynkiem pracy ONZ-owską agendę International Labor Organization (ILO)<sup>14</sup>. Te projekty

---

<sup>13</sup> M. Castells, G. Cardoso, *Piracy Cultures. Editorial Infroduction*, „International Journal of Communication” 2012, vol. 6, s. 826.

<sup>14</sup> Zob. K. Hart, *Informal income opportunities and urban employment in Ghana*, „Journal of Modern African Studies” 1973, nr 11, s. 61–89. Interna-

pokazały, że chcąc uchwycić faktyczny stan lokalnej ekonomii, a przede wszystkim opisać poziom zatrudnienia, trzeba odejść od wskaźników stworzonych na potrzeby zachodnich rynków pracy. Koncentracja na sformalizowanych przepływach kapitału – umowach o pracę, oficjalnym i rejestrowanym przez fiskusa handlu itp. – w afrykańskim kontekście musiała bowiem prowadzić do paradoksalnego odkrycia, że dochody badanych są tak znikome, że w istocie nie wiadomo, skąd biorą oni środki do życia. Odpowiedzią było przyjrzenie się sferze nieformalnej, rozumianej jako obszar pozostający poza kontrolą państwa, niemonitorowany, niezarządzany, nieopodatkowany. Pomimo przyjętych wcześniej założeń, jej znaczenie wcale nie było marginalne – nieopodatkowany handel uliczny, pożyczanie pieniędzy na procent, sprzedaż używanych rzeczy czy samodzielne wytwarzanie żywności stanowiły ważny element, a czasem wręcz podstawę bytu mieszkańców kenijskich i ghańskich miast oraz siłę napędową wzrostu gospodarczego. „Bezrobotni” w istocie pracowali, ale poza systemem. W kilka lat po publikacji opracowań ILO i Harta, które wzbudziły sporo kontrowersji (dyskusja wokół kategorii sektora nieformalnego trwa do dnia dzisiejszego), dokonana się jednak kolejna korekta perspektywy związana z dowartościowaniem tego, co niezinstytucjonalizowane. Grupa badaczy, takich jak Manuel Castells, Alejandro Portas i Saskia Sassen, rozszerzyła zakres dyskusji o ekonomii nieformalnej. Sięgając po przykłady z krajów wysoko rozwiniętych, wymienieni badacze dowodzili, że sektor nieformalny nie jest wcale sferą, której funkcjonowanie można zawęzić do studiów krajów rozwijających się, Globalnego Południa. Pokazali,

---

tional Labour Organization, *Incomes and equality: a strategy for increasing productive employment in Kenya*, Geneva: International Labour Office 1972. Badania Harta, choć ich wyniki zostały opublikowane później, były w stosunku do prac ILO uprzednie – i stanowiły dla nich ważną inspirację.

że nieformalność wcale nie zanika wraz z modernizacją i industrializacją, lecz że jest nieodłącznym elementem neoliberalnej restrukturyzacji. Wiele obszarów wysoko rozwiniętych gospodarek bazuje bowiem na zdewaluowanych, słabo płatnych usługach. Gastronomia, chałupnictwo, prace budowlane, sprzątanie, handel i wiele innych zajęć także w świecie zachodnim wykonywanych jest bez umów o pracę, poza systemem podatkowym, często z wykorzystaniem usług imigrantów<sup>15</sup>.

Inspirując się wspomnianymi opracowaniami, grupa badaczy na czele z Ramonem Lobato (odwołującym się między innymi do prac Briana Larkina<sup>16</sup>), prowadzącym w przeszłości między innymi badania nigeryjskiego rynku filmowego<sup>17</sup>, zaproponowała, by wykorzystać model nieformalny do badań mediów – pozwala on bowiem zniuansować relacje pomiędzy różnymi uczestnikami systemów medialnych w sytuacji przemian modeli biznesowych, zmian prawnych i technologicznych<sup>18</sup>. Wydaje się, że takie podejście otwiera nową perspektywę dla opisu tych przemian, w polskim kontekście problematyzuje też silnie wątki związane z ideologią stojącą za

---

<sup>15</sup> A. Portes, S. Sassen-Koob, *Making it Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies*, „American Journal of Sociology” 1987, vol. 93, nr 1, s. 30-61; S. Sassen, *New York City's Informal Economy*, „ISSR Working Papers”, vol. 4 no. 9, [online:] <http://escholarship.org/uc/item/8927m6mp> [dostęp 10.01.2013]; M. Castells, A. Portes, *World underneath: The origins, dynamics, and effects of the informal economy*, w: *The informal economy: studies in advanced and less developed countries*, red. A. Portes, M. Castells, L. A. Benton, Baltimore: Johns Hopkins University Press 1989, s.11-40.

<sup>16</sup> B. Larkin, *Degraded Images, Distorted Sounds. Nigerian Video and the Infrastructure of Piracy*, „Public Culture” 2004, nr 16, s. 289-314; Brian Larkin, *Signal and Noise: Media, Infrastructure and Urban Culture in Nigeria*, Durham: Duke University Press 2008.

<sup>17</sup> R. Lobato, *Creative industries and informal economies: Lessons from Nollywood*, „International Journal of Cultural Studies” 2010, nr 13, s. 337-354.

<sup>18</sup> R. Lobato, J. Thomas, D. Hunter, *Histories of User-Generated Content: Between Formal and Informal Media Economies*, [online:] [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1749803](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1749803) [dostęp 10.01.2013].

podejmowanymi przez badaczy wyborami metodologicznymi. Oczywiście i ono wymaga dopracowania i zniuansowania, bo czym innym jest choćby „stadionowa” redystrybucja nieautoryzowanych kopii filmów, nieobjęta żadną statystyką i posiadająca lokalny zasięg, a czym innym rozpowszechnianie treści za pośrednictwem serwisów internetowych na skalę niemalże przemysłową i – co czyni bezpośrednie adoptowanie kategorii nieformalności problematycznym – choć niewidoczną dla regulacji prawnych, to doskonale rejestrowaną przez pośredniczące w wymianie i czerpiące z tego zysk serwisy. Może warto mówić tu nie tyle o nieformalności, co o specyficznej, internetowej e-formalności – w tym miejscu nie chcę jednak wikłać się w podobne rozważania. Kluczowe jest bowiem rozszerzenie optyki badawczej, bo podobnie jak w wypadku opisywanej przeze mnie wcześniej kategoryzacji mediów i relacji kina z innymi formami rozrywkowymi, taka korekta stwarza możliwości pełniejszego zrozumienia zachodzących dziś procesów kulturowych, może być też impulsem dla stworzenia świeżych analiz historycznych.

Pozwala to powiązać zwrot polegający na cyfryzacji i usieciowieniu mediów, umożliwiającymi łatwe kopiowanie i redystrybucję, z praktykami społecznymi ery analogowej, choćby z wymianą kaset z muzyką i nagraniami wideo w okresie PRL-u. Na poziomie protokołów społecznych niedoskonałości starszych technologii analogowych były wówczas rekompensowane budowanymi wokół nich praktykami, czasem pozasystemowymi, w innych przypadkach – jak choćby emisji w radiu muzyki do nagrywania lub programów komputerowych – mieszczących się w ramach oficjalnych. Doskonałym przykładem decentralizacji obiegu i wyrwania go spod oficjalnej kontroli może być funkcjonowanie w Polsce magnetowidów, zwłaszcza w dekadzie rozpoczynającej się od połowy

lat osiemdziesiątych. Kopiowanie i przede wszystkim wymiana treści były trudniejsze niż dziś, ale konieczność włożenia większego wysiłku była uzasadniana przez atrakcyjność pozyskiwanych materiałów, których dostępność poprzez inne kanały była praktycznie żadna. Dlatego funkcjonowało to dobrze, kształtując nieformalne, pozostające poza kontrolą państwa obiegi, które można określić mianem protoplastów sieci wymiany plików. Dokonywane wymiany odbywały się zarówno w obiegu towarzyskim, jak i usługowym, odpłatnym, ale wciąż najczęściej nieformalnym. Krążyły w nim treści antysystemowe, ale przede wszystkim – zachodnia popkultura.

Zestawienie tych działań z obserwacjami na temat współczesnej wymiany plików w internecie pozwala też dostrzec, że technologia nie musi być narzędziem „modernizacji” rozumianej jako postępująca formalizacja – a raczej że może być odwrotnie, bo przecież popularność wymiany plików w wielu krajach wysoko rozwiniętych pokazuje, iż praktyki korzystania z treści medialnych w wielu miejscach na świecie zbliżyły się do tych „PRL-owskich”. To temat najczęściej eksploatowany przez badaczy z krajów, dla których myślenie w kategoriach zmiany wprowadzanej na „peryferiach” i odbiegającej od modeli zachodnich nie jest wstydlivy, czego przykładem może być Ravi Sundaram, piszący o technologiach umożliwiających kopiowanie jako elemencie „pirackiej nowoczesności”. W jego ujęciu cyfrowa i mechaniczna reprodukcja jest formą pasożytnictwa, ale równocześnie narzędziem pozwalającym użytkownikom mediów spoza krajów kulturowego i ekonomicznego „centrum” wprowadzić globalne treści w lokalny kontekst. Tanie media pozwoliły krajom rozwijającym się odrzucić – poprzez piractwo i recykling – jedną, zachodnią wizję modernizacji i stworzyć własną. Niewolną bynajmniej od wykluczeń i własnych podziałów, bo „piracka nowoczesność nie wpasowuje się łatwo



w klasyczne reprezentacje politycznego, stawiającego opór, taktycznego, wielości czy »ruchu«<sup>19</sup>. Nie chodzi więc o bunt czy sprzeciw, raczej o przetrwanie lub – co w wypadku dostępu do treści kulturowych wydaje się bardziej adekwatne – po prostu o skorzystanie z pojawiających się możliwości taniego i łatwego dostępu. „Bardziej pragmatyczna i wirusowa niż awangardowa/taktyczna, piracka kultura umożliwiła wielu biedniejszym mieszkańcom indyjskich miast wejście w kulturę mediów”<sup>20</sup> – pisze Sundaram, a poruszony tutaj wątek ekonomiczny piractwa można przecież odnieść także do sytuacji mieszkańców PRL-u, ale i współczesnej Polski.

Perspektywa historyczna pomaga też w uniknięciu pułapek polegających na przekonaniu, że internet i treści kultury sprowadzone do postaci komputerowych plików wyjątkowo sprzyjają rozwojowi nieformalności. W wypadku mediów analogowych kontrola pośredników technologicznych była niewielka – trudno zarejestrować wymianę kasety „z ręki do ręki”, a na przykład założona przez montera, niezarejestrowana końcówka telewizji kablowej nie jest widoczna z centrali. Dziś zbieranie danych o ruchu w sieci jest powszechne. W dalszej perspektywie można więc – jak pisałem wcześniej – zastanowić się, czy kategorii „nieformalności” nie należy zastąpić myśleniem o „nowej formalności”: o praktykach wciąż najczęściej niewidocznych dla państwa, ale często precyzyjnie rejestrowanych przez firmy telekomunikacyjne. Znowu mamy tu więc do czynienia z oscylacją pomiędzy formalnością i nieformalnością, mediami jako narzędziem kontroli i emancypacji.

---

<sup>19</sup> R. Sundaram, *Pirate Modernity. Delhi's media urbanism*, London, New York: Routledge 2010, s. 14

<sup>20</sup> Tenze, *Imaging Urban Breakdown: Delhi in the 1990s*, w: *Noir Urbanisms. Dystopic Images of the Modern City*, red. G. Prakash, Princeton: Princeton University Press 2010, s. 13.

W proponowanym tu przeze mnie ujęciu, koncentrującym się na relacjach pomiędzy różnymi aktorami, sfery formalna i nieformalna nie są swoim przeciwieństwem – raczej obszarami, które wchodzą ze sobą w dynamiczne relacje (warunkowane praktykami użytkowników, ale też modelami usług oferowanych przez biznes czy zmianami prawa autorskiego) i często po prostu się uzupełniają. Taką perspektywę podpowiadają zresztą dane empiryczne – badanie *Obiegi kultury* pokazało, że uczestnicy obiegu nieformalnego stanowią znaczącą, a w wypadku niektórych produktów (jak nagrania muzyczne) przeważającą część użytkowników obiegu formalnego. Te nieustanne fluktuacje pomiędzy formalnością i nieformalnością są jednak bardziej złożone – często formalizuje się to, co nieformalne (przykłady można mnożyć w nieskończoność: wirusowy marketing to próba użycia nieformalności w celach biznesowych; nieformalne modyfikacje sprzętu i oprogramowania bywają inspiracją dla nowych generacji oficjalnych produktów itd.). Gdy coś przestaje być produkowane, a na produkt wciąż jest popyt, zaczyna dominować nieformalny obieg. I co chyba najważniejsze: nie tylko o biznesie, ale też o użytkownikach można mówić w kategoriach wyzysku, bo przecież propagowanie oddolnej twórczości w internecie opiera się na namawianiu ludzi do wykonywania pracy za darmo<sup>21</sup>.

Dlatego dyskurs nieformalnej ekonomii mediów można traktować jako uzupełnienie spojrzenia analizującego przemysły

---

<sup>21</sup> Więcej na ten temat: T. Terranova, *Wolna praca*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1, s. 49–68. Problemem tym zajmują się też badacze tacy jak Geert Lovink, Nick Dyer-Witheford czy Alexander Galloway, który w zakończeniu swojej książki *The Interface Effect* (Cambridge: Polity 2012) przywołuje słynne pytanie Gayatri Chakravorty Spivak „Czy podporządkowani mogą mówić?” (*Can the Subaltern Speak?*, w: *Marxism and the Interpretation of Culture*, red. C. Nelson, L. Grossberg, Urbana, IL: University of Illinois Press 1988, s. 271–313). Sam odpowiada, że dziś, za sprawą internetu, nie tylko mogą, ale muszą mówić – są zmuszani do aktywności komunikacyjnej, by grupy uprzywilejowane mogły na tym zarabiać.

kultury – wydaje się to istotne, skoro odnoszę się tutaj do ich „rozszerzonego” postrzegania, kwestionującego stawianie twar-  
dych podziałów na praktyki producentów/dystrybutorów i użyt-  
kowników. Jak piszą Ramon Lobato i Julian Thomas: „Tradycja  
badań telewizji, studiów nad polityką medialną i politycznej  
ekonomii komunikacji zazwyczaj koncentruje się na regulo-  
wanych na dużą, narodową skalę przemysłach, co nie zawsze  
pomaga w zrozumieniu tego, co wykracza poza tę przestrzeń –  
ekonomii pirackich płyt DVD i VCD, podłączanej »po cichu«  
kablówki, serwisów internetowych z materiałami wideo, sieci  
BitTorrent, tworzonych przez użytkowników wirtualnych świa-  
tów itd. Te systemy stanowią część szerszego pejzażu mediów,  
który na nieprzewidywalne sposoby łączy się z formalnymi  
przemysłami ekranowymi i rozrywkowymi. Badanie tych in-  
terakcji może przynieść głębsze zrozumienie kluczowych kwe-  
stii i problemów związanych ze współczesną analizą mediów,  
począwszy od kwestii dostępu do nich, a na rozwijających się  
wzorach innowacji i transformacji kończąc”<sup>22</sup>.

Te interakcje to zatem nie tylko produkcja, ale przede  
wszystkim reprodukcja, redystrybucja, a także rekomendacje.  
Ważnym elementem udostępniania treści innym użytkowni-  
kom jest bowiem rodzaj kuratorstwa – przekonywania innych  
do swoich wyborów i dzielenie się (czasem automatyczne,  
za pośrednictwem funkcji zintegrowanych w społeczności-  
owych serwisach internetowych) informacjami o nich ze znaj-  
omymi (w rozumieniu serwisu Facebook). Stuart Cunningham  
piszący o nieformalnym obiegu za pośrednictwem internetu,  
który ma miejsce w krajach rozwiniętych, proponuje katego-  
rię „rynków serwisów społecznościowych” (*social network  
markets*), gdzie „indywidualne wybory podejmowane są na

<sup>22</sup> R. Lobato, *An Introduction to Informal Media Economies*, „Television  
& New Media” 2012, vol 13, s. 379–380.

podstawie wyborów innych, a takie usieciowienie preferencji wzmacniane jest poprzez postępującą wszechobecność mediów społecznościowych – zarówno poprzez to, co dzieje się wokół monetyzacji i profesjonalizacji sieciowego wideo (na przykład YouTube), jak i uspołecznienie profesjonalnych strategii produkcyjnych (na przykład transmedia)”<sup>23</sup>. To wszystko prowadzi nas jednak w kierunku jeszcze innych problemów – które stanowić będą domknięcie tej książki. To kwestie związane z jednej strony z personalizacją medialnych wyborów, jak już pokazałem, może nie masowo wypierających, ale coraz bardziej zdecydowanych uzupełniających praktyki medialne doby scentralizowanych mediów masowych; z drugiej – z „rynkowością” przedstawianych tu zjawisk.

### W stronę konkluzji

Przy okazji kwestii związanych z nieformalną cyrkulacją treści kultury, powraca problem uwikłania badaczy mediów w legitymizację działań biznesowych. Jak już kilkakrotnie tutaj pisałem, trudno rozplątać relacje pomiędzy aktorami medialnego ekosystemu – i odnosi się to jak najbardziej także do powiązań między medioznawcami i rynkiem mediów. Nie daje się sprowadzić ich do kategorii reprezentacji użytkowników lub biznesu. Równocześnie jednak otwarte pozostaje pytanie: czy pozostanie na poziomie śledzenia relacji finalnie zwalnia badaczy z odpowiedzialności za podejmowane wybory, które przecież – przynajmniej potencjalnie – mogą mieć moc sprawczą i wywierać wpływ na działania innych aktorów?

---

<sup>23</sup> Stuart Cunningham, *Emergent Innovation through the Coevolution of Informal and Formal Media Economies*, „Television & New Media” 2012, vol 13.

Gdzie przebiega granica pomiędzy niemożnością dojścia do jednoznacznych odpowiedzi a stosowaniem uników?

To problem, który w moim odczuciu ma dla współczesnych badań nad kulturą znaczenie fundamentalne. Nieprzypadkiem odniósł się do niego Stuart Hall w przeprowadzonej w roku 2007 rozmowie z Colinem McCabem – swoistym podsumowaniu dorobku Halla, będącym równocześnie ze względu na znaczenie jego osoby dla historii anglosaskiego kulturoznawstwa także refleksją nad przemianami tej dyscypliny w ostatnim półwieczu. Powracają w nim znajome sprzeczności, gdy Hall mówi: „Naprawdę, nie jestem już w stanie czytać kolejnych kulturoznawczych analiz Madonny czy *Rodziny Soprano*. Oczywiście, czuję się też nieco winny, bo robiliśmy trochę takich rzeczy w Centrum [Współczesnych Studiów Kulturowych na Uniwersytecie Birmingham]. Badaliśmy *Nationwide* [telewizyjny program publicystyczny], studiowaliśmy konkretne programy, sporo interesujących badań dotyczyło oper mydlanych. Więc oczywiście zajmowaliśmy się tym, ale zawsze z powodu ich powiązań z szerszymi zjawiskami. Dziś to się nie łączy z niczym większym. Oczywiście, można powiedzieć, że ten szerszy kontekst dla nas był łatwy, bo klasa wciąż była stabilnym, w starym znaczeniu, aktualnym problemem; łączyliśmy studia kulturowe ze złożonymi pytaniami o klasę – zawsze budowaliśmy połączenie między kulturą i społeczeństwem. Dziś można uznać, że społeczeństwo się zmieniło, więc nie wiemy już, jak dokładnie tworzyć to połączenie. Być może to jest część problemu, ale nie całość. Celem tworzenia teorii stała się ona sama”<sup>24</sup>. Hall, broniąc kontaktu teorii kulturoznawczej z szerszym kontekstem społecznym, w pewnym sensie przypomina o konflikcie, jaki od

<sup>24</sup> C. McCabe, *An interview with Stuart Hall*, „Critical Quarterly” 2007, nr 50, s. 29.

połowy lat osiemdziesiątych toczył anglosaskie kulturoznawstwo i którego zwieńczeniem była burzliwa dyskusja podczas spotkania International Communication Association w roku 1993, kontynuowane jako „Colloquy” na łamach pisma „Critical Studies in Mass Communication”<sup>25</sup>. Chodzi o radykalny – pomimo wpływu marksizmu na studia kulturowe, zarówno w tradycji szkoły frankfurckiej, jak i w wydaniu szkoły Birmingham – spór pomiędzy zorientowanym na analizę tekstów kulturoznawstwem a ekonomią polityczną. Dyskusje, prowadzone pod znakiem postawionego przez Nicholasa Garnhama pytania „pojednanie czy rozwód?” (na które Lawrence Grossberg udzielił wyrazistej odpowiedzi, twierdząc, że nie będzie pojednania, bo związek nigdy nie istniał), dotyczyły zresztą nie tylko przyszłości dyscypliny, ale i interpretacji tradycji. Próby połączenia dwóch paradygmatów okazywały się więc nieudane, a jedną z przyczyn może być inny diagnozowany przez Halla problem – przemiany społeczne. Nieprzypadkiem Ulrich Beck, o którego „kategoriach zombi” pisałem wcześniej, jako klasyczny ich przykład podaje klasę społeczną<sup>26</sup>. Łączenie analiz tekstów z szerszym kontekstem może być kłopotliwe, gdy podważamy aktualność naszej wiedzy na temat tego kontekstu. Przemiany społeczne stwarzają jednak dla rozwiązywania problemów studiów kulturowych z ekonomią nie tylko trudności, ale też nowe możliwości. Znaczące, że ta dyskusja powraca w ostatnich latach coraz częściej, nie tylko

---

<sup>25</sup> Debata przedstawiona pod zbiorczym tytułem „Colloquy” w „Critical Studies in Mass Communication” 1995, nr 12, vol. 1, s. 60–100.

<sup>26</sup> Dobrze ilustruje to fakt, że istotne nowe zjawiska społeczne – na przykład wyłanianie się prekariatu – choć mają związek z klasowością, to nie są przypisane do jednej klasy, na przykład klasy robotniczej czy klasy średniej. Zob. G. Standing, *Prekariat*, przeł. P. Kaczmarek i M. Karolak, „Praktyka Teoretyczna” 2012, [online:] <http://www.praktykateoretyczna.pl/index.php/projekty/prekariat-2/> [dostęp 10.01.2013].

w publikacjach odnoszących się wprost do dawnych debat<sup>27</sup>, ale też w próbujących przypominać o ekonomicznych uwarunkowaniach książkach poświęconych tworzeniu nowych subdyscyplin. Tak jest właśnie w wypadku przywoływanych przeze mnie jako inspiracje teoretyczne w drugiej części tej książki studiów nad produkcją czy studiów nad przemysłami medialnymi. One również stanowią próbę zintegrowania perspektyw, które mają za sobą burzliwą wspólną przeszłość. Wszystko to dlatego, że ekonomia polityczna w nieunikniony sposób musi zwracać się ku badaniom użytkowników mediów, bo w świetle przedstawionej tu wizji funkcjonowania „rozszerzonych przemysłów kultury”, ich działania bezpośrednio przekładają się na tworzenie wartości. Tym samym granice między tymi dwoma typami dyskursu są coraz bardziej rozmyte. Nie rozwiązuje to jednak wszystkich wątpliwości, bo nie brak głosów, że dalsze otwarcie na ekonomię może mieć dla badań kultury zgubne skutki.

Antropolog David Graeber uważa na przykład, że problematyczne jest już nawet przenoszenie terminów z opisów działań przemysłu na praktyki użytkowników, ilustrując to przykładem pojęcia „konsumpcji”, które od lat osiemdziesiątych jest bardzo silnie obecne w naukach społecznych<sup>28</sup>. Dlaczego? „Czy naprawdę ma znaczenie, czy mówiąc o programie telewizyjnym użyliśmy słowa »konsumpcja«, a nie jakiegoś innego terminu? Uważam, że jak najbardziej ma. Dlatego, że robiąc to, prezentujemy przecież swój polityczny wybór: ustawiamy siebie w kontekście tekstów i badań – w tym wypadku

---

<sup>27</sup> Klasycznym przykładem jest książka pod znaczącym tytułem *Cultural Studies and Political Economy. Toward a New Integration* Roberta E. Babe (Lanham: Lexington Books 2009).

<sup>28</sup> D. Graeber, *Consumption*, „Current Anthropology” 2011, vol. 52, nr 4, s. 489–511.

przede wszystkim języka i zainteresowań świata korporacyjnego, a nie innego, jakim mogłaby być aktywistyczna literatura jawnie krytykująca rolę telewizji we współczesnym życiu”<sup>29</sup>. Równocześnie można krytykować te argumenty, wskazując, że w obszarach, które mogą służyć oddziaływaniu badaczy na rzeczywistość, coraz mniej jest miejsca na kontestację – neoliberalny dyskurs rozlał się z obszaru rynku także na instytucje państwowe i samą akademię (użyteczność i potrzeba wspierania przemysłu są coraz częściej prezentowane jako podstawowe wyzwania stojące także przed polską nauką). Tym samym, bez względu na stosunek do obserwowanych procesów, można oddziaływać na wspomniane instytucje, zachowując kompatybilny z nimi język. Choć oczywiście propozycja Graebera jest kusząca – w chwili gdy piszę te słowa, spływają do mnie transkrypcje z wywiadów prowadzonych podczas badania *Tajni kulturalni. Obiegi kultury z perspektywy sieciowych węzłów wymiany treści*<sup>30</sup>. W ramach tego projektu prowadzone były rozmowy z ludźmi, którzy nie są twórcami, lecz udostępniają w internecie cudze dzieła, co najwyżej czyniąc je w różnych sensach bardziej przystępnymi dla odbiorców. To amatorscy tłumacze napisów do filmów i seriali, archiwiści-amatorzy umieszczający do bezpłatnego pobrania z sieci ciekawe teksty i materiały audiowizualne oraz administratorzy serwerów do gier. Wszystkie te osoby, jeśli przyjrzeć się ich działaniom z perspektywy „produkcji” i „konsumpcji”, lokują się gdzieś pomiędzy tymi pojęciami, ale są też aktorami działającymi w najlepszym wypadku w prawnej „szarej strefie”.

---

<sup>29</sup> Tamże, 500–501.

<sup>30</sup> Raport z tego badania – zob. M. Filiciak, M. Danielewicz, A. Buchner, *Tajni kulturalni. Obiegi kultury z perspektywy sieciowych węzłów wymiany treści*, Warszawa: Centrum Cyfrowe 2012, [online:] <http://centrumcyfrowe.pl/czytelnia/tajni-kulturalni/> [dostęp 10.01.2013].



Udostępniają za darmo coś, za co gdzie indziej (w kanale oficjalnym, o ile udostępnia on daną treść lub usługę) trzeba płacić. Patrząc na to z perspektywy ekonomicznej, można ich potępiać (twierdząc, że generują straty dla sprzedawców operujących w kanale formalnym), ewentualnie bronić (dowodząc, że pobierający materiały z sieci nie kupiliby ich w oficjalnym kanale dystrybucji albo że część z nich pod wpływem darmowego pobrania w przyszłości takie materiały zakupi). Kiedy jednak oddamy głos badanym – którzy sami na swojej działalności nie zarabiają – najczęściej obruszają się nie tylko na nazywanie ich „piratami”, ale w ogóle na sprowadzanie ich działalności do bilansu korzyści i strat. Jedna z tłumaczek napisów mówi: „Ja się nie wzbogacam. Ja daję od siebie”. Niemal wszyscy opowiadają o tym, jakie znaczenie ich działalność ma dla nich jako ludzi. Nie rozpatrują tego w ogóle w kategoriach rynku – raczej tworzenia i rozwijania siebie. Widać tu nieprzystawalność tych dwóch perspektyw – ale czy ignorowanie pierwszej nie jest ucieczką od rzeczywistości? Przecież relatywnie łatwo odegrać rolę pięknoducha i stwierdzić, że w wypadku kultury nie należy mówić o ekonomii. Czy jednak indywidualne wybory i motywacje, a wręcz nasza własna tożsamość, nie zostały utowarowione i pisanie o nich takim językiem nie jest właśnie adekwatne do sytuacji, w której funkcjonujemy?

Oczywiście nie doprowadzę tu do żadnych rozstrzygnięć. Na pewno jednak warto wsłuchiwać się też w głosy takie jak ten Graebera, który konsekwentnie dekonstruuje również coś, z czego kulturoznawstwo w swej demarginalizacyjnej, anglosaskiej tradycji jest dumne. Piszac z perspektywy antropologa, krytykuje on relacje pomiędzy akademią a popkulturą, wskazując na potencjalne zagrożenia związane z oswajaniem popularnych zjawisk, a tym samym torowaniem drogi konsumpcji: „Wszyscy, podejmując studia akademickie, jesteśmy świadomi

dyskursu antykonsumerystycznego – bo jest to popularny dyskurs (jeśli oczywiście nie jedyny). Część naszej inicjacji do swoistej elity, jaką jest akademia, stanowi nauka krytykowania tego dyskursu jako elitystycznego”<sup>31</sup>. Czy ujmowanie się akademickiej elity za przyjemnościami „zwykłych ludzi” rzeczywiście im pomaga? A może odwrotnie? Znaczące, że paradygmat inkluzji krytykują też badacze związani z analizą kultury internetu<sup>32</sup>.

Przedstawione w tej książce przygody teorii mediów pokazują, że silniejsze zaangażowanie badaczy w praktykę rodzi kolejne problemy – związane nie tylko z tym, że są badaczami, ale też z tym, że po prostu żyją w kapitalizmie, od którego nie są autonomiczni i który determinuje wiele z ich działań. Poruszam tu te kwestie po raz ostatni, mając jednak głębokie przekonanie, że problem relacji z rynkiem, bezpośrednio powiązany z problemem politycznego zaangażowania (osłabionego przez lata wpływu postmodernizmu), ale i wartościowania (przez to też: tworzenia wykluczeń i degradowania wielu popularnych praktyk) jest jednym z najistotniejszych, jakie stają przed kulturoznawcami. Jak zachować siłę i wpływ na rzeczywistość, nie legitymizując i nie wspierając rynku – a przynajmniej nie czyniąc tego w sposób naiwny i nieświadomy? Jak akademia ma zachować swoją niezależność? Zwłaszcza że w świetle kryzysu ekonomicznego i coraz silniejszego podporządkowania szkolnictwa wyższego logice neoliberalnej efektywności (wynagradzanie pracowników nauki nie tylko poprzez etaty, ale coraz częściej współfinansowanie ich pensji

---

<sup>31</sup> D. Graeber, dz. cyt., s. 501.

<sup>32</sup> Zob. G. Lovink, *Władza a polityka dobrych intencji*, przeł. M. Filiaciak, „Dwutygodnik” 2012, nr 94, [online:] <http://www.dwutygodnik.com/artukul/4037-kultura-20-wladza-a-polityka-dobrych-intencji.html> [dostęp 10.01.2013].

z pozyskiwanych grantów) trzeba mieć jasność, że utrzymywanie się wyłącznie z pracy naukowej coraz częściej będzie luksusem dostępnym nielicznym.

Drugi problem, którym chciałbym się zająć w zakończeniu – i zarazem kolejny wątek, który przewija się w tej książce od początku, znajdując zwieńczenie w części poświęconej nieformalnym sieciom dystrybucji – to kwestia przemian modelu funkcjonowania mediów. Przemian, których gwałtowności nie należy przeceniać, ale też nie wolno lekceważyć. Chodzi o decentralizację komunikacji, która stopniowo może prowadzić do zakwestionowania, a przynajmniej osłabienia paradygmatu komunikowania masowego.

Nick Couldry w artykule pod prowokacyjnym tytułem *Does 'the Media' Have a Future?* poddaje pod dyskusję (przywołując też argumenty podobne do tych, jakie cytowałem za nim w metodologicznym wprowadzeniu do tej książki) przekonanie, że media sytuują się w centrum życia społeczeństw. Jedną z przyczyn tej wątpliwości jest fragmentacja mediów – ahierarchiczny model ich funkcjonowania, który w stosunku do czasów, gdy dominowały media takie jak radio czy telewizja, komplikuje sposoby komunikowania się. „Interpersonalne media [rozumiane jako media umożliwiające nawiązanie komunikacji bez pośrednictwa »centrum«] nie zerwą z przepływami mediów wytwarzanych centralnie i nie zaoferują alternatywnego społecznego »centrum« dla tego, które proponują media. Jest bardziej prawdopodobne, że media »społecznościowe« i wytwarzane centralnie staną się ze sobą jeszcze silniej powiązane. Społeczne dynamiki środowiska online nie dają podstaw, by myśleć, że »media« zanikną – raczej elementy niezbędne do podtrzymywania tej konstrukcji ulegną zmianie, co przyniesie prawdopodobnie niepewne konsekwencje dla różnych

aktorów”<sup>33</sup>. Te konsekwencje mają oczywiście nie tylko naturę ekonomiczną – także polityczną i społeczną. Nie chodzi tu tylko o możliwości oddolnego zaangażowania (teoretycznie ułatwianego choćby przez serwisy społecznościowe), lecz także fragmentacji społecznej, tworzenia nieskończonej liczby nisz, wzajemnie na siebie oddziałujących i swobodnie nawzajem się rekonfigurujących. Nie oznacza to, że oddziaływanie centrum będzie zerowe – ale będzie słabnąć wobec konkurencji mniejszych węzłów, centralnych dla niewielkich sieci społecznych. Konsekwencją może być tworzenie wokół medialnych nisz mniejszych wspólnot. Dotyczy to oczywiście nie tylko internetu – bo podobne zjawiska obserwujemy także na oferującym coraz więcej programów rynku telewizyjnym<sup>34</sup>.

Można też zastanawiać się nad „decentralizacją” mediów w życiu codziennym, uwidacznianą przez zjawisko odcinania się od mediów. To trudna do udowodnienia hipoteza, bo przecież statystyka pokazuje, że na przykład liczba Polaków nieposiadających odbiornika telewizyjnego jest znikoma, bliska granicy błędu statystycznego. Ale jeśli „odcięcie” nie będziemy identyfikować wyłącznie z kanałem transmisji, ale też na przykład z typem treści, może się okazać, że skala tego zjawiska jest większa – przecież selektywne oglądanie telewizji wydaje się praktyką coraz częstszą. W przywoływanych w tej książce obserwacjach z etnograficznych badań telewizji powracał wątek świadomego nieoglądania wiadomości, postrzeganych jako coś irytującego, co burzy dobrostan domowników i psuje

---

<sup>33</sup> N. Couldry, *Does 'the Media' Have a Future?*, „European Journal of Communication” 2009, vol. 24, nr 4, s. 444–445.

<sup>34</sup> M.in. ze względu na cyfryzację na rynku telewizyjnym zyskują nowi gracze, traci „wielka czwórka” – zob. ms, *Cztery największe stacje tracą widzów w naziemnej telewizji cyfrowej*, „Gazeta Wyborcza”, 24.08.2012, [online:] [http://pieniadze.gazeta.pl/Gospodarka/1,125292,12358112,Cztery\\_najwieksze\\_stacje\\_traca\\_widzow\\_w\\_naziemnej.html](http://pieniadze.gazeta.pl/Gospodarka/1,125292,12358112,Cztery_najwieksze_stacje_traca_widzow_w_naziemnej.html) [dostęp 10.01.2013].

samopoczucie. Z kolei w opracowaniach poświęconych trendom w komunikowaniu przez internet widać, że coraz więcej osób zdaje sobie też sprawę z negatywnych konsekwencji hiperkomunikacji i stara się ograniczyć swój kontakt z mediami<sup>35</sup>. Zachowanie medialnej higieny może przybierać różne formy, niekoniecznie rezygnacji z korzystania z mediów – może przecież polegać także na świadomej rezygnacji z oglądania newsów na rzecz programów takich jak myzen.tv, emitujących całodobowo obrazy przyrody (a dokładniej: popularne także przed stuleciem widoki fal rozbijających się o brzeg). Tym samym myślenie o mediach jako sferze publicznej, agorze usytuowanej w centrum społeczeństw, wydaje się coraz mniej uzasadnione, nie tylko ze względu na tabloidyzację mediów, ale też na ich fragmentację – zarówno na poziomie kanałów dostępu, jak i indywidualnych preferencji i praktyk. Lub – jak określiliby to przywoływani wcześniej Abercrombie i Longhurst – ze względu na rozproszenie publiczności, także na poziomie indywidualnym. Jeśli – jak proponowałem na początku tej książki, odwołując się do koncepcji Janet Murray – media mają służyć kreowaniu sytuacji współdzielenia uwagi, to dziś coraz częściej służą jej rozproszeniu. Zjawisko to widoczne jest także w dyskusji toczącej się wokół kategorii takich jak „kanon”. Jak piszą autorzy *Raportu o stanie i różnicowaniach kultury miejskiej*, staje się on „podręczny”, a nawet „poręczny”: „dostępny, przyswajalny i łatwo modyfikowalny”<sup>36</sup>. Dodatkowo wpływ ahierarchicznego internetu i rozwijających

<sup>35</sup> Przykładem może być grupa, którą Jeffrey Cole identyfikuje hasłem „e-nuff”; zob. *Special Report. America At Digital Turning Point*, Los Angeles: University of Southern California 2012, [online:] [http://www.digitalcenter.org/pdf/CDF\\_10\\_year\\_digital\\_turning\\_point.pdf](http://www.digitalcenter.org/pdf/CDF_10_year_digital_turning_point.pdf) [dostęp 10.01.2013].

<sup>36</sup> W. J. Burszta i in., *Raport o stanie i różnicowaniach kultury miejskiej w Polsce*, s. 25, [online:] [http://www.kongreskultury.pl/title,Raport\\_o\\_stanie\\_i\\_zroznicowaniach\\_kultury\\_miejskiej\\_w\\_Polsce,pid,357.html](http://www.kongreskultury.pl/title,Raport_o_stanie_i_zroznicowaniach_kultury_miejskiej_w_Polsce,pid,357.html) [dostęp 10.01.2013].

się w nim zjawisk kulturowych sprawia, że tradycyjnie rozumiany kanon staje się „martwy”<sup>37</sup>. Nawet jeśli klasyczne teksty wciąż są obecne, to często w nowych kontekstach – gubią się „oryginalne” punkty odniesienia, a źródłem rekomendacji przestają być autorytety, zastępowane przez prywatną sieć społeczną. Dlatego nawet jeśli w tym nowym układzie Werner Herzog wciąż jest dla kogoś ważnym twórcą, to droga dojścia do jego twórczości nie musi prowadzić przez edukację filmową – kluczowym elementem identyfikacji może okazać się umieszczenie w filmie muzyki zespołu Popol Vuh<sup>38</sup>. Media, których pojmowanie ufundowaliśmy na metaforach z ery scentralizowanego przekazu masowego, nie są już siłą uspołniającą – ich wpływ na wytwarzania zbiorowych tożsamości słabnie. Wciąż są „nasze”, ale w rozumieniu bliższym „moje i znajomych” niż na przykład „nasze, Polaków”.

William Uricchio, w tekście poświęconym historii telewizji i przedstawiającym konteksty ery broadcastu, a więc właśnie tracącego dziś stopniowo na znaczeniu scentralizowanego nadawania masowego, wskazuje, jak ogromną rolę dla jego funkcjonowania odgrywała kategoria ograniczenia<sup>39</sup>. Choć o ograniczeniu liczby nadawców w mediach masowych najczęściej mówi się w kontekście ograniczeń technologicznych, Uricchio pokazuje, że w istocie było ono konstruowane ze względów społecznych i ekonomicznych<sup>40</sup>. Kluczowym elementem regulującym było prawo, pozwalające państwu sprawować kontrolę nad mediami. W dobie ahierarchicznych mediów masowych ta kontrola jest jednak utrudniona – na

---

<sup>37</sup> Tamże, s. 15.

<sup>38</sup> M. Filiciak i in., dz. cyt., s. 12–13.

<sup>39</sup> Zob. W. Uricchio, *Era broadcastu i jej konteksty. Telewizja, naród, ograniczenie*, przeł. T. Markiewka, w: *Zmierzch telewizji?*, dz. cyt., s. 50–70.

<sup>40</sup> Tamże, s. 54–57.

media oddziałuje większa liczba aktorów, równocześnie za sprawą liberalizacji polityki scentralizowany nadzór słabnie, wreszcie, jak ujął to Lawrence Lessig, wskazując na trudności ze skutecznym egzekwowaniem przepisów w mediach usieciowionych: „rządzi raczej kod, nie prawo”<sup>41</sup>. Niedobór został więc zastąpiony przez nadmiar kanałów i treści, powiązany nie tylko z aktywnością użytkowników, ale też proliferacją podmiotów komercyjnych (nadmierna jest nie tylko oferta internetu, ale też innych mediów, w tym telewizji).

Zmienia się wreszcie lepiący swą tożsamość z rozmaitych elementów – także z medialnych skrawków – podmiot, wpływając na przemiany analizowanych tutaj połączeń między mediami. Ostatecznym spoiwem dla mediów jest bowiem zawsze „ja”, funkcjonujące w różnych wariantach, bardziej uspołecznionych i silniej zindywidualizowanych. Media i przekazywane przez nie treści kultury jawią się tu jako plastyczny materiał do pisania swojej własnej tożsamości. Wiele z jej elementów jest dla nas wspólnych. Inne – skrajnie osobiste. Sytuacja użytkownika mediów jest więc jak on sam coraz bardziej pofragmentowana, choć też, przynajmniej na poziomie ilościowym, staje się on coraz lepiej opisywalny, a jak chcą niektórzy, z Friedrichem Kittlerem na czele – także coraz bardziej dla mediów zbędny<sup>42</sup>. Żeby jednak nie kończyć w duchu bezradności teorii wobec doświadczeń jednostki i coraz bardziej chaotycznego systemu, w którym rosnąca liczba oddziaływań utrudnia

<sup>41</sup> L. Lessig, *Wolna kultura*, wstęp E. Bendyk, Warszawa: WAiP 2005, s. 175.

<sup>42</sup> To wątek, którego nie chcę tu już rozwijać. Chodzi o pokusy Big Data, analizę śladów zostawianych w sieci, ale i cały zestaw wątpliwości kierowanych pod ich adresem – zob. D. Boyd, K. Crawford, *Six Provocations For Big Data*, [online:] [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1926431](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1926431) [dostęp 10.01.2013]. Z kolei pisząc o zbędności ludzi dla mediów, mam na myśli przede wszystkim argumentację Friedricha Kittlera.

czy wręcz uniemożliwia inną od wycinkowej obserwację, w poszukiwaniu balansu powrócę jeszcze do historii mediów. A dokładniej – do historii filmu, który w dobie mediów cyfrowych obrósł patyną i nostalgią, ale też, jak pokazywałem w pierwszej części tej książki, wciąż wiele może nas nauczyć.

Badacz kina Thomas Elsaesser z dystansem pisze o epistemach – metaforycznych zwrotach w historii mediów – przekonując, że momenty teoretycznego zagubienia nie są sytuacją specyficzną dla czasów obecnych. Elsaesser powołuje się na przełomy symbolicznie identyfikowane z rokiem 1900 i 2000: „Funkcjonowaniu takich zwrotów – intuicyjnie wyuczanych i doświadczanych jako oczywiste przez współczesnych, ale zarazem »niezrozumiane«, na przykład interpretowane na bardzo różne sposoby – te dwie daty dostarczają wielu wymownych i kusząco drażniących paraleli: nastrój niezwykle optymistycznych spekulacji i równoczesna dystopijna niepewność; poczucie, że bardzo heterogeniczne zjawiska konwergują w pojedynczej chwili, urządzeniu, technologii (1900: kinematograf i ruchome obrazy; 2000: cyfryzacja i sieć); eksplozje dynamizmu i aktywności ekonomicznej, ale również towarzyszące temu podnieceniu poczucie, że nie pojawiło się nic nowego i że ta »bańka« musi pęknąć (w wypadku wczesnego kina teoria »poganiacza«<sup>43</sup> i »kryzys« roku 1903; w wypadku mediów cyfrowych: era dotcomów)<sup>44</sup>. I dalej: „Jeśli około

---

<sup>43</sup> *Chaser theory* – przekonanie, że krótko po debiucie w Stanach Zjednoczonych film przestał się cieszyć zainteresowaniem; w różnie datowanym okresie, mniej więcej między rokiem 1898 a 1903, pojawianie się po występach wodewilowych obrazu na ekranie miało być sugestią, że zabawa skończona i pora opuścić lokal. *Chaser theory* została podważona przez Roberta C. Allena w tekście *Contra The Chaser Theory*, w: *Film Before Griffith*, red. John L. Fell, Berkeley & Los Angeles: University of California Press 1983, s. 105–115.

<sup>44</sup> T. Elsaesser, *Is Nothing New? Turn-of-the-Century Epistemes in Film History*, w: *A Companion to Early Cinema*, red. A. Gaudreault, N. Dulac, S. Hidalgo, Chichester: Wiley-Blackwell 2012, s. 588.



roku 1900 pracownicy kinematografu wciąż nie odczuwali potrzeby, by wybierać pomiędzy pokazywaniem aktualności i widoczków, pomiędzy opowiadaniem historii i odgrywaniem gagów, pomiędzy rejestrowaniem eksperymentów medycznych i towarzyszeniem wojsku, rozwijaniem protez dla niedosłyszących i optymalizacją osiągnięć sportowych, to internet podobnie łączy w sobie funkcje gazety i poczty z tymi, które pełni wydawca książek i biblioteka, równocześnie oferując (bądź »emulując«) wiele spośród usług zapewnianych wcześniej przez »stare« media audiowizualne służące informacji, komunikacji i rozrywce: radio, gramofon, telewizja, telefonia – i oczywiście kino<sup>45</sup>. Może więc – choć nauka polega na szukaniu prawidłowości i tworzeniu generalizacji – nie powinniśmy się zbyt niecierpliwić?

Kino (jeszcze) nie istnieje – pisze w przywoływanym tekście Elsaesser<sup>46</sup>. To samo można powiedzieć o telewizji. I oczywiście o internecie – nie ma czegoś takiego, jak internet: różni ludzie korzystają na różne sposoby z różnych usług za pośrednictwem różnych urzędów, mamy więc różne, niekoniecznie przenikające się „internety”. A przecież, jak pisałem we wstępie, te nieistniejące byty są dla nas równocześnie niezwykle ważne. Wypełniają nasze doświadczenie, stają się częścią nas samych – gromadzą się we wspomnieniach, budzą wzruszenia i emocje. W końcu, jak pisał Friedrich Kittler, „istnieją technologie medialne bez miłości, ale nie ma miłości bez technologii medialnych”<sup>47</sup>. Kończąc, pozwolę sobie więc powrócić do tytułowej metafory „wersji beta”. Toczące się wokół mediów negocjacje, na których wpływ mają producenci, użytkownicy, ale też ograniczenia technologiczne, nie zawsze

---

<sup>45</sup> Tamże, s. 589.

<sup>46</sup> Tamże, s. 599.

<sup>47</sup> F. Kittler, *Optical Media*, Cambridge: Polity Press 2010, s. 106.

prowadzą do osiągnięcia momentów stabilności i równowagi – można wręcz zaryzykować tezę, że te sytuacje są raczej wyjątkiem niż regułą. Zawsze przecież znajdują się nowe sposoby użycia, nowe pomysły, nowe skuteczne zabiegi marketingowe, reakcje rynkowych konkurentów itd. Zawsze znajdują się więc kolejne, „nowe” media. W tym sensie każda wersja funkcjonowania medium jest przejściowa, chwilowa. Najwyraźniej widać to, gdy przyglądamy się ignorowanym w badaniach marginesom – co na przykładzie nieformalnych praktyk redystrybucji treści w internecie, których status jest nieoczywisty także dla samych ich uczestników, Tomasz Rakowski komentuje następująco: „Mamy [...] do czynienia z rzeczywistością zagospodarowywania (uprawiania) otaczającego nas cyfrowego świata. [...] To wyłanianie się nowego środowiska jest tu najbardziej bezpośrednią pochodną działania, pozyskiwania i przekształcania treści za pomocą nowych technik i nowych narzędzi. Jak to rozumieć? Otóż środowisko może być tutaj rozumiane nieco inaczej, a mianowicie – jako pochodna aktywności podmiotu. To poprzez aktywność w sieci, budowanie i przekształcanie treści pojawia się bowiem dopiero coś takiego jak »otoczenie« czy »zasoby«. Środowisko jest zatem wytwarzane przez aktywność, a nie, jak przyzwyczajeni jesteśmy myśleć, nasza aktywność dopasowuje się do środowiska. Środowisko, pisze Tim Ingold, »nie jest oddzielnie poznawane wcześniej niż działanie, ponieważ to właśnie poprzez działanie w świecie ludzie dowiadują się o nim i zaczynają postrzegać zasoby, które oferuje«<sup>48</sup>. Te słowa można odnieść do mediów w ogóle. To byty emergentne, podobnie jak namysł nad nimi.

---

<sup>48</sup> T. Rakowski, *Nowy świat, nowy krajobraz, nowe zasoby*, w: *Tajni kultu-ralni...*, dz. cyt., s. 10–11; T. Ingold, *Kultura i postrzeganie środowiska*, przeł. G. Pożarlik, w: *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*, red. E. Nowicka, M. Kempny, Warszawa: PWN 2005, s. 81.

Chwile wątpliwości, odkrywania definicyjnych luk, ale i nieskuteczności konstruowanych modeli ich funkcjonowania (także nieefektywnych modeli ekonomicznych), momenty zagubienia i poszukiwań nie są czymś, co je niszczy. Przeciwnie – jest tym, co ożywia i napędza ich społeczne funkcjonowanie. A więc także tym, co je stwarza.



## Podziękowania

Ta książka jest podsumowaniem znacznej części mojej naukowej aktywności w ostatnich latach. Dlatego chciałbym podziękować w niej wszystkim, którzy dostarczali mi inspiracji, którzy dyskutowali ze mną na tematy badawcze i którzy spierali się ze mną. Przede wszystkim dziękuję Wiesławowi Godzicowi, bez którego wsparcia, nie tylko zresztą naukowego, nie zajmowałbym się zapewne dziś tym, czym się zajmuję, i nie miałbym tylu okazji, by rozwijać swoje zainteresowania naukowe.

Dziękuję także mojemu przyjacielowi Mateuszowi Hala-  
wie, bez którego uwag ten tekst – jakkolwiek ocenią go czytelnicy i czytelnicy – byłby bez wątpienia słabszy, a biorąc pod uwagę nasze inspirujące dla mnie rozmowy i współpracę naukową, można stwierdzić, że być może nigdy by nie powstał.

Dziękuję również koleżankom i kolegom z Instytutu Kulturoznawstwa Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, a wśród nich zwłaszcza osobom, które poświęciły swój czas na lekturę pierwszej wersji tej książki i podzieliły się ze mną swoimi cennymi uwagami: Annie Zeidler-Janiszewskiej, Wojciechowi J. Burszczie i Mariuszowi Czubajowi. Lista czytelników „wersji beta” tej książki obejmuje także Łukasza Biskupskiego któremu jestem wdzięczny za poświęcony czas, celne

komentarze, ale też rozmowy niezwiązane bezpośrednio z powstawaniem tej publikacji. Podziękowania jestem winien także Markowi Krajewskiemu – i obejmują one nie tylko uwagi przekazane w recenzji tej książki, ale także wskazówki przekazane podczas niezwiązanych z nią rozmów.

Nie sposób wymienić tu wszystkich osób, wobec których w ostatnich latach zaciągnąłem intelektualny dług, ale lista ta byłaby skandalicznie niepełna, gdybym dziękując za pomoc, nie uwzględnił także tych, z którymi miałem przyjemność współpracować przy rozmaitych projektach badawczych – Barbary Fatygi, Tomasza Szlendaka i Przemysława Zielińskiego, oraz całego zespołu, który pracował przy projekcie „Młodzi i media”, będącym dla mnie niezwykle cennym doświadczeniem – w tym Michała Danielewicza, Aleksandry Gołdys, Pauliny Jędrzejewskiej, Pawła Mazurka, Agaty Nowotny, Agnieszki Strzemińskiej i Jacka Szejdę.

Wiele zawdzięczam też rozmowom i współpracy z Dominikiem Batorskim, Edwinem Bendykem, Justyną Hofmokl, Tomaszem Rakowskim i Piotrem Toczyskim. Ważnym źródłem inspiracji były dla mnie również dyskusje oraz projekty realizowane wspólnie z moim przyjacielem Alkiem Tarkowskim. Dziękuję. Pomoc Was wszystkich bardzo wiele dla mnie znaczy.

Na odrębne podziękowania zasługuje moja żona, Katarzyna Milewska-Filiciak.

Dziękuję także Andrzejowi Gwoździowi, redaktorowi tomu *Kino po kinie* (2010), oraz Oficynie Naukowej – jego wydawcy, którzy zgodzili się na użycie fragmentów zamieszczonego tam mojego artykułu *Film jako zdarzenie wizualne. Relacje kina i innych mediów w epoce cyfrowej – przypadek gier wideo* w niniejszej książce. Za zgodę na wykorzystanie fragmentów tekstu *Zagraj w to jeszcze raz, Sam. Kino jako jeden z elementów systemu rozrywkowego*, który ukazał się

na łamach „Kwartalnika Filmowego” (w numerze 56/2006), dziękuję jego redakcji. Do książki trafiły także przetworzone fragmenty artykułu *TV czy nie-TV? Telewizja doby post-soap opera i sieci peer-to-peer*, opublikowanego wcześniej we współredagowanym przeze mnie (wraz z Barbarą Gizą) tomie *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, który w roku 2011 ukazał się nakładem Wydawnictwa Naukowego Scholar.





## Bibliografia

- Aarseth E., *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore: Johns Hopkins University Press 1997.
- Aarseth E., *We All Want to Change the World. The Ideology of Innovation in Digital Media*, w: *Digital media revisited: Theoretical and conceptual innovation in digital domains*, red. G. Liestol, A. Morrison, T. Rasmussen, Cambridge, MA: MIT Press 2003, s. 415–439.
- Abercrombie N., Longhurst B., *Audiences*, London: SAGE 2003.
- Adamczak M., *Konstruuując Alfredów Hitchcocków*, „Kwartalnik Filmowy”, 2009, nr 67–68.
- Adams T. E., Jones S. H., *Telling Stories: Reflexivity, Queer Theory, and Autoethnography*, „Cultural Studies <=> Critical Methodologies”, 2011, vol. 11, nr 2, s. 108–116.
- Allen R. A., *Contra The Chaser Theory*, w: *Film Before Griffith*, red. J. L. Fell, Berkeley & Los Angeles: University of California Press 1983.
- Anderson A., *Długi ogon*, przeł. B. Ludwiczak, Poznań: Media Rodzina 2008.
- Ang I., *Desperately Seeking the Audience*, London: Routledge 1991.
- Ang I., *On the Politics of Empirical Audience Research*, w: *Media and Cultural Studies. Keywords*, red. M. G. Durham, D. Kellner, Malden: Blackwell 2006.
- Ang I., *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, New York: Routledge 1989.
- Babe R. E., *Cultural Studies and Political Economy. Toward a New Integration*, Lanham: Lexington Books 2009.

- Bal M., *Narratology. Introduction to the Theory of Narrative*, Toronto: University of Toronto 1997.
- Bal M., *Travelling Concepts in the Humanities. A Rough Guide*, Toronto: Toronto University Press 2002.
- Balides C., *Immersion in the Virtual Ornament: Contemporary „Movie Ride” Films*, w: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, red. H. Jenkins, D. Thorburn, Cambridge, MA: MIT Press 2004.
- Barker C., *Making Sense of Cultural Studies: Central Problems and Critical Debates*, London: SAGE 2002.
- Batorski D., *Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych*, w: *Diagnoza społeczna 2009*, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego 2011.
- Batorski D., *Kultura w Sieci – swoboda dostępu, wolność użycia*, w: M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury*, Warszawa: Centrum Cyfrowe 2012, [online:] [www.obiegikultury.centrumcyfrowe.pl](http://www.obiegikultury.centrumcyfrowe.pl) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Benkler Y., *Bogactwo sieci*, przeł. R. Próchniak, Warszawa: WAIp 2008.
- Berger R., *Téléovision, le nouveau Golem*, Lausanne: Iderive 1991.
- Bittanti M., *The Technoludic Cinema: Images of Video Games in Movies (1973–2001)*, [online:] [http://www.gamecareerguide.com/education/theses/20020501/bittanti\\_01.htm](http://www.gamecareerguide.com/education/theses/20020501/bittanti_01.htm) [dostęp: 10 stycznia 2010].
- Bolter J. D., Grusin R., *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press 2000, s. 45, 55.
- Bordwell D., *A Behemoth From the Dead Zone*, [online:] <http://www.davidbordwell.net/blog/?p=1844>, [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Bordwell D., *Film Futures*, „SubStance” 2002, vol. 31, nr 1, s. 88–104.
- Bordwell D., *Manhattan: Symphony of a Great City*, [online:] <http://www.davidbordwell.net/blog/?p=1709> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Bottomore S., *The Panicking Audience?: early cinema and the 'train effect'*, „Historical Journal of Film, Radio and Television” 1999, vol. 19, nr 2, s. 177–216.
- Bruno A., *Rockactsringingupsalesviavideogames*, [online:] <http://www.reuters.com/articlePrint?articleId=USN2329170920080525>, [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Bruno L., *There is no Information, Only Transformation*, w: G. Lovink, *Uncanny Networks: Dialogues with the Virtual Intelligent-sia*, Cambridge, MA: MIT Press 2004.

- Burszta W., Fatyga B. i in., *Raport o stanie i zróżnicowaniach kultury miejskiej w Polsce*, [online:] [http://www.kongreskultury.pl/title,Raport\\_o\\_stanie\\_i\\_zroznicowaniach\\_kultury\\_miejskiej\\_w\\_Polsce,pid,357.html](http://www.kongreskultury.pl/title,Raport_o_stanie_i_zroznicowaniach_kultury_miejskiej_w_Polsce,pid,357.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Burszta W., Januszkiewicz M., *Słowo wstępne. Kłopot zwany kulturo-rozprawstwem*, w: *Kulturo-rozprawstwo: dyscyplina bez dyscypliny?*, red. W. Burszta, M. Januszkiewicz, Warszawa: Academica SWPS 2010.
- Bustamante E., *Cultural industries in the digital age: some provisional conclusions*, „Media, Culture & Society” 2004, vol. 26, s. 803–820.
- Cała prawda o serialach. Rozmowa z Agnieszką Holland*, „Dziennik”, 18.10.2008, [online:] [http://www.dziennik.pl/kultura/article252851/Cala\\_prawda\\_o\\_serialach.html](http://www.dziennik.pl/kultura/article252851/Cala_prawda_o_serialach.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Caldwell J. T., „Both Sides of the Fence”. *Blurred Distinctions in Scholarship and Production (a Portfolio of Interviews)*, w: *Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, red. V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, London: Routledge 2009.
- Caldwell J. T., *Branżowe opowieści a kapitał zawodowy*, przeł. P. Miżyńska, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Warszawa: NCK 2010, s. 138–162.
- Caldwell J. T., *Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration*, w: *Television after TV. Essays on a Medium in Transition*, red. L. Spigel, J. Olsson, Durham: Duke University Press 2004.
- Canjelsa R., *Distributing Silent Film Serials. Local Practices, Changing Forms, Cultural Transformation*, New York: Routledge 2011.
- Castells M., Cardoso G., *Piracy Cultures. Editorial Introduction*, „International Journal of Communication” 2012, vol. 6.
- Castells M., Portes A., *World underneath: The origins, dynamics, and effects of the informal economy*, w: *The informal economy: studies in advanced and less developed countries*, red. A. Portes, M. Castells, L. A. Benton, Baltimore: Johns Hopkins University Press 1989.
- Castells M., Himanen P., *Spółczesność informacyjna i państwo dobrobytu. Model fiński*, przeł. M. Sutowski, M. Penkala, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2009.
- Colothan S., *Metallica To Premiere New Song On Video Game*, [online:] <http://www.gigwise.com/news/39080/metallica-to-premiere-new-song-on-video-game>, [dostęp: 10 stycznia 2013].

- Couldry N., *Does 'the Media' Have a Future?*, „European Journal of Communication” 2009, vol. 24, nr 4.
- Couldry N., *Media w kontekście praktyk*, przeł. A. Strzemińska, „Kultura Popularna” 2010, nr 1(27), s. 96–113.
- Couldry N., *The Extended Audience: Scanning the Horizon*, w: *Media Audiences*, red. M. Gillespie, Berkshire: Open University Press 2005.
- Critter Week!*, [online:] <http://steamcommunity.com/groups/OpenSourceFilmmaker/discussions/11/864945865064249974/?tscn=1347826253> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Cubitt S., *The Cinema Effect*, Cambridge, MA: MIT Press 2005.
- Cunningham S., *Emergent Innovation through the Coevolution of Informal and Formal Media Economies*, „Television & New Media” 2012, vol. 13(5).
- Cztery największe stacje tracą widzów w naziemnej telewizji cyfrowej, „Gazeta Wyborcza”, 24.08.2012, [online:] [http://pieniadze.gazeta.pl/Gospodarka/1,125292,12358112,Cztery\\_najwieksze\\_stacje\\_traca\\_widzow\\_w\\_naziemnej.html](http://pieniadze.gazeta.pl/Gospodarka/1,125292,12358112,Cztery_najwieksze_stacje_traca_widzow_w_naziemnej.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Czubaj M., *Etnolog w Mieście Grzechu. Powieść kryminalna jako świadectwo antropologiczne*, Gdańsk: Oficynka 2010.
- Darley A., *Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres*, London: Routledge 2000.
- Deleuze G., *Kino. 1. Obraz – ruch. 2. Obraz – czas*, przeł. J. Margański, Gdańsk: słowo/obraz terytoria 2008.
- Deleuze G., *Negocjacje 1972–1990*, przeł. M. Herer, Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSW TWP 2007.
- Diagnoza społeczna 2011*, red. J. Czapiński, T. Panek, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego 2011.
- Disneyland's Pirates of the Caribbean attraction celebrates 40th birthday*, [online:] <http://www.disneylandreport.com/disneynews/070323pirates-of-the-caribbean-40th-birthday-disneyland.html> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Ellis C., Adams T. E., Bochner A. P., *Autoethnography: An Overview*, „Forum: Qualitative Social Research” 2011, vol. 12, nr 1.
- Elsaesser T., *Early Film History and Multi-Media. An Archeology of Possible Futures?*, w: *New Media Old Media History Theory Reader*, red. W. H. Kyong Chun, T. Keenan, London: Routledge 2006.

- Elsaesser T., *Is Nothing New? Turn-of-the-Century Epistemes in Film History*, w: *A Companion to Early Cinema*, red. A. Gaudreault, N. Dulac, S. Hidalgo, Chichester: Wiley – Blackwell 2012.
- Elsaesser T., *The Mind Game Film*, w: *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, red. W. Buckland, Chichester: Wiley – Blackwell 2009.
- Elsaesser T., *Nowa historia filmu jako archeologia mediów*, przeł. G. Nagrodiewicz, „Kwartalnik Filmowy” 2009, nr 67–68.
- Erickson P., *Help on Hindrance? The History of the Book and Electronic Media*, w: *Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition*, red. D. Thorburn, H. Jenkins, B. Seawell, Cambridge, MA: MIT Press 2004.
- Fatyga B., *Obserwatorium kultury. Podstawa teoretyczna*, [online:] <http://www.obserwatoriumkultury.pl/kategorie/Podstawa%20teoretyczna.html> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Fielding R., *Hale's Tours: Ultrarealism in the Pre-1910 Motion Picture*, w: *Film Before Griffith*, red. J. L. Fell, Berkeley: University of California Press 1983 s. 116–130.
- Filiciak M., Danielewicz M., Buchner A., *Tajni kulturalni. Obiegi kultury z perspektywy sieciowych węzłów wymiany treści*, Warszawa: Centrum Cyfrowe 2012, [online:] <http://centrumcyfrowe.pl/czytelnia/tajni-kulturalni/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Filiciak M. i in., *Młodzi i media*, Warszawa: SWPS 2010, [online:] [www.wyborcza.pl/mlodziimedia](http://www.wyborcza.pl/mlodziimedia) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Filiciak M., Toczyski T., *Telewizja bez telewizorów?* [online:] <http://media.netpr.pl:80/prf/115969/127074/tv-bez-telewizorow.pdf>; [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Filiciak M., *Wirtualny plac zabaw*, Warszawa: WaiP 2006.
- Filiciak M., *Zajrzeć pod powierzchnię ekranu*, „Kultura Popularna” 2008, nr 4(22), s. 15–18.
- Filmowcy i kiniarze. Z dziejów X muzy na Górnym Śląsku*, red. A. Gwóźdź, Kraków: Rabid 2004.
- Fiske J., *Cultural Studies and the Culture of Everyday Life*, w: *Cultural Studies*, red. L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler, New York: Routledge 1992.
- Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, przeł. K. Sawicka, Kraków: Wydawnictwo UJ 2010.

- Fuller M., *Media Ecologies. Materialist Energies in Art and Technoculture*, Cambridge, MA: MIT Press 2005.
- Gabler N., *Life: The Movie. How Entertainment Conquered Reality*, New York, Random House 2000.
- Gailan Wei A., *Spatial Navigation and Narrative Construction Across Media*, [online:] <http://web.mit.edu/comm-forum/mit7/papers/Wei%20navigation%20and%20narrative.pdf> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Galloway A., *Gaming. Essays on Algorithmic Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press 2006.
- Galloway A., *Protocol: How Control Exists After Decentralization*, Cambridge, MA: MIT Press, 2004.
- Galloway A., *The Interface Effect*, Cambridge: Polity 2012.
- Garapich A., *Co robią i gdzie spędzają czas – aktywność internautów w Polsce w wybranych obszarach życia sieciowego*, [online:] [www.mswia.gov.pl/download.php?s=1&id=11621](http://www.mswia.gov.pl/download.php?s=1&id=11621) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Gaudreault A., *Teatralność, narracyjność i trickowość. Oceniając kino Georges'a Meliesa*, przeł. A. Melerowicz, w: *W cieniu braci Lumière. Szkice o początkach kina*, red. M. Hendrykowski, Poznań: Ars Nova 1995.
- Gitelman L., *Always Already New: Media, History and the Data of Culture*, Cambridge, MA: MIT Press 2006.
- Goddard M., Parikka J., *Editorial*, „Fiberjournal” 2011, nr 17.
- Godzic W., *Telewizja – najważniejsze medium XX wieku*, w: *Media audiowizualne*, red. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka, Warszawa: WAiP/Academica SWPS 2010.
- Graeber D., *Consumption*, „Current Anthropology” 2011, vol. 52, nr 4, s. 489–511.
- Gryniewicz T., *Ilu Polaków podłącza telewizor do Internetu? Producenci podają swoje dane*, „Gazeta Wyborcza”, 31.01.13.
- Gunning T., *The Cinema of Attraction: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, „Wide Angle” 1986, nr 8.3–4, s. 63–70.
- Gunning T., *The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde*, w: *The Cinema of Attractions Reloaded*, red. W. Strauven, Amsterdam: Amsterdam University Press 2006.
- Gwóźdź A., *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków: Universitas 2003, wyd. 2 poprawione.

- Gwóźdź A., *Skąd się (nie) wzięło kino, czyli parahistorie obrazu w ruchu*, w: *Historia kina. Tom I: Kino nieme*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków: Universitas 2010.
- Halawa M., *Wyobraznia etnograficzna w badaniach kultury współczesnej. Refleksje po projekcie „Młodzi i media”*, [online:] [www.mim.swps.pl/halawa-wyobraznia-etnograficzna.pdf](http://www.mim.swps.pl/halawa-wyobraznia-etnograficzna.pdf) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Hart K., *Informal income opportunities and urban employment in Ghana*, "Journal of Modern African Studies" 1973, nr 11, s. 61–89.
- Hartley J., *From the Consciousness Industry to Creative Industries*, w: *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley – Blackwell 2009, s. 231–244.
- Hartley J., *Less popular but more democratic? Corrie, Clarkson and the dancing Cru*, w: *Television Studies After TV. Understanding Television in the Post-Broadcast Era*, red. G. Turner, J. Tay, New York: Routledge 2009.
- Hayes C., *Phantom Rides*, [online:] <http://www.screenonline.org.uk/film/id/1193042/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Hendrykowska M., *Peregrynacje braci Krzemińskich*, „Kino” 1989, nr 11.
- Hermes J., *Audience Studies 2.0. On the theory, politics and method of qualitative audience research*, „Interactions: Studies in Communication and Culture” 2009, vol. 1 (1).
- Higgins D., *Intermedia*, „Leonardo” 2001, vol. 34, nr 1.
- Hills M., *Dawson's Creek: 'Quality Teen TV' and 'Mainstream Cult'*, w: *Teen TV: Genre, Consumption and Identity*, red. G. Davis, K. Dickinson, London: BFI 2004.
- Holt J., Perren A., *Introduction. Does the World Really Need One More Field of Study?*, w: *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley – Blackwell 2009.
- Ingold T., *Kultura i postrzeganie środowiska*, przeł. G. Pożarlik, w: *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*, red. E. Nowicka, M. Kempny, Warszawa: PWN 2005.
- Jakubowicz K., *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa: Poltext 2011.
- Jedlicki J., *Jakiej cywilizacji Polacy potrzebują*, Warszawa: WAB 2002, wyd. 2.

- Jenkins H., *In a Social Networking World, What's the Future of TV?*, „Huffington Post”, 24.09.09, [online:] [http://www.huffingtonpost.com/henry-jenkins/in-a-social-networking-wo\\_b\\_292014.html](http://www.huffingtonpost.com/henry-jenkins/in-a-social-networking-wo_b_292014.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Jenkins H., *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa: WAiP 2006.
- Jenkins H., McPherson T., Shattuc J., *Kultura bliska ciału. Manifest nowych studiów kulturowych*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, „Kultura Popularna”, 2008, nr 1(19), s. 109–132.
- Jenkins H., McPherson T., Shattuc J., *Kultura bliska ciału*, przeł. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1(19).
- Jess-Cooke C., *Sequelizing Spectatorship and Building Up the Kingdom*, w: *Second Takes. Critical Approaches to the Film Sequel*, red. C. Jess-Coke, Constantine Verevis, Albany: SUNY Press 2010.
- Jones R., *Does Machinima Really Democratize?*, „Journal of Visual Culture” 2011, nr 10, s. 60–61.
- Kellner D., *Marksizm kulturowy i cultural studies*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2006, nr 5(15).
- Kellner D., *Media Industries, Political Economy, and Media/Cultural Studies*, w: *Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley – Blackwell 2009.
- Kempa A., *Fate as DJ: Paralell Grooves*, [online:] <http://www.kempa.com/2004/02/26/fate-as-the-dj-parallel-grooves/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Kim J., *The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content*, „Media Culture Society” 2012, vol. 34, nr 1, s. 53–67.
- Kinder M., *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, Berkeley: University of California Press 1993.
- Kino po kinie, red. A. Gwóźdź, Warszawa: Oficyna Naukowa 2010.
- Kisielevska A., *Serial telewizyjny – współczesna Biblia pauperum?*, w: *Nowa audiowizualność – nowy paradygmat kultury*, red. E. Wilk, I. Kolańska-Pasterczyk, Kraków: Wydawnictwo UJ 2008, s. 417–424.
- Kita B., *Pasaże transdyscyplinarne*, „Kultura Współczesna” 1999, nr 3.



- Kittler F., *Discourse Networks, 1800/1900*, przeł. M. Metteer, C. Cullens, Stanford: Stanford University Press 1990.
- Kittler F., *Gramophon, Film, Typewriter*, przeł. G. Winthrop-Young, M. Wutz, Stanford, Stanford University Press.
- Kittler F., *Optical Media*, Cambridge: Polity Press 2010.
- Klepek P., *Activision: „Guitar Hero” A Bigger Money-Maker For Aerosmith Than Any Album*, [online:] <http://multiplayerblog.mtv.com/2008/09/15/gh-money-for-aerosmith>, [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Klinger B., *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*, Berkeley: University of California Press 2006.
- Klinger B., *Współczesny kinofil: kolekcjonowanie filmów w erze post-wideo*, przeł. A. Łyda, „Kultura Współczesna” 2008, nr 4(58), s. 128–152.
- Kluszczyński R. W., *Od web.studies do antropologii nowej wizualności. Współczesne badania nad cyberkulturą*, „Kultura współczesna” 2005, nr 1, s. 36–37.
- Kompare D., *Publikując przepływ. Zestawy DVD a zmiana koncepcji telewizji*, przeł. D. Kuźma, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium – antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa: Scholar 2011, s. 283–312.
- Kracauer S., *Kolejka górską*, „Literatura na Świecie” 2001, nr 8–9.
- Kruszelnicki W., *Hermeneutyczne kierunki refleksji nad osobą badacza „w terenie”*, „Kultura i Historia” 2012, nr 21, [online:] <http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/3502> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Kultura według Dukaja* (zapis wywiadu z tygodnika „Przekrój” z 8 października 2008), [online:] <http://dukaj.pl/JacekDukaj/KulturaWedlugDukaja>, [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Larkin B., *Degraded Images, Distorted Sounds. Nigerian Video and the Infrastructure of Piracy*, „Public Culture” 2004, 16(4), s. 289–314.
- Larkin B., *Signal and Noise: Media, Infrastructure and Urban Culture in Nigeria*, Durham: Duke University Press 2008.
- Lash S., *Power After Hegemony: Cultural Studies in Mutation?*, „Theory, Culture, Society” 2007, vol. 24(3).
- Latour B., *Pandora’s Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press 1999.

- Latour B., *Nigdy nie byliśmy nowoczesni. Studium z antropologii symetrycznej*, przeł. M. Gdula, Warszawa: Oficyna Naukowa 2011.
- Lessig L., *Wolna kultura*, wstęp E. Bendyk, Warszawa: WAIp 2005.
- Lobato R., *An Introduction to Informal Media Economies*, „Television & New Media”, vol 13(5)/2012, s. 379–380.
- Lobato R., *Creative industries and informal economies: Lessons from Nollywood*, „International Journal of Cultural Studies” 2010, nr 13 (4), s. 337–354.
- Lobato R., *Shadow Economies of Cinema*, London: BFI/Palgrave 2012.
- Lobato R., Thomas J., Hunter D., *Histories of User-Generated Content: Between Formal and Informal Media Economies*; [online:] [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1749803](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1749803) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Lotz A., *Introduction*, w: *Beyond Prime Time. Television Programming in the Post-Network Era*, red. A. Lotz, New York: Routledge.
- Lotz A., *Television will be revolutionized*, New York: NYU Press 2007.
- Lotz A., *Zrozumieć telewizję u progu ery postsieci*, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium – antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa: Scholar 2011.
- Lovink G., *Władza a polityka dobrych intencji*, przeł. M. Filiciak, „Dwutygodnik” 2012, nr 94 [online:] <http://www.dwutygodnik.com/artukul/4037-kultura-20-wladza-a-polityka-dobrych-intencji.html> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Lubelski T. (współpraca: Andrzej Gwóźdź, Tadeusz Szczepański), *Raport o stanie polskiego filmoznawstwa*, „Kwartalnik Filmowy” 2010, nr 71–72.
- Majewski T., *Historia kina po liftingu*, „Kultura Współczesna” 2010, nr 2(64)/2010.
- Makarenko V., *Jak internet zmienia sposób oglądania telewizji*, „Gazeta Wyborcza”, 9 sierpnia 2009, [online:] [http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,6911207,Jak\\_internet\\_zmienia\\_sposob\\_oglądania\\_telewizji.html](http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,6911207,Jak_internet_zmienia_sposob_oglądania_telewizji.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Makarenko V., *Telewizja jak Szekspir*, „Gazeta Wyborcza”, 25–26.08.2012.
- Makarenko V., *Telewizyjna wojna o sieć. Gdzie obejrzysz swój serial*, „Gazeta Wyborcza”, 27.12.12, [online:] [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13107834,Telewizyjna\\_wojna\\_o\\_siec\\_Gdzie\\_obejrzysz\\_swoj\\_serial\\_.html#BoxBizTxt](http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13107834,Telewizyjna_wojna_o_siec_Gdzie_obejrzysz_swoj_serial_.html#BoxBizTxt) [dostęp: 10 stycznia 2013].

- Maltby R., Stokes M., *Introduction*, w: *Going to the Movies. Hollywood and the Social Experience of Cinema*, red. R. Maltby, M. Stokes, Robert C. Allen, Exeter: University of Exeter Press 2007.
- Mann D., *It's Not TV, It's Brand Management TV. The Collective Author(s) of the Lost Franchise*, w: *Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, red. V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, London: Routledge 2009.
- Manovich L., *Import/eksport*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 4(22), s. 45–49 Abriszewski K., *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza Teorii Aktora – Sieci Bruno Latoura*, Kraków: Universitas 2008.
- Manovich L., *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Warszawa: WaiP 2006.
- Manovich L., *Kim jest autor?*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2003, nr 1(3), s. 91–99.
- Manovich L., *Nowa wersja wstępu do „Software Takes Command” – Cultural Software*, [online:] [http://www.manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural\\_Software.2011.pdf](http://www.manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural_Software.2011.pdf) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Manovich L., *Software Takes Command*, [online:] [softwarestudies.com/softbook/manovich\\_softbook\\_11\\_20\\_2008.pdf](http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Mayer V., Banks M. J., Caldwell J. T., *Introduction. Production Studies: Roots and Routes*, w: *Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, red. V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, London: Routledge 2009.
- McCabe C., *An interview with Stuart Hall*, „Critical Quarterly” 2007, nr 50.
- McKenzie D., *An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*, MIT Press 2006.
- McPherson T., *Techno-soap: 24, Masculinity and Hybrid Forms*, w: *Reading 24: TV against the clock*, red. S. Peacock, London, New York: IB Tauris 2007.
- Mencwel A., *Etos lewicy*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2009.
- Michalik S., Szumlewicz P., *Intelektualista, nowoczesność i możliwe światy*, „Krytyka Polityczna” 2002, nr 1.
- Michalska K., *Rozkosze interaktywności. Wielki Brat w sieci*, w: *Podglądanie Wielkiego Brata*, red. W. Godzic, Kraków: Rabid 2001.

- Mirzoeff N., *Introduction to Visual Culture*, London: Routledge 1999.
- Mirzoeff N., *Podmiot kultury wizualnej*, tłum. M. Bryl, „Artium Quaestiones” 2006, nr XVII.
- Mirzoeff N., *Watching Babylon: The War in Iraq and Global Visual Culture*, New York: Routledge 2005.
- Mittel J., *All in the Game: The Wire, Serial Storytelling and Procedural Logic*, [online:] <http://justtv.wordpress.com/2007/05/22/the-wire-and-the-serial-procedural-an-essay-in-progress/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Münsterberg H., *Dramat kinowy. Studium psychologiczne*, przeł. Alicja Helman, Łódź: Łódzki Dom Kultury 1989.
- Murray J., *What is a medium? Shared Focused Attention*, [online:] <http://inventingthemedium.com/2012/01/10/what-is-a-medium-shared-focused-attention/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Nacher A., *Negocjacje protokołu. Dlaczego warto kreślić odmienne historie nowych mediów?*, w: *Granice kultury*, red. A. Gwóźdź, Katowice: Śląsk 2010.
- Ndalianis A., *Special Effects, Morphing Magic and the 1990s Cinema of Attractions*, w: *Meta-Morphing: Visual Transformation and the Culture of Quick Change*, red. Vivian Sobchack, Minneapolis: University of Minnesota Press 2000.
- Newman M. Z., *Free TV: File-Sharing and the Value of Television*, „Television New Media” 2012, vol. 13, nr 6.
- Nideffer R., *Eight Questions (and Answers) about Machinima*, „Journal of Visual Culture” 2011, nr 10, s. 66–73.
- Norman D., *The Design of Everyday Things*, New York: Basic Books 1988.
- Nuttall C., *Gamesmaster makes a play for place in history*, „Financial Times” 2008 (April), [online:] <http://www.ft.com/cms/s/0/34c-6b68a-07dd-11dd-a922-0000779fd2ac.html> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Parikka J., *Media Ecologies and Imaginary Media: Transversal Expansions, Contractions, and Foldings*, „Fiberjournal” 2011, nr 17.
- Parikka J., Suominen J., *Victorian Snakes? Towards A Cultural History of Mobile Games and the Experience of Movement*, „Game Studies” 2006, vol. 6, [online:] [http://gamestudies.org/0601/articles/parikka\\_suominen](http://gamestudies.org/0601/articles/parikka_suominen); [dostęp: 10 stycznia 2013].

- Huhtamo E., *Slots of Fun, Slots of Trouble. An Archaeology of Arcade Gaming*, w: *Handbook of Computer Games Studies*, red. J. Raessens, J. Goldstein, Cambridge, MA: MIT Press 2005.
- Patomaki H., *An Optical Illusion: The Finnish Model for The Information Age*, „Theory, Culture & Society” 2003, vol. 20(3), s. 139–145.
- Pieczczyńska M., *Format telewizyjny w zmiennych warunkach kulturowych* (2012), niepublikowana praca licencjacka przygotowana w Instytucie Kultury i Komunikowania SWPS pod kierunkiem Barbary Głębieckiej-Gizy.
- Portes A., Sassen-Koob S., *Making it Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies*, *American Journal of Sociology* 1987, vol. 93, nr 1.
- Post-Theory: Reconstructing Film Studies*, red. D. Bordwell, N. Carroll, Madison: University of Wisconsin Press 1996.
- Production Studies. Cultural Studies on Media Industries*, red. V. Mayer, M. J. Banks, J. T. Caldwell, London: Routledge 2009.
- Media Industries. History, Theory and Method*, red. J. Holt, A. Perren, Chichester: Wiley – Blackwell 2009.
- Przylipek M., *Kino stylu zerowego*, Gdańsk: GWP 1994.
- Quaranta D., *Estetyka gry. Jak gry wideo zmieniają sztukę współczesną*, przeł. M. Filiciak, w: *Światy z pikseli*, red. M. Filiciak, Warszawa: Academica 2010.
- Rainie L., Wellman B., *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA: MIT Press 2012.
- Rajagopal A., *Imperceptible Perceptions in Our Technological Modernity*, w: *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*, red. T. Keenan, W. H. K. Chun, New York: Routledge 2006.
- Rakowski T., *Nowy świat, nowy krajobraz, nowe zasoby*, w: *Tajni kulturalni. Obiegi kultury z perspektywy sieciowych węzłów wymiany treści*, Warszawa: Centrum Cyfrowe 2012, [online:] <http://centrumcyfrowe.pl/czytelnia/tajni-kulturalni/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Rentgen, chirurgia, mikroskop w semiotyce wczesnego kina*, przeł. B. Żyłko, „Konteksty” 1998, t. 52, z. 3–4.
- Rodowick D. N., *Virtual Life of Film*, Cambridge, MA: Harvard University Press 2007.

- Rutherford J., *Zombie Categories: Interview with Ulrich Beck, w: Individualization. Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*, red. U. Beck, E. Beck-Gernsheim, London: Sage 2002.
- Salwa M., *Historia poprzedników. Kilka uwag wokół koncepcji „pre-posteryjności”* M. Bal, [online:] <http://www.kulturoznawstwo-swps.fora.pl/dyskusja-o-naszach-artykulach/3/historia-poprzednikow-mateusz-salwa,14.html> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Sassen S., *New York City's Informal Economy*, „ISSR Working Papers” 2013, vol. 4, nr 9, [online:] <http://escholarship.org/uc/item/8927m6mp> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Saukko P., *Metodologie dla studiów kulturowych. Podejście integrujące*, przeł. M. Bobako, w: *Metody badań jakościowych*, red. N. K. Denzin, Y. S. Lincoln, Warszawa: PWN 2010, t. 1.
- Schaefer M. T., *Participation inside? User activities between design and participation*, w: *Digital Material. Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, red. M. van den Boomen, S. Lammes, A.-S. Lehmann, J. Raessens, M. T. Schaefer, Amsterdam: Amsterdam University Press 2009.
- Sitarski P., *Obcość i dekoracje w systemie rozrywkowym „Blade Runner”*, w: *Wokół gotycyzmów*, red. G. Gazda, A. Izdebska, J. Pluciennik, Kraków: Universitas 2002.
- Solomon M., *„Twenty-Five Heads under One Hat. Quick-Change in the 1890s*, w: *Meta-morphing: Visual Transformation and the Culture of Quick Change*, red. V. Sobchack, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Sontag S., *The Decay of Cinema*, „New York Times” 1996, 25 lutego.
- Special Report. America At Digital Turning Point*, Los Angeles: University of Southern California 2012, [online:] [http://www.digitalcenter.org/pdf/CDF\\_10\\_year\\_digital\\_turning\\_point.pdf](http://www.digitalcenter.org/pdf/CDF_10_year_digital_turning_point.pdf) [10 stycznia 2013].
- Standing G., *Prekariat*, przeł. P. Kaczmarek, M. Karolak, „Praktyka Teoretyczna” 2012, [online:] <http://www.praktykateoretyczna.pl/index.php/projekty/prekariat-2/> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Sundaram R., *Imaging Urban Breakdown: Delhi in the 1990s*, w: „Noir Urbanisms. Dystopic Images of the Modern City”, red. G. Prakash, Princeton: Princeton University Press 2010.
- Sundaram R., *Pirate Modernity. Delhi's media urbanism*, London, New York: Routledge 2010.

- Szczepaniak R., *Kulturo-znawstwo jako dyscyplina uniwersytecka. Z doświadczeń polskich i niemieckich*, w: *Kulturo-znawstwo: dyscyplina bez dyscypliny?*, red. W. Burszta, M. Januszkiewicz, Warszawa: Academica SWPS 2010.
- Szczepaniak P., *Intermediality and (Inter)media Reflexivity in Contemporary Cinema*, „Convergence” 2002, vol. 8, nr 4.
- Terranova T., *Wolna praca*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1(19), s. 49–68.
- The Machinima Reader*, red. Henry Lowood, Michael Nitsche, Cambridge, MA: MIT Press, 2011. Lowood H., *High-Performance Play: The Making of Machinima*, w: *Videogames and Art: Intersections and Interactions*, red. A. Clarke, G. Mitchell, Chicago: Univ. of Chicago Press 2007. Nitsche M., *Claiming Its Space: Machinima*, w: *Dichtung Digital: New Perspectives on Digital Literature. Criticism and Analysis* 2007, red. A. Ensslin, A. Bell, vol. 37 (December), [online:] <http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/2007/Nitsche/nitsche.htm> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Thompson K., *Storytelling in Film and Television*, Cambridge, MA: MIT Press 2003.
- Thompson K., *The Frodo Franchise. The Lord of the Rings and Modern Hollywood*, Berkeley: University of California Press 2007.
- Tryon C., *Reinventing Cinema. Movies in the Age of Media Convergence*, New Brunswick: Rutgers University Press.
- Tsivian I., *Silent Witnesses: Russian Films 1908–1919*, London: BFI 1989.
- Tunstall J., *Introduction*, w: *Media Occupations and Professions. A Reader*, red. J. Tunstall, Oxford: Oxford University Press 2001.
- TV+WWW: razem lepiej*, [online:] <http://www.iabpolska.pl/index.php?mnu=103> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Tzioumakis Y., *Hollywood in the age of digital technology*, w: R. C. Sickels, *American Film in the Digital Age*, New Haven: Praeger press 2008.
- Uricchio W., *Czy kino miało być telewizją?*, przeł. E. Stawowczyk, „Kino” 1998, nr 11.
- Uricchio W., *Era broadcastu i jej konteksty. Telewizja, naród, ograniczenie*, przeł. T. Markiewka, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium – antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa: Scholar 2011.

- Uriccho W., *Storage, simultaneity, and the media technologies of modernity*, w: *Allegories of Communication: Intermedial Concerns From Cinema to the Digital*, red. J. Fullerton, J. Olsson, Rome: John Libbey Publishing 2004, s. 123–138.
- Vanstorm E., *Notes on the „Historical Turn” and the Uses of Theory*, „Mediascape” Spring 05, [online:] [http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Spring05\\_NotesOnTheHistoricalTurn.html](http://www.tft.ucla.edu/mediascape/Spring05_NotesOnTheHistoricalTurn.html) [dostęp: 10 stycznia 2013].
- W cieniu braci Lumiere. Szkice o początkach kina*, red. M. Hendrykowski, Poznań: Ars Nova 1995.
- Walenciak R., *Ja, człowiek lewicy – prof. Andrzej Mencwel*, „Przegląd” 2012, nr 12, [online:] <http://www.przegląd-tygodnik.pl/pl/artukul/ja-czlowiek-lewicy-prof-andrzej-mencwel> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Wasser F., *Veni, Vidi, Video. The Hollywood Empire and the VCR*, Austin: University of Texas Press 2001.
- Wasson H., *The Networked Screen. Moving Images, Materiality, and the Aesthetics of Size*, w: *Fluid Screens, Expanded Cinema*, red. J. Marchessault, Toronto: University of Toronto Press 2007.
- Wilk E., *Kulturoznawstwo a cultural studies. Pytania w perspektywie refleksji nad audiowizualnością*, „Kultura Współczesna” 1999, nr 2, s. 19–25.
- World Internet Project Polska 2011*, [online:] <http://bi.gazeta.pl/im/6/10726/m10726616,WORLD-INTERNET-PROJECT-POLSKA-2011-RAPORT-V.pdf> [dostęp: 10 stycznia 2013].
- Yúdice G., *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*, Durham: Duke University Press 2003.
- Zajíček E., *Poza ekranem. Polska kinematografia w latach 1896–2005*, Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich 2009, wyd. 2.
- Zeidler-Janiszewska A., *Granice współczesności granicami „-znawstwa”? Kilka uwag o miejscach skrzyżowania badań kulturoznawczych z badaniami historyków*, w: *Kulturo-oznawstwo: dyscyplina bez dyscypliny?*, red. W. Burszta, M. Januszkiewicz, Warszawa: Academica SWPS 2010.
- Zeidler-Janiszewska A., *Visual culture studies czy antropologicznie zorientowana Bildwissenschaft? O kierunkach zwrotu ikonocznego w naukach o kulturze*, „Teksty Drugie” 2006, nr 4(100).



Zielinski S., *Archeologia mediów*, przeł. K. Krzemieniowa, Warszawa: Oficyna Naukowa 2010.

Zielinski S., *Już nie kino, ani telewizja... U źródeł nowej historycznej formy filmowości*, przeł. J. Ostaszewski, w: *Współczesna niemiecka myśl filmowa. Antologia. Od projektora do komputera*, red. A. Gwóźdź, Katowice: Śląsk 1999.

Znaniecki F., *Ludzie terażniejsi a cywilizacja przyszłości*, Lwów – Warszawa: Książnica – Atlas 1934.



## Indeks osób

### **A**

Aarseth E. 67, 87  
Abercrombie N. 47, 265  
Abrams J. 232  
Abriszewski K. 54  
Adamczak M. 152  
Adams T. E. 129–132  
Adorno T. 29, 62  
Allen R. C. 149, 174, 268  
Altman R. 214  
Anderson Ch. 16, 234  
Ang I. 204, 246

### **B**

Babe R. E. 259  
Bal M. 21, 90–91, 94, 129,  
147–148, 170  
Ball A. 216  
Balcerzak W. 178  
Balides C. 95, 100, 105  
Ball A. 214  
Banks M. J. 232  
Barker Ch. 59–60  
Barry I. 151  
Batorski D. 241–242, 274  
Beck U. 19, 35, 258  
Beck-Gernsheim E. 35  
Bell G. 189  
Bendyk E. 267, 274

Benkler Y. 240  
Bennett T. 59  
Berger R. 27  
Berlusconi S. 32  
Bernatowicz M. 34, 85, 209  
Bielak T. 211  
Biskupski Ł. 273  
Bittanti M. 89  
Bochner A. P. 129–132  
Bolter J. D. 42, 113, 115–116  
Bordwell D. 87, 99, 106,  
150–151, 211  
Bottomore S. 187  
Boyd D. 267  
Bruno A. 83  
Buchner A. 260  
Burszta W. J. 25–26, 148, 265,  
273  
Burzyńska A. 150  
Bustamante E. 32

### **C**

Cage D. 111  
Caldwell J. T. 19, 62–63,  
221–222, 230–232, 235  
Cameron J. 138, 145–146  
Canjels R. 103  
Cardoso G. 248  
Carroll N. 150

Castells M. 67–68, 72, 248–250  
 Cole J. 265  
 Colothan S. 83  
 Coppola F. F. 172, 214  
 Couldry N. 18, 43–45, 48, 52,  
 123, 263–264  
 Crafton D. 177  
 Cubitt S. 81  
 Cummings N. 176  
 Cunningham S. 255–256  
 Cywjan J. 159, 164  
 Czubaj M. 65, 130, 273

## D

Danielewicz M. 260, 274  
 Darley A. 92  
 Davis M. 106  
 Depp J. 134, 142  
 Deleuze G. 93–94, 117  
 Devant D. 160  
 Dickens Ch. 216  
 Doyle A. C. 164  
 Dukaj J. 216  
 Durczok K. 222  
 Dyer-Witford N. 254

## E

Edison T. A. 174, 183  
 Eisenstein S. 138, 166  
 Ellis C. 129–132  
 Elsaesser Th. 102–103, 153–  
 158, 165, 167, 169, 171–173,  
 268–269  
 Erickson P. 123

## F

Fatya B. 29, 274  
 Feuer J. 215–217, 232  
 Ficek–Madej A. 116  
 Fielding R. 162  
 Figgis M. 111

Fincher D. 100–101, 104, 221  
 Finkelstein H. 178  
 Fiske, J. 131, 194  
 Frazier J. 168  
 Fregoli L. 160  
 Friedman M. 14  
 Fuller M. 52, 56–57

## G

Gabler N. 95  
 Galloway A. 49, 52, 89, 97, 219,  
 254  
 Garapich A. 196  
 Gast P. 66  
 Gaudreault A. 165, 167–168,  
 170–171, 268  
 Gitelman L. 45, 49, 52, 123  
 Głębicka-Giza B. 229  
 Godard J.–L. 88  
 Goddard M. 56  
 Godzic W. 26, 190, 206, 273  
 Goldys A. 274  
 Graeber D. 259  
 Graham N. 258  
 Gramsci A. 59–60  
 Greenaway P. 88  
 Griffith W. D. 162, 164, 167,  
 169, 268  
 Grossberg L. 258  
 Grusin R. 42, 112, 115  
 Guattari F. 56  
 Gunning T. 21, 115, 165–173  
 Gusterson H. 235  
 Gwóźdź A. 156–163, 231, 274

## H

Halawa M. 26, 64, 223  
 Hale G. 162  
 Hall G. 43  
 Hall S. 59, 257–258  
 Harris 218–219

Hart K. 248–249  
 Hartley J. 32, 191–192  
 Hay J. 150  
 Hayes Ch. 163  
 Hayles N. K. 56  
 Hearst W. R. 32  
 Helman A. 152  
 Hendrykowska M. 167, 179  
 Hermes J. 69  
 Hertz A. 178  
 Herzog W. 266  
 Higashi S. 150  
 Higgins D. 88  
 Hills M. 199  
 Himanen P. 67–68, 72  
 Hitchcock A. 134, 152  
 Hofmohl J. 242, 274  
 Hoggart R. 38  
 Holland A. 216  
 Holt J. 19, 30, 209, 230  
 Horkheimer M. 62  
 Huhtamo E. 158  
 Hunter D. 250

## I

Ingold T. 270  
 Ivens J. 97

## J

Jackson P. 96, 115–116, 137–138, 145–146  
 Jacobs L. 167  
 Jakubowicz K. 197  
 Januszkiewicz M. 25–26  
 Jedlicki J. 61  
 Jenkins H. 34, 40, 59, 85, 95, 100, 113–114, 121, 143, 149, 209, 212, 234, 240  
 Jess-Cooke C. 142  
 Jewsiewicki W. 178  
 Jędrzejewska P. 274

Johnson R. 48  
 Johnson V. E. 209  
 Jones S. H. 129  
 Jones R. 109  
 Jonze S. 106, 231  
 Judt T. 62

## K

Keaton B. 97  
 Kellner D. 29–30, 38, 246  
 Kempa A. 103  
 Kempny M. 270  
 Kessler F. 171  
 Kieślowski K. 82  
 Kim J. 206  
 Kinder M. 33  
 Kisielewska A. 212  
 Kita B. 27  
 Kittler F. 19, 50, 56, 66, 80, 267, 269  
 Klepek P. 83  
 Klinger B. 124–127, 173, 175  
 Kluszczyński R. W. 50–51  
 Kolasieńska-Pasterczyk I. 212  
 Kompare D. 211  
 Krajewski M. 8, 46–47, 273  
 Kracauer S. 140, 161  
 Kring T. 234  
 Kruszelnicki W. 130  
 Krzemiński A. 178–179  
 Krzemiński W. 178–179  
 Kubrick S. 98

## L

Laclau E. 62  
 Larkin B. 250  
 Lash S. 38–39  
 Latour B. 15, 54–55, 57  
 Lessig L. 267  
 Lewandowska M. 176  
 Lobato R. 244–247, 250, 255

Longhurst B. 47, 265  
Lotz A. 198–201, 228–229  
Lovink G. 55, 254, 262  
Lowood H. 107  
Lucas G. 95, 98, 112,  
145–146, 172  
Lubelski T. 157  
Lumière bracia 115, 162, 167,  
169, 187, 189  
Lynch D. 211

## **M**

Macintyre J. 159  
Madonna 257  
Madej M. 116  
Majewski T. 151–152  
Makarenko V. 196, 207, 217  
Malkovich J. 107  
Maltby R. 149  
Mann D. 232–234  
Manovich L. 51–53, 80, 87, 98,  
100, 113, 232  
Marinetti F. T. 169  
Markowski M. P. 152  
May J. 103  
Mayer V. 19, 232  
Mazurek P. 274  
McCab C. 257  
McKenzie D. 14  
McLuhan M. 56, 155  
McPherson T. 59, 209, 220  
Méliès G. 159, 166–169  
Mencwel A. 60–61  
Michalik S. 61  
Michalska K. 206  
Milewska-Filiciak K. 274  
Miller T. 203–204  
Mirzoeff N. 48, 85–86  
Mittell J. 213–214,  
217–219  
Mouffe Ch. 62

Münsterberg H. 92–93  
Murdoch R. 32, 181  
Murray J. 13, 265

## **N**

Nacher A. 26, 158  
Ndalianis A. 138, 145  
Nevelbine M. 105  
Newman M. Z. 207  
Nicolescu B. 27  
Nideffer R. 109  
Nietzsche F. 66  
Nipkow P. 189  
Nitsche M. 107  
Nolan Ch. 127  
Norman D. 50  
Nowak S. 26  
Nowicka E. 270  
Nowotny A. 274  
Nuttall Ch. 82

## **O**

Ong W. 56  
Ortner S. 234–235  
Ostaszewski J. 152

## **P**

Palma de B. 143  
Parikka J. 56–57, 157  
Patomaki H. 67–68  
Paul R. 162  
Pepler R. 216  
Perren A. 19, 30, 209, 230  
Pickford M. 170  
Pieczyńska M. 229  
Porter E. 167–168  
Portes A. 250  
Postman N. 56  
Protazanow J. 163–164  
Przylipiak M. 213  
Ptaszek G. 211

**Q**

Quaranta D. 96

**R**

Rainie L. 52  
 Rajagopal A. 70  
 Rakowski T. 270, 274  
 Ramis H. 106  
 Reeves M. 99  
 Refn N. W. 106  
 Riccitello J. 82–83  
 Robida A. 189  
 Rodowick N. 119, 124–125  
 Roentgen W. 159  
 Ross S. J. 181  
 Rutherford J. 35  
 Rywin L. 178

**S**

Sadoul G. 167  
 Sakaguchi H. 115  
 Salwa M. 147–148  
 Sundaram R. 252–253  
 Sant van G. 97  
 Sapkowski A. 116  
 Sassen-Koob S. 250  
 Saukko P. 67–68, 70–72, 74, 123  
 Schaefer M. T. 39  
 Schenk B. 158  
 Schwarzenegger A. 135–136  
 Scorsese M. 214  
 Shattuc J. 59, 209  
 Sienkiewicz H. 61  
 Sinclair J. 203  
 Sitarski P. 33–34  
 Soderbergh S. 125  
 Solomon M. 160  
 Soloż-Żak Z. 178  
 Sontag S. 122  
 Spielberg S. 115, 125–126, 139, 145–146, 172, 182

Spivak G. Ch. 254  
 Srinivas S. V. 164  
 Standing G. 258  
 Stewart J. 127  
 Stokes M. 149  
 Strauven W. 165–166, 171  
 Strzemińska A. 274  
 Suominen J. 157  
 Szczepaniak R. 25  
 Szczepanik P. 88  
 Szejda J. 274  
 Szekspir W. 216  
 Szlendak T. 274  
 Szumlewicz P. 61

**T**

Tarantino Q. 91  
 Tarkowski A. 242, 274  
 Taylor B. 105  
 Terranova T. 254  
 Thomas J. 250, 255  
 Thompson K. 116, 211  
 Toczyski P. 81, 223, 274  
 Tryon Ch. 127  
 Tunstall J. 232  
 Tykwer T. 82  
 Tzioumakis Y. 180–181

**U**

Uricchio W. 45, 188–189, 266

**V**

Vanstorm E. 150  
 Vasari G. 151  
 Verbinski G. 143

**W**

Wachowscy bracia 113–114  
 Walenciak R. 61  
 Wasson H. 175–177, 182  
 Wei A. G. 97–98

Wellman B. 52  
Wells H. G. 162  
Whedon J. 220–221  
Wickman F. 48  
Wilk E. 26, 212  
Williams R. 38, 201

## **Y**

Youngblood G. 81  
Yúdice G. 84

## **Z**

Zajiček E. 158, 176–178  
Zeidler-Janiszewska A. 28, 148,  
158, 273  
Zielinski S. 154, 159, 170, 182  
Zieliński P. 274  
Znaniecki F. 62





Nie brak przykładów gier czerpiących z kina – czasem wręcz kopiujących poszczególne sceny z filmów. Pod tym względem szczególnie interesująco prezentuje się seria gier FPS (strzelanin, w których akcja prezentowana jest z perspektywy pierwszej osoby) *Call of Duty*: w wypadku pierwszej gry z serii bitwa o Stalingrad, w której bierze udział gracz, jest kopią scen z filmu *Wróg u bram* Jeana-Jacquesa Annauda, w wypadku drugiej – atak na normandzką Omaha Beach jest bliźniaczo podobny do tego z *Szeregowca Ryana* Spielberga. Te przykłady można mnożyć, ale ciekawe jest również to, że kolejne odsłony serii tematyzują także relacje pomiędzy samymi grami. Tak jest w wypadku gry *Call of Duty 4: Modern Warfare* (Activision 2007), w której podczas napisów otwierających grę przedstawiona jest egzekucja obalonego przywódcy fikcyjnego bliskowschodniego państwa, prezydenta Al-Fulaniego. Jest ona nawiązaniem do legendarnego otwarcia gry *Half-Life*, która w roku 1998 tematyzowała relacje gier z kinem już w sekwencji otwierającej rozgrywkę, umieszczającej kierowaną przez gracza postać w pociągu. Scena była bardzo „filmowa”, ale równocześnie eksponowała przewagę gier nad kinem: bohater mógł przemieszczać się w obszarze wagonika i rozglądać się, choć zamknięty w środku transportu miał szansę opuścić go dopiero po zakończeniu napisów, gdy kolejka dotrze do celu. W wypadku sekwencji tytułowej *Call of Duty 4* gracz też wciela się w postać o niewielkich możliwościach ruchu. To prezydent Al-Fulani, wleczony i wieszony przez swoich oprawców na miejsce, w którym zginie. Tutaj umieszczenie gracza w roli bohatera o – znów – ograniczonych możliwościach ruchu jest jednak nie tylko źródłem przyjemności, ale i dyskomfortu. Al-Fulani może obserwować swoje otoczenie – widzi walki toczące się na ulicach – ale jest pobity i związany, może poruszać tylko głową. Aż do fatalnego i dzięki możliwości kierowania postacią jeszcze bardziej wstrząsającego finału, gdy przy asyście filmowej kamery zostaje zastrzelony.

O kolejnej grze z tego cyklu Nicholson Baker, amerykański pisarz, który będąc po pięćdziesiątce, częściowo pod wpływem swojego syna, zaczął grać na konsoli, napisał w „New Yorkerze”: „*Modern Warfare 2* wydawało się prawdziwsze, bardziej realne niż niemal wszystkie filmy wojenne – choć oczywiście czerpie z nich garściami, zwłaszcza z *Black Hawk Dawn*. Tak naprawdę, kiedy oglądałem *The Hurt Locker*, czułem inspiracje celownikiem z całej serii *Call of Duty* – jak w tej długiej, statycznej scenie impasu na pustyni, z małą sylwetką w oknie. Za sprawą Xboksa operatorzy i reżyserzy myślą dziś bardziej, jakby byli snajperami” [N. Barker, *Painkiller Deathstreak. Adventures in video games*, „New Yorker”, (online:) [http://www.newyorker.com/reporting/2010/08/09/100809fa\\_fact\\_baker?currentPage=all](http://www.newyorker.com/reporting/2010/08/09/100809fa_fact_baker?currentPage=all)].



Granice pomiędzy identyfikacją z prezentowanym obrazem a opartą na pewnym dystansie „obsługa” przekazu medialnego problematyzują nie tylko gry komputerowe. Wątek ten od lat dziewięćdziesiątych pojawia się także w cieszących się ogromną popularnością programach telewizyjnych adresowanych do młodych odbiorców, z produkowanym przez MTV serialem animowanym *Beavis i Butt-head* na czele (emitowanym od roku 1993). Jego bohaterowie całe dnie spędzają przed ekranem telewizora, oglądając głównie – podobnie jak widzowie programu i stacji MTV w ogóle – teledyski. „Choć z perspektywy większości rodziców niebezpiecznie bezmyślny, program błyskotliwie podsumowuje doświadczenie dzieciaków oglądających MTV. Gdy dwóch półgłówków komentuje wideoklipy, równocześnie uświadamia widzom ich relacje z obrazami MTV. [...] [Jednak] o ile teledysk rockowy zazwyczaj przyciąga widza prowokacyjną lub nacechowaną seksualnie ikonografią, tu zaangażowanie widza zostaje odrzucone czy nawet ukarane” [D. Rushkoff, *Present Shock*, New York: Current 2013]. Bohaterowie kreskówki w niewybredny sposób komentują prezentowane obrazy, by w konsekwencji po chwili zmienić kanał.

Innym przykładem podobnego zabiegu, umieszczającego w obrazie telewizyjnym inne obrazy, jest słabiej znana w naszym kraju seria komediowa *Mystery Science Theater 3000* (Best Brains 1998). „Umieszczona w przyszłości fabuła pozwala widzom oglądać kiepskie filmy klasy B i niskobudżetowe sagi science-fiction wspólnie z samotnym bohaterem, uwięzionym na stacji kosmicznej z dwoma robotami. Na ekranie widzimy film oraz sylwetki siedzącej kilka rzędów przed nami trójki widzów, przedstawionej w stylu Looney Tunes. Trio komentuje film i żartuje z niego tak, jak moglibyśmy to robić my sami, gdybyśmy oglądali program ze znajomymi” [D. Rushkoff, dz. cyt.]. To przesunięcie, a może rozdarcie, jest znaczące: „Skoro nie możemy już podążać za postacią poprzez temporalny rozwój fabuły, w zamian możemy w danej chwili nią być”.



Gra *Red Dead Redemption* (Rockstar Games 2010) przenosi graczy na Dzikie Zachód – a dokładniej: do jego schyłkowego okresu. Akcja toczy się w roku 1911, na preriach pojawiają się pierwsze samochody, ale i pierwsze projekcje filmowe. Kierowany przez gracza bohater, John Marston – postać z bogatą przestępczą przeszłością, obecnie ojciec i mąż zmuszony do ponownego sięgnięcia po broń – w nowych realiach odnajduje się z trudem. Bez specjalnej sympatii odnosi się więc do raczkującego przemysłu filmowego, którego przedstawicieli w grze można napotkać – choćby w misji, w której kierowana przez gracza postać przywraca do porządku aktora, który po wcielaniu się w postaci rewolwerowców uwierzył, że jest jednym z nich. Na dostępnym graczom terenie można, po uiszczeniu równowartości ceny piwa w barze, odwiedzić dwa kina – improwizowane w peryferyjnym Armadillo i znacznie bardziej elegancki Nickelodeon w mieście Blackwater. Wodewilowy soundtrack odgrywany przez pianistę towarzyszy oglądaniu dwóch krótkich filmów. W grze – której klimat, ale i niektóre misje nawiązują do spaghetti westernów – filmowy pokaz staje się kolejną atrakcją, eksponującą wzajemne powiązania tych mediów.



Hiszpański badacz mediów, Manuel Garin Boronat, w swoich filmowych montażach zestawia slapstickowe komedie z wczesnymi grami, eksponując nieoczekiwaną ciągłość formuł w mediach audiowizualnych. „Wśród mistrzów slapsticku, od Chaplina i Lloyda po Semoni i Chase’a, to Buster Keaton był prawdopodobnie tym, który swoją fascynację ruchem, interfejsami i maszynami Goldberga wyniósł na wyższy poziom wizualnej wyrazistości. Gagi oparte na tworzeniu, repetycji i wariacji wzorów kinetycznych [...] odsłoniły świat nieskończonej rozgrywki. Jak w grach z serii *Super Mario* ślady działań postaci – skok, pościg, tort na twarzy – i ich fizyczne rozwinięcie – platforma, wirnik, zjeżdżalnia, urwisko, wahadło, krążek linowy, huśtawka, tyrolka, dźwignia... – definiują trajektorie ekranu, równocześnie otwierając kwestię towarzyszącego rozgrywce śmiechu. Może, jak instynktownie przewidział Gilles Deleuze, Buster w tajemnicy pracował nad pierwszą (awangardową) konsolą do gier: »[...] marzenie Keatona, żeby wziąć największą maszynę na świecie i kazać jej działać dzięki najmniejszym elementom, obracając ją w ten sposób na użytek każdego z nas, sprawiając, że staje się rzeczą powszechną« [M. G. Boronat, *The Pickford Paradox: Between Silent Film and New Media*, (online:) [http://henryjenkins.org/2009/08/on\\_games\\_and\\_gags\\_between\\_sile.html](http://henryjenkins.org/2009/08/on_games_and_gags_between_sile.html); fragment z Deleuze’a za: G. Deleuze, *Kino. 1. Obraz-ruch 2. Obraz-czas*, przeł. J. Margański, Gdańsk: słowo/obraz terytoria 2008, s. 189].



Przejażdżka alejkami Universal Studios ma w sobie coś z logiki oglądania filmu w kinie domowym, z użyciem płyty DVD lub Blu-ray z licznymi dodatkami. Po przejeździe przez tunel z trójwymiarową projekcją *King Kong 360* i „przeżyciu” sceny ataku na wagoniki goście parku mogą przyjrzeć się makiecie wykorzystywanej (jak sądzę) podczas realizacji filmu Petera Jacksona. Możliwość obejrzenia miniaturowego statku zacumowanego u brzegu Wyspy Czaszki daje poczucie dopuszczenia do filmowej „kuchni”, poznania jej sekretów i – *last but not least* – pochwalenia się tą wiedzą przed znajomymi. Strzelają migawki aparatów: zdjęcia będą dowodem na to, że byliśmy, dotknęliśmy i wiemy więcej niż wcześniej.





Wejście do „Parku jurajskiego” w Universal Studios – kolejnej atrakcji parku tematycznego, w której wykorzystano schemat utraty kontroli nad prezentowanymi atrakcjami. Zwiedzający, płynący pontonami, najpierw oglądają spokojne dinozaury, by w finale o centymetry minąć szczęki gigantycznego tyranozaura. Identyczne rozwiązania stosowane są także w polskich parkach tego typu, czego przykładem może być – w pewnym sensie bliski tematycznie atrakcji z Los Angeles – JuraPark Bałtów, w którego ofercie znajduje się m.in. „prehistoreczne akwarium”. W rzeczywistości to budynek wyposażony w kilkanaście ekranów pokazujących trójwymiarowy obraz życia z głębin ery mezozoiku. Przechadzając się po kolejnych salach, bierzemy udział w spektaklu, w którym umiejętnie stopniowane jest napięcie: od stworów spokojnych, jak gigantyczne żółwie, przechodzimy do sal, w których prezentowane są ogromne bestie kłapiące zębami w stronę zwiedzających. Ostatnia sala to miejsce prezentacji prehistorycznego rekina. Agresywne zwierzę próbuje się wydostać ze swojego „akwarium”, uderzając i uszkadzając „szybę”, na której pojawiają się pęknięcia, uruchomiony zostaje alarm. Wizyta w Bałtowie była dla mnie okazją do obserwowania tego, jak na podobne sytuacje reagują najmłodsi zwiedzający. Mój trzyletni syn, zafascynowany wcześniejszymi obrazami, na widok pękającego szkła salwował się ucieczką.



*Simpsonowie* to wyjątkowo autoironiczna seria, czego dowodem może być choćby słynne intro do jednego z odcinków (a dokładniej: do 3. odcinka 23. serii), zamówione u słynnego artysty Banksy'ego. Pokazane zostają w nim „kulisy” powstawania tego programu: azjatycki *sweatshop*, w którym produkuje się zarówno nowe odcinki serialu, jak i związane z nim gadżety. W wypadku wizyty w parku tematycznym kreskówkowa aranżacja budynku, w którym udostępniana jest przejażdżka związana z serialem, i zabawne filmy umilające oczekiwanie na wejście intensyfikują zderzenie dwóch logik: tej opartej na immersji i drugiej, budującej dystans. Temu drugiemu sprzyja właśnie ironiczna konwencja oraz nierealistyczna konwencja graficzna. Pierwszemu – spójne graficznie otoczenie i oddziaływanie na zmysły podczas samego *movie ride*.

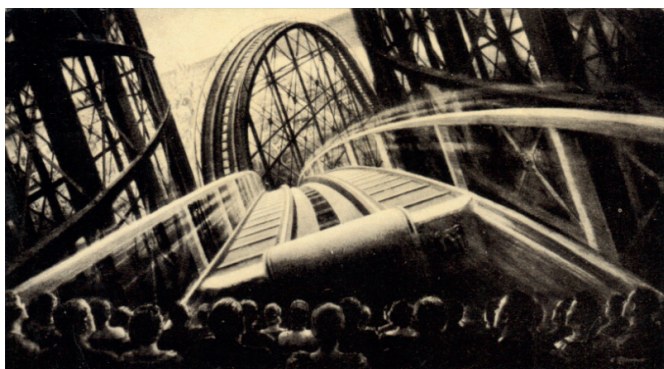


„Badanie starych pocztówek pozwala odtworzyć »topografię emocji«, zrekonstruować mentalną mapę miast. W przypadku łódzkich pocztówek sprzed I wojny światowej wśród widoków ogólnych, kilku reprezentacyjnych ujęć ulicy Piotrkowskiej, pałaców, fabryk i kościołów, reprezentacje wizualne parku w Helenowie stanowią zaskakująco dużą część. Powstało co najmniej kilkanaście pocztówek obrazujących różne części parku, kiedy na przykład nie zachowało się żadne zdjęcie kinematografu Odeon. [...] Sam park, położony na obrzeżach miasta i odgradzony płotem od otoczenia, wypełniony »baśniową« infrastrukturą, był sferą odrealnioną, stanowił przestrzeń feerycznej iluzji, w którym – parafrazując intuicje Waltera Benjamina – zamożni łodzianie mogli śnić swój kolektywny sen na jawie” [Ł. Biskupski, *Za bramą Helenowa, dziewiętnastowiecznego parku rozrywki*, (online:) <http://miastootatrakcji.wordpress.com/2012/08/20/za-brama-helenowa-dziewietnastowiecznego-parku-rozrywki/#more-108>].

„Pokazy fajerwerków, iluminacja łodzi na stawie czy grotty za pomocą ogni bengalskich, które płonęły różnobarwnymi płomieniami i wydzielały duże ilości dymu, przewijają się przez lata jako zwieńczenie letnich imprez. W ich świetle inscenizowano żywe obrazy (*tableaux vivants*) przygotowywane przez znanych artystów malarzy, a w grotcie odgrywano »włoskie zemsty« (*italienischer Raechte*). [...] W ten sposób cały park stawał się przestrzenią fantazji, a mieszkańcy bawelnianego grodu mogli uczestniczyć w widowisku totalnym, wszechogarniającej fantasmagorii. Imprezy przyciągały podobno tysiące osób” [Ł. Biskupski, *Miasto atrakcji. Kino w kulturze popularnej Łodzi przełomu XIX i XX wieku*, książka w druku].

Fot. z archiwum Łukasza Biskupskiego





**"The biggest new entertainment event of the year." - LIFE**

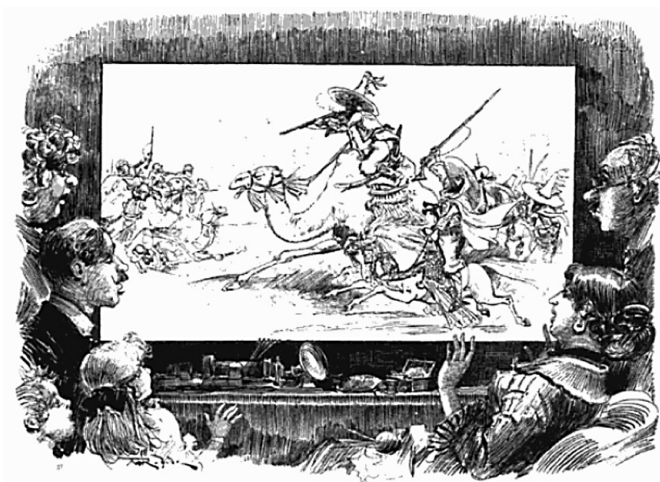
Amerykańska pocztówka reklamująca widowisko *This is Cinerama* z roku 1952, wykorzystujące jedną z technologii, które miały przyciągnąć widzów do kina. Konkurencję stanowiła nie tylko telewizja (w Stanach Zjednoczonych było już wtedy kilkanaście milionów telewizorów – dwa lata wcześniej nieco ponad milion), ale też inne sposoby spędzania czasu wolnego. Wzrost dochodów oraz skrócony, pięciodniowy tydzień pracy sprawiły, że przedstawiciele szybko rosnącej amerykańskiej klasy średniej pokochali wypady za miasto i majsterkowanie. Cinerama miała ich jednak przekonać, że w kinie mogą doświadczyć emocji nieporównywalnych z niczym innym. Wykorzystywała m.in. wielki ekran o zmienionych proporcjach – zamiast standardowego 4:3, oferując obraz o proporcjach 2,59:1, co sprawiło, że także widzenie peryferyjne (a więc postrzeganie obiektów poza centrum pola widzenia) publiczności ograniczało się do obrazu prezentowanego na ekranie. Źródłem szerokoekranowego obrazu były trzy pracujące równocześnie projektory. Dodatkowo ekran nie był płaski, lecz wklęsły, co pogłębiać miało wrażenie immersji. O tym wszystkim mogli zresztą usłyszeć widzowie, ponieważ pokaz *This is Cinerama* otwierał nagrany wykład objaśniający widzom niedoskonałości dotychczasowych rozwiązań. A później można było – korzystając z dobrodziejstw nowego systemu – doświadczać serii spektakularnych obrazów, z obowiązkowym rollercoasterem z parków rozrywki na czele. Kontynuatorami dziedzictwa Cineramy były standardy Todd-AO, Cinemascope, a obecnie – IMAX.



Przywódca bandy z *Napadu na ekspres* (reż. Edwin S. Porter, 1903) mierzy z rewolweru w kierunku widowni. Obraz ten wykorzystywano na plakatach promujących film, a kiniarze byli zachęcani, by samodzielnie decydować, czy ujęcie to – w żaden sposób niepowiązane z akcją filmu – prezentować na początku lub na końcu pokazu. Ale to samo zdjęcie można podpisać inaczej: fotografia ilustruje teksty o kinie atrakcji, jednak *Napad na ekspres* stanowił równocześnie jeden z pierwszych kroków w kierunku tworzenia rozbudowanych, linearnych opowieści. Tym samym wspomniane ujęcie stanowi doskonały przykład heterogeniczności filmu.



Georges Méliès w filmie *Znikająca kobieta* (*Escamotage d'une dame chez Robert-Houdin*, 1896), w którym zaadaptował na potrzeby medium filmowego klasyczną iluzjonistyczną sztuczkę. Przed kamerę zostaje wprowadzona kobieta, siada na krześle. Méliès przykrywa ją chustą, którą po chwili unosi – kobieta zniknęła! Moment później na krześle „wyczarowany” zostaje szkielec, który po kolejnym przykryciu tkaniną „zamienia się” ponownie w kobietę. Możliwość zatrzymania kamery w trakcie rejestracji obrazu zastąpiła montowaną na scenie zapadnię, efekt jednak jest ten sam. Méliès swoją karierę w branży rozrywkowej rozpoczynał od lekcji magii u Emila Voisina, u niego też występował po raz pierwszy. Po śmierci ojca odsprzedał braciom odziedziczone udziały w fabryce butów i kupił Théâtre Robert-Houdin. To tam rozwijał nowe triki i wzbogacał spektakle o pantomimy, pokazy latarni magicznej oraz sztuczny śnieg padający na widzów. Od kwietnia 1896 roku integralną częścią spektaklu stały się pokazy filmowe – podczas których widzownia mogła oglądać m.in. *Znikającą kobietę*. Niestety, filmowa kariera Mélièsa, choć spektakularna, nie trwała długo – jego pozycję podkopały nie tylko zmieniające się preferencje widzów, ale i modele biznesowe (zwłaszcza nowy system wypożyczeń kopii). Ze względu na wybuch I wojny światowej musiał też zamknąć na rok Théâtre Robert-Houdin, a armia zniszczyła należące do reżysera taśmy filmowe, by pozyskać z nich celuloide (możliwy do użycia przy produkcji materiałów wybuchowych) i srebro. Do bankructwa studia Mélièsa przyczynił się też Thomas Alva Edison – choć *Podróż na księżyc* (1902) była bardzo popularna w Stanach Zjednoczonych, to dystrybuująca je firma Edison Company opierała się na setkach „pirackich” kopii (pozyskanych dzięki przekupieniu kiniarza z Londynu czy – jak głosi inna wersja tej historii – z Paryża). Aby wyegzekwować tantiemy z rynku amerykańskiego, brat Mélièsa założył w Nowym Jorku firmę Star Film Company, było już jednak zbyt późno, by uratować podupadające przedsiębiorstwo. Kariera filmowa Mélièsa dobiegła końca – później pracował m.in. jako sprzedawca zabawek i słodczy na dworcu Montparnasse, co niedawno przypomniał Martin Scorsese w filmie *Hugo* (2011).



Rysunek Alberta Robidy – francuskiego rysownika i karykaturzysty, który pod koniec XIX wieku opublikował cykl powieści o przyszłości. Przez dwanaście lat, wspólnie z Georges’em Decaux prowadził pismo „La Caricature”. Jego książki *XX wiek* (1882), *Wojna w XX wieku* (1887) i *XX wiek. Życie elektryczne* (1890) porównywano do powieści Verne’a – w odróżnieniu od nich koncentrowały się jednak na zmianach w życiu codziennym. W *XX wieku*, którego akcja rozgrywa się w roku 1952, Robida pisał o „telefonoskopie” – płaskim ekranie pokazującym najnowsze wiadomości, wydarzenia kulturalne, wykorzystywanym też do prowadzenia telekonferencji: „Hektorowi Piquefolowi przerwał dźwięk dzwonka. »Tuaredzy wycofują się, uciekają w naszym kierunku, razem z kobietami i zwierzętami!« – zapowiedział wielki telefonoskop »L’Epoque« na zewnątrz. Helena instynktownie odwróciła się. »Proszę się nie martwić – roześmiał się Hector Piquefol. »To głos naszego reportera w Biskrze«. »Muszę już iść« – powiedziała pani Ponto. »Niestety, spieszę się«. »Nie zostanie pani, żeby obejrzeć klęskę Tuaregów? Powinno być ciekawie. Mój korespondent mówi mi, że Gwardia Narodowa Biskry nie może się doczekać, aż skrzyżuje z nimi szpady. Gwarantuję, że będzie się czym ekscytować!«” [tłum. z wersji angielskiej: A. Robida, *Twentieth Century*, przeł. P. Willems, Middletown: Wesleyan University Press 2004, s. 181–182].



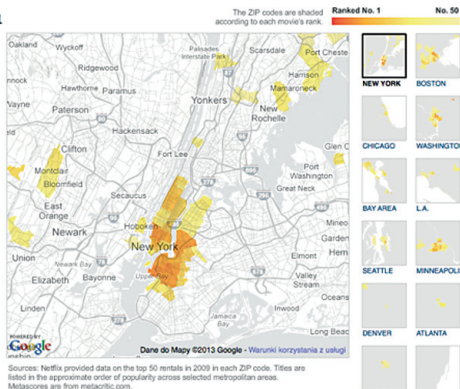
*Walking Dead* (Telltale Games 2012) to gra przedstawiająca zmagania bohaterów próbujących przetrwać w świecie, w którym tajemniczy wirus zamienił ludzi w zombie. Sprzedawana jest w dystrybucji cyfrowej w ukazujących się w kilkutygodniowych odstępach pięciu częściach, z których każdą można ukończyć w czasie 2–3 godzin. Gracze mogą wykupić abonament na całość lub kupować pojedyncze części. Powiązania z telewizją są tu – podobnie jak i w innych tytułach studia Telltale Games, produkującego gry m.in. na podstawie serialu *CSI* – wyraźnie widoczne, zarówno jeśli chodzi o model biznesowy, jak i użycie marki medialnej służącej do produkcji popularnego serialu stacji AMC. Odcinkowa formuła, opowiadana historia i obecni na ekranie bohaterowie łączą ją jednak także z oryginalnym źródłem – komiksem autorstwa Roberta Kirkmana. W ramach tej marki wyprodukowano też krótkie filmy rozpowszechniane w internecie oraz powieść.



## Mad Men: Season 1: Disc 1

There were seven deadly sins practiced at the dawn of the 1960s: smoking, drinking, adultery, sexism, homophobia, anti-Semitism and racism. The magic of "Mad Men" is that it softly spoofs those cruel, antiquated mores without draining away the romance of that era: the amber-lit bars and indie nightclubs, soaring skyscrapers, and the brash confidence that comes with winning a war and owning the world.

[Read Rest of NYT Review »](#)



Na stronie „New York Times” umieszczono aplikację pozwalającą na sprawdzenie popularności wybranych tytułów filmów oraz seriali z internetowej wypożyczalni Netflix w poszczególnych częściach dwunastu amerykańskich miast i zwizualizowanie jej na mapie. Jak widać, łatwo zauważyć różnice na bardzo lokalnym poziomie – wysoka „rozdzielczość” danych z wypożyczeń przez internet pozwala wychwycić różnice pomiędzy poszczególnymi dzielnicami (zestawienie opiera się na zapisie kodu pocztowego użytkownika). I tak np. serial *Mad Men* na mapie Nowego Jorku okazuje się „negatywnym” hollywoodzkiego przeboju *Star Trek*.

Ilustracja zainspirowana książką Ramona Lobato *Shadow Economies of Cinema*, w której pojawia się podobny rysunek. Źródło: „New York Times”, *A Peek Into Netflix Queues*, [online:] <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2010/01/10/a-peek-into-netflix-queues/>.

100 titles that were frequently rented from Netflix in 2009

Change how movies are sorted  
Most rented Alphabetical By metascore

## Star Trek

A bright, shiny blast from a newly imagined past, "Star Trek," the latest spinoff from the influential television show, isn't just a pleasurable reink of your geek uncle's favorite science-fiction series. It's also a testament to television's power as mythmaker, as a source for some of the fundamental stories we tell about ourselves, who we are and where we came from. The famous captain (William Shatner, bless his loony lights) and creator (Gene Roddenberry, rest in peace) may no longer be on board, but the spirit of adventure and embrace of rationality that define the show are in full swing, as are the chicks in mini and kooky boots.

[Read Rest of NYT Review »](#)

