

**88**

**Annales  
Universitatis  
Paedagogicae  
Cracoviensis**

**Studia de Cultura I**

**pod redakcją**

**Agnieszki Ogonowskiej**

**Zbigniewa Bauera**

**Bogusława Skowronka**

**Wydawnictwo Naukowe  
Uniwersytetu Pedagogicznego  
Kraków 2010**



**Komitety Redakcyjne**

dr hab. Zbigniew Bauer – Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie  
prof. dr hab. Tomasz Goban Klas – Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości w Krakowie  
prof. dr hab. Piotr Kowalski – Uniwersytet Wrocławski  
dr hab. prof. UP Agnieszka Ogonowska – Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie  
dr hab. prof. UP Bogusław Skowronek – Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie  
prof. dr hab. Eugeniusz Wilk – Uniwersytet Jagielloński

**Recenzent**

dr hab. Aleksander Woźny prof. nadzw. Uniwersytetu Wrocławskiego

**Sekretarz Redakcji**

dr Magdalena Roszczynialska

© Copyright Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2010

ISSN 1689-9903

Wydawnictwo Naukowe UP  
Redakcja/Dział Promocji  
30-084 Kraków, ul. Podchorążych 2  
tel./fax (12) 662-63-83, tel. (12) 662-67-56  
e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl

Zapraszamy na stronę internetową:  
<http://www.wydawnictwoup.pl>

druk i oprawa  
Zespół Poligraficzny UP zam. 22/11

## Wstęp

Prezentowane w publikacji zagadnienia tworzą, naszym zdaniem, cztery wyraziste grupy problemowe, które obejmują obustronne związki mediów i kultury. Stąd też pojawiają się tematy dotyczące filmu, mediów elektronicznych i nowych mediów oraz tzw. zjawisk okołomedialnych.

W pierwszym dziale „Internet i okolice” zostały opisane różne zagadnienia związane z tym fenomenem. Zjawiska kulturowe wywołane stałą obecnością Sieci w życiu nowoczesnych społeczeństw oraz komunikacji zapośredniczonej komputerowo (CMC) z reguły pojawiają się w opracowaniach monograficznych na temat współczesnych mediów. To nie dziwi, gdyż Internet (w naszej książce słowo to bywa pisane zarówno z małej, jak z wielkiej litery, zgodnie z wolą autorów publikowanych prac) nie jest bynajmniej wyłącznie problemem technologicznym, ale swoistym fenomenem antropologicznym, politycznym, socjologicznym i psychologicznym, nie wspominając nawet o jego konsekwencjach dla edukacji i ekonomii.

Anna Nacher wnikliwie i krytycznie przeanalizowała strukturę i funkcje jednego z najlepszych serwisów społecznościowych – Facebook, wskazując oczywiste zalety, a także pułapki kryjące się w koncepcji Web 2.0, a także porównując Facebooka z polskimi serwisami tego typu. Zbigniew Bauer, wychodząc od sformułowanej przez Marshalla McLuhana tezy, iż „media są przedłużeniem ludzkich zmysłów”, starał się dowieść, że powszechna dostępność nowych mediów, ich mobilność, a także konstrukcja ich interfejsów zmienia relacje między przestrzenią „tu” i „tam”; dokonuje się w ten sposób swoista desakralizacja przestrzeni komunikacyjnej, jej – mówiąc za Giorgio Agambenem – profanacja. Agnieszka Dytman-Stasieńko ujęła fenomen Sieci i portali społecznościowych w kategoriach bliższych politologii, szczególnie globalizacji i aktywizacji ruchów na rzecz przeciwdziałania wykluczeniu, nie tyle cyfrowemu, ile społecznemu. Podkreślając kontrkulturowe korzenie Internetu dostrzegła jednak, że rzeczywista obecność rozmaitych organizacji w świadomości publicznej, tworzenie „alternatywnych aren dyskursywnych” ciągle jeszcze nie może obejść się bez tej platformy debaty, jaką przez lata wytworzyły media głównego nurtu. Dział ten zamyka artykuł Anny Ślósarz, która przygląda się realnemu potencjałowi witryn edukacyjnych tworzonych samodzielnie przez nauczycieli-polonistów, przestrzegając, że globalizacja treści ulokowanych w Sieci może być zagrożeniem dla wartości, które są fundamentem tradycyjnego modelu nauczania, zaś pozorna atrakcyjność medium może okazać się przeszkodą w komunikacji edukacyjnej.

Dział „Wokół filmu” ujawnia wieloaspektowe związki współczesnej kinematografii oraz dzisiejszej kultury. Film jako tekst to nie tylko dostarczyciel fantazji

i fabryka opowieści, to przede wszystkim forma uspołniania społecznej i kulturowej rzeczywistości, bardzo często stanowi reakcję na nią lub też w pewien sposób ją projektuje. Równocześnie nie można zapominać, iż każdy film jest usytuowany w określonych historyczno-politycznych dyskursach ideologicznych, normatywizowanych z kolei przez określone porządki kulturowe. Przeobrażenia współczesnego kina, począwszy do redefinicji kategorii obrazu, aż po zmiany w modelach i formach recepcji, mocno oddziałują na obecny pejzaż kulturowy – i odwrotnie: hybrydyczność współczesnej kultury, kruszenie się starych porządków reprezentacji, wielopostaciowość estetycznych form sygnifikacji równie mocno oddziałują na dzisiejsze filmy.

We wzajemnych związkach oraz wieloaspektowych motywacjach kultury i filmu nie chodzi wyłącznie o proste mechanizmy społecznego oddziaływania konkretnych dzieł (kino zaangażowane politycznie, kontrkulturowe, propagandowe), ale o dostrzeżenie też innych kategorii i określenie bardziej subtelnych relacji. Rzecz jasna, w niniejszym dziale ograniczamy pola refleksji jedynie do kilku wybranych zjawisk, wyraźnie charakteryzujących współczesną kinematografię.

Ważną płaszczyzną powiązań kina i kultury jest sfera transmedialności. Wzajemne przepływy treści, funkcjonowanie określonych narracji w różnych mediach (literaturze, telewizji, kinie, grach komputerowych), wzajemne sprzężenia odmiennych estetyk i reżimów przedstawiania, połączone ze specyficznymi modelami odbioru, dobrze charakteryzuje współczesne kino. Warto w tym miejscu wspomnieć o tekście pokazującym wielość obecnych strategii adaptacyjnych, podejmowanych przez współczesnych twórców. Kiedyś banalna relacja książka–film, dzisiaj – po uwzględnieniu rozlicznych kontekstów kulturowych i wpisaniu w estetykę postmodernistyczną – może nabierać zupełnie nowego wymiaru. Inną ważną płaszczyzną stanowi – widoczna w innym tekście – „kohabitacja” oficjalnych dyskursów z dyskursami kontrkulturowymi. Główny nurt współczesnego filmu – kino popularne – poprzez zarządzanie emocjami (przyjemnością lub strachem) oraz dzięki posługiwaniu się stereotypowymi wykładnikami gatunkowymi nader sprawnie wchłania i konformizuje treści opozycyjne wobec dominującego dyskursu. Zresztą oscylacja między ideowym nowatorstwem, estetycznym poszukiwaniem, nawet światopoglądowym radykalizmem, a umiłowaniem tradycyjnej, klasycznej narracji, stereotypowymi wzorcami kategoryzacji świata oraz utrwalonymi kulturowo światopoglądami to znak wyraźnie charakteryzujący współczesne kino. Postmodernistyczne kino Xawerego Żuławskiego (tekst Aleksandry Smyczyńskiej), „anarchia” *Władców móch* (artykuł Bogusława Skowronka) oraz konwencjonalność oscarowych produkcji (wystąpienie Małgorzaty Latoch-Zielińskiej) bezkonfliktowo i spójnie współlegzystują w przestrzeni dzisiejszej kultury audiowizualnej. Wpisanie wszystkich tych rozmaitych porządków i kategorii w ramy i reguły kina popularnego rodzi ich społeczną akceptowalność oraz automatycznie włącza je w nieprzerwany strumień tekstów gotowych do semiotycznego wykorzystania.

Intertekstualność, transmedialność, pluralizm estetyczny, wreszcie bezkonfliktowe łączenie ideologii centrum z ideologiami peryferyjnymi ewokują również permanentną polisemiczność tekstu filmowego. To kolejna z ważnych cech współczesnego kina: wielość potencjalnych odczytań, dokonywana przez odbiorców z perspektywy prywatnych, jednostkowych mikronarracji (rzecz ta została opisana



w kolejnym artykule). Niezależnie, czy sensy nadaje widz „kompetentny”, czy tylko „amator”. To właśnie budowanie zindywidualizowanych znaczeń w kontekście osobistych doświadczeń kulturowych stanowi główne źródło wielu zróżnicowanych przyjemności odbiorczych w recepcji filmu.

Dział „Wokół mediów” skupia teksty poświęcone przemianom wielu ważnych kategorii ontologicznych, epistemicznych i aksjologicznych we współczesnej kulturze medialnej. Autorzy referatów wskazują na kluczowe znaczenie mediów elektronicznych i tzw. nowych mediów (głównie Internetu) w kształtowaniu myślenia odnośnie do takich zagadnień, jak tożsamość i kryzys tożsamości, relacje międzyludzkie, nowe formy poznawania świata poprzez media (doświadczenie zapośredniczone) i kreowanego w środkach masowego przekazu, problem autorytetu medialnego i jego roli w modelowaniu zachowań społecznych i funkcjonowaniu tzw. wspólnot empatycznych. Monika Górska-Olesińska pokazuje kreatywność technologii cyfrowych w obszarze sztuki słowa – liryce; czyni to na przykładzie twórczości niszowej poetki Stephanie Strickland, która stara się wykorzystywać możliwości stwarzane przez interaktywność nowych mediów do generowania przez użytkownika Sieci nowych, niekiedy zaskakujących sensów tradycyjnego tekstu. Wymienione zagadnienia przedstawiane są w szerokim kontekście kulturowym i socjologicznym. Tożsamość medialna to tożsamość płynna, wielowymiarowa, podlegająca ciągłej konstrukcji i przebudowie, to także tożsamość nomadyczna, która pojawia się w odpowiedzi na bieżącą sytuację kulturową (tekst Małgorzaty Gajak-Toczek). Wyróżnikiem tej ostatniej jest niestabilność systemów wartości, modeli, postaw i wzorów zachowań, a także przesilenie tradycyjnych kategorii (np. rasy, narodowości, płci, przynależności terytorialnej) niegdyś pomocnych i wystarczających, by odpowiedzieć na kluczowe pytanie: „Kim jestem?”. O rosnącej roli mediów traktuje referat poświęcony indygenizacji treści współczesnych przekazów medialnych (artykuł Janiny Hajduk-Nijkowskiej). Okazuje się, że współczesna kultura (zdominowana przez media elektroniczne) stawia przed antropologami i etnologami nowe wyzwania badawcze. Są one związane między innymi z próbą odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób treści przekazywane przez massmedia są interpretowane i przetwarzane w lokalnych obiegach kulturowych? W jakim stopniu procesy te określają tzw. lokalną wspólnotę wyobraźni. O próbie usytuowania relacji pomiędzy podmiotem (użytkownikiem nowych mediów) a znakami generowanymi cyfrowo, które składają się na tzw. infosferę, traktuje tekst Jana Stasięki.

W części zatytułowanej „Wokół kultury” zgrupowane zostały teksty (Agnieszki Ogonowskiej, Magdaleny Roszczynialskiej, Blanki Brzozowskiej, Katarzyny Kopeckiej-Piech) ukazujące kulturowe konsekwencje rozwoju nowych mediów dla wybranych sfer myślenia i działania społecznego. Pierwsze dwa odnoszą się bezpośrednio do problemu przesunięcia granic między sferą prywatności, intymności i tego, co publiczne, rozwoju kultury obnażania i detabuizacji zagadnień fundamentalnych dla ludzkiej egzystencji, problemów związanych ze śmiercią, umieraniem, ale także miłością, erotyką, seksualnością i szeroko pojętą cielesnością. Tekst poświęcony fenomenowi Michaela Jacksona wskazuje dodatkowo na zdolność mediów do wytwarzania niezwykle sugestywnych mitologii, które następnie organizują i determinują kolektywną wyobraźnię i ludzkie działania w przestrzeni społecznej. Człowiek, tu: gwiazda pop kultury, może stać się produktem medialnym,

bohaterem spektaklu życia i śmierci, ciałem do wyprodukowania i tożsamością w stanie nieustannej konstrukcji, widowiskiem, które rozgrywa się także po śmierci bohatera i to na różnych platformach medialnych. Idea kultury konwergencji powraca w tekście poświęconym telefonom komórkowym. Ułatwiają one konstruowanie naszej cyfrowej cielesności, umożliwiają dostęp do obrazów seksu, nagości na pokaz, intensyfikują ekshibicjonizm i medialne podglądactwo. Gadżety multimedialne „do ściągnięcia” na telefon dają obraz preferencji użytkowników w zakresie oferowanych przez system kultury dyskursów seksualności. Nowe media wymuszają także zmiany we współczesnym modelu biznesowym. Pojawiają się nowe rozwiązania marketingowe, oparte na wzmożonej aktywności użytkowników współczesnych technologii, którzy w sposób aktywny korzystają z różnych form pozyskiwania, przetwarzania i dzielenia się informacją. Firmy z dużym powodzeniem wykorzystują te nowe typy dynamicznych relacji społecznych o charakterze emocjonalnym w komunikacji z potencjalnymi konsumentami – użytkownikami nowych mediów. W swoich działaniach biznesowych nawiązują do idei obywatela monitorialnego, społeczeństwa wiedzy, fenomenu neoplemienności, aktywnego uczestnictwa fanów w kulturze konwergencji.

Redaktorzy żywią przekonanie, że zgromadzone teksty, będące spojrzeniem na wybrane, ale też kluczowe zagadnienia związków mediów i kultury oraz zjawiska społeczne im towarzyszące, spotkają się z zainteresowaniem badaczy podejmujących tę problematykę: kulturoznawców, medioznawców, socjologów, polonistów i dziennikarzy.

Agnieszka Ogonowska  
Zbigniew Bauer  
Bogusław Skowronek

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

INTERNET I OKOLICE

*Anna Nacher*

## **Web 2.0: między wikinomią a kontrkulturą – przypadek Facebooka**

Pojęcie Web 2.0 stało się w ostatnich kilku latach słowem-wytrychem opisującym zarówno parametry techniczne nowego środowiska komunikacyjnego, jak i jego społecznościowy charakter, a także reklamowe i rynkowe konteksty. Poetyka „rewolucji Web 2.0” wpisuje się w dodatku w dobrze znane wcześniejsze przykłady narracji o cyfrowym przełomie i kolejnych falach technologicznych innowacji. W Polsce pojęcie pojawiło się, jak zwykle, z opóźnieniem oraz w dość określonym kontekście: jako sposób na zarobienie „dużych pieniędzy” na Internecie społecznościowym. Symptomatyczny jest pod tym względem artykuł Zbigniewa Domaszewicza z 2006 roku *Web 2.0 to rewolucja w Internecie?*, zamieszczony w portalu gazeta.pl. Autor rozpoczyna znaczącym zdaniem: „O nowej epoce w rozwoju internetu głośno już nie tylko wśród fascynatów i blogerów. Nowe hasło Web 2.0 elektryzuje środowiska biznesowe, a inwestorzy z branży high-tech węższą za dużymi pieniędzmi”. (Domaszewicz 2006), które w rozmaitych wariantach charakteryzuje sposób podejścia do zjawiska na gruncie rodzimej publicystyki. Najwięcej odnośników do pojęcia Web 2.0 grupuje się zresztą na blogach, portalach i serwisach poświęconych zagadnieniom nowej ekonomii i / lub marketingu (ze świetnym skądinąd serwisem Think-A-Head na czele). Rodzimą charakterystykę tego procesu – wtórność wobec rozwiązań przyjętych w świecie „rozwiniętym” oraz skłonność do przejmowania i zaszczepiania projektów opracowanych gdzie indziej – dobrze ilustruje również fakt, że niemal wszystkie polskie serwisy i rozwiązania określane mianem Web 2.0, stanowią odpowiedniki tych globalnych (często zresztą gorsze, mniej kreatywne i w mniejszym stopniu „społecznościowe”). Tak jest w przypadku Grono.net (klon LinkedIn), Wykop.pl (analog digg.pl), fotka.pl (flickr.com) – żeby wymienić tylko kilka najbardziej oczywistych przykładów. Przypadek portalu Nasza-klasa.pl pojawi się w dalszej części tekstu. Najbardziej bodaj kuriozalnym i najświeższym przykładem jest „polski Twitter” czyli blip.pl – do złudzenia przypominający swój światowy odpowiednik, w dodatku posługujący się nazwą, która w sieci istniała znacznie wcześniej: blip.tv to bowiem znany od lat alternatywny serwis telewizyjny, gdzie można znaleźć m.in. wykłady z organizowanych od 2004 roku Web 2.0 Summit. Idea „narodowego” serwisu mikrobloggingowego mogła narodzić się tylko z głębokiego niezrozumienia procesów obejmowanych zbiorczo nazwą Web 2.0.

Tym bardziej warto poświęcić nieco uwagi temu tematowi, nawet jeśli wydaje się, że jest to obszar wyeksploatowany i dogłębnie zbadany. Interesującym przedmiotem refleksji wydaje się bowiem fakt, że Web 2.0 (czy raczej zjawisko, do którego ta nazwa się odnosi) może funkcjonować jednocześnie w co najmniej podwójnej optyce: z jednej strony stanowi niemal synonim kultury partycypacji, w której odbiorcy są przede wszystkim producentami znaczeń, z drugiej to przede wszystkim repertuar skutecznych narzędzi marketingu\*. Nie można także zapominać – a w popularnych publicystycznych ujęciach coraz częściej tak się dzieje – o uwarunkowaniach technologicznych i programistycznych, które przekształcają współczesną sieć w środowisko o wysokim stopniu interaktywności i dużej gęstości komunikacyjnej. Takie podejście nie powinno być jednak odczytywane jako nowa wersja determinizmu technologicznego; jest raczej konsekwencją, jak pisał Espen Aarseth, „specyficznej, podwójnej materialności cybernetycznego procesu znakowego” (Aarseth, 1997: 40). Oznacza to, że analizując zjawiska z szeroko rozumianego obszaru cyberkultury, musimy uwzględnić fakt, że rozgrywają się one jednocześnie na poziomie ekspresji (czyli widzianego i doświadczanego przez użytkowników interfejsu) oraz kodu i programu. Stanowisko, że te dwa ostatnie elementy nie są „po prostu” technologią, ale są nieodłączne od społecznych i kulturowych kontekstów, jest twórczo rozwijane ostatnimi czasy w obszarze *software studies* (Galloway 2004; Galloway, Thacker 2007; Fuller 2008; Manovich 2008). Tutaj kryje się bodaj najistotniejszy powód, dla którego nie można mówić o determinizmie technologicznym, podejście uwzględniające także materialność komunikacji w środowisku ICT ma bowiem ostrze krytyczne i to w podwójnym znaczeniu: krytyki naturalizacji technologii i opisywania jej jako rozłącznej z procesami społecznymi i kulturowymi z jednej strony, z drugiej – weryfikacji wciąż popularnego w naukach społecznych i humanistycznych modelu analizy, w którym badacze zbyt często skupiają się wyłącznie na przywołanym uprzednio poziomie ekspresji (czyli tym, co widoczne na powierzchni). A jak pisze Lev Manovich: „Jeśli nie odniesiemy się do samego oprogramowania, narażamy się na niebezpieczeństwo zajmowania się wyłącznie skutkami, nie zaś przyczynami: efektami, które pojawiają się na ekranie komputera, nie zaś programami, procesami społecznymi i kulturą, które owe efekty wytwarzają” (Manovich 2008: 4–5). W epoce debat wokół ruchu *open source* czy rozwiązań proponowanych w standardzie Creative Commons, wizja technologii jako obszaru włączonego w politykę, kulturę i społeczeństwo jest już zresztą oczywistością\*.

### Facebook – historia sukcesu w świecie prosumpcji

Przykładem, który pokaże ambiwalencję tkwiącą w samym jądrze projektu Web 2.0, jest najśłynniejsza „success story” ostatnich lat, czyli Facebook. Popularny serwis ucieleśnia bowiem niejednorodność praktyk prosumenckich (czyli konsumentów zaangażowanych w proces kreowania produktu oraz cyrkulacji i tworzenia tożsamości marki), tak charakterystycznych dla opisu kultury sieci drugiej generacji w kategoriach wikinomii (Tapscot D., Williams A.D. 2008). Prosumentyzm dotyczy zwłaszcza tych obszarów ekonomii, które mają najistotniejszy związek z wytwarzaniem znaczeń: rynku idei i rozrywki. Autorzy „Wikinomii” przywołują

---

\* Wspominałam o tej szczególnej sytuacji w innym miejscu, odnosząc praktyki użytkowników sieci do diady projektowanie systemu – użytkowanie systemu (Nacher 2009).

w tym kontekście przede wszystkim wirtualny świat Second Life firmy Linden Labs, w popularnych ujęciach (ale także w wielu konferencyjnych wystąpieniach) zapo-  
mina się często, że jest to także produkt o wymiernej wartości rynkowej, a wirtualny „teren” wraz z wyposażeniem i usługami jest sprzedawany za prawdziwe pieniądze, podobnie jak kampanie reklamowe wielu realnych korporacji prowadzone w tym wirtualnym środowisku (Siklos 2006). Tapscott i Williams podsumowują:

Second Life nie jest zwykłym „produktem”, nie jest też typową grą komputerową. To wytwór, który prawie w całości jest dziełem konsumentów – można by powiedzieć, że „konsument” to równocześnie producenci, bądź „prosumenci”, jak ich będziemy nazywać. Przecież uczestniczą w projektowaniu, tworzeniu i produkowaniu tego wyrobu, a Linden Labs zajmuje się zarządzaniem społecznością i pilnowaniem, by infrastruktura serwisu działała sprawnie (Tapscott, Williams 2008: 185).

Podobną charakterystykę przejawia Facebook i – jak się okaże – nie zawsze jest to proces pozbawiony problemów; wręcz przeciwnie, można widzieć praktyki prosumenckie oraz cały obszar działalności sieciowej prosumentów jako arenę negocjacji, których wynik nie jest z góry przesądzony. Jest to świat, w którym nie tylko role producenta i konsumenta ulegają zaburzeniu i weryfikacji, ale dochodzi także do swoistej zamiany miejsc i często prosumenci przyznają sobie prawo do decydowania o charakterze procesu, usłudze czy produkcie (przy czym nie chodzi tylko o banalną personalizację). Często będzie to np. otwarcie oprogramowania, usługi lub serwisu na możliwości „hackowania”, czyli – mówiąc ogólnie – przetwarzania aplikacji przez odbiorców (taka jest historia AppStore firmy Apple: kiedy na rynku pojawiły się iPody, użytkownicy szybko zaczęli tworzyć własne aplikacje, a firma w końcu wyciągnęła z tego wnioski) (Tapscott, Williams 2008). Dla firm oznacza to na przykład niemożność pełnej kontroli wytworzonego i wypuszczonego na rynek produktu. Zbyt daleko posunięte próby kontroli są bowiem dosyć ryzykownym przedsięwzięciem w świecie, gdzie sukces często zależy od skupienia konsumentów wokół tożsamości marki, która w ten sposób także staje się negocjowana (pokazały to m.in. nagłośnione medialnie przypadki „niedopuszczania” czy „cenzurowania” niektórych aplikacji przez Apple, zwłaszcza najśłynniejszy – tej stworzonej przez Trenta Reznora, wokalisty Nine Inch Nails). Tutaj kryje się często – jak pokaże to *casus* portalu Nasza-klasa.pl – różnica dzieląca polski świat Web 2.0 od pomysłów źródłowych: niezrozumienie złożoności mechanizmu prosumpcji oraz niechęć do ryzykownego delegowania praw i odpowiedzialności na samych użytkowników. To temat znacznie bardziej złożony, jeśli wziąć pod uwagę kwestię pracy wykonywanej dobrowolnie przez prosumentów, za którą w innych warunkach trzeba byłoby zapłacić (Facebook jest np. tłumaczony na języki narodowe przez grupy wolontariuszy), wykraczający jednak poza ramy poruszanego tutaj zagadnienia.

Stworzony w 2004 roku przez Marka Zuckerberga i kolegów z Harvardu (Dustina Moskovitza, Chrisa Hughesa i Eduardo Saverina) jako portal społecznościowy dla studentów koledżu, Facebook rozwinął się od tamtej pory w jedno z najważniejszych zjawisk Internetu nowej generacji, definiując niemal jego społecznościowy charakter. Krytycy przypisują powszechnie prezydencki sukces Baracka Obamy wykorzystaniu nowych sposobów komunikacji, spośród których to właśnie Facebook stał się dla sztabu prezydenckiego kanałem najważniejszym. W roku 2008

Facebook był też najczęściej wyszukiwanym hasłem brytyjskiego Google'a. We wrześniu 2009 roku miał 300 milionów aktywnych użytkowników, z których co najmniej połowa logowała się w serwisie dowolnego wybranego dnia. Co ciekawe – nie jest prawdą, jakoby Facebook był serwisem dla nastolatków: serwis jest najpopularniejszy wśród grupy osób powyżej 35 roku życia (Facebook 2009). Być może zresztą jest to jedna z istotnych, najświeższych zmian dotyczących Internetu społecznościowego, zapoczątkowana przez Twittera, z którego korzystają głównie dorośli, a nastolatki w przedziale wiekowym 12–17 lat stanowią tylko 11% użytkowników (Miller 2009). Opublikowany w 2009 roku raport instytutu badawczego Forrester Research pokazał, że na przestrzeni ostatniego roku media społecznościowe stały się domeną grupy wiekowej w przedziale 35–40 lat – stanowi ona obecnie 60% korzystających z takich serwisów (Miller 2009). Nieco inne dane prezentuje raport przygotowany dla Pew Internet & American Life Project w 2008 roku, ale wniosek nasuwa się podobny: liczba dorosłych korzystających z portali społecznościowych w ciągu 3 lat wzrosła czterokrotnie (Lenhart 2009). Sądzę, że ma to znaczenie dla procesów, na które chcę zwrócić uwagę.

Niemal od samego początku rozwój Facebooka był dosyć gwałtowny: po pierwszych dziesięciu miesiącach istnienia Thefacebook.com (tak się wtedy nazywał) liczył milion użytkowników z 300 amerykańskich uczelni (dostęp był możliwy tylko z adresu w domenie akademickiej). W grudniu 2005 liczba ta była już pięciokrotnie większa. We wrześniu 2006 roku Facebook został wyposażony w opcję „News Feed”, co wzniciło pierwsze gwałtowne debaty wokół prywatności użytkowników oraz ochrony ich danych osobowych – zwłaszcza że od tego momentu datuje się serwis otwarty dla wszystkich użytkowników sieci, nie tylko uczniów i studentów. Co ciekawe, sam Zuckerberg rozpoczął od inicjatywy niezbyt chwalebnej: stworzył stronę, na której można było oceniać fotografie zawarte w bazie danych dokumentów tożsamości studentów Harvardu (o czym mówił w wywiadzie dla programu „60 minutes” amerykańskiej stacji ABC z 13 stycznia 2008). W ciągu trzech miesięcy po otwarciu serwisu liczba użytkowników wzrosła do 12 milionów (stan na grudzień 2006). W październiku 2007, kiedy po raz pierwszy załogowałam się na Facebooku, byłam jedną z 50 milionów użytkowników. W kolejnym roku pojawiła się polska wersja językowa, co wydatnie przyczyniło się do popularyzacji Facebooka w naszym kraju, choć pozycja serwisu Nasza-klasa.pl wydawała się wówczas – jeśli idzie o liczbę – niezagrożona. W styczniu 2009 było nas już 150 milionów, a obecnie Facebook jest najpopularniejszym serwisem społecznościowym na świecie. Dla porównania – z MySpace.com, który przed epoką Facebooka dzierżył palmę pierwszeństwa, obecnie co miesiąc korzysta 130 milionów użytkowników, serwis zaczął także tracić popularność wśród amerykańskich internautów (Facebook ciągle ich zyskuje): między styczniem i kwietniem 2009 na MySpace.com załogowało się o 5 milionów użytkowników mniej (Arango, Stelter 2009). Nic więc dziwnego, że te daty i liczby często przyprawiają dziennikarzy o zawrót głowy, a specjalistów od reklamy i marketingu o dreszcz emocji. W historii Facebooka nie tylko liczby są jednak ważne. W 2004 roku możliwości interakcji nie były tak rozbudowane jak dzisiaj, ale podstawowe zarysy serwisu były już obecne w opcjach dostępnych od samego początku: lista przyjaciół, uaktualnianie statusów, informacje na temat związków, ulubionych lektur i płyt czy poglądów politycznych (Applebome 2004) – we wrześniu 2004 pojawiła



się opcja „Wall”, która służy do wymiany szybkich komentarzy. W 2006 udostępniono narzędzie „Share”, która umożliwia publikowanie na własnym profilu rzeczy, które zainteresują użytkownika podczas surfowania po Sieci. Rok później pojawiła się aplikacja Facebook Ads, która wprowadziła pewne novum do praktyki zamieszczania banerów reklamowych (które zresztą nie cieszą się sympatią internautów): reklamy wyświetlane z prawej strony profilu użytkowników mogą być przez nich oceniane, ocena negatywna powoduje zastąpienie tej niepopularnej inną. Nie trzeba oczywiście dodawać, że wybór jest silnie spersonalizowany i zależy od naszych sieciowych preferencji oraz informacji, jakich dostarcza profil. Konieczne jest jednak także zastrzeżenie, że możliwości oddziaływania marketingowego polegają na czymś innym niż konwencjonalna reklama – wiele firm sponsoruje np. grupy fanowskie koncentrujące się wokół marek, co jest przyczynkiem do zmieniających się gwałtownie strategii reklamowych w świecie Web 2.0. Podobnie jak w przypadku partnerstwa strategicznego z Microsoft, zawartym w roku 2006, Facebook nawiązał także podobne relacje biznesowe z siecią agencji Interpublic, w skład której wchodziły znane agencje reklamowe, m.in. Draft Foote, Cone & Bending czy McCann Ericsson Worldwide. Wraz z wprowadzonym w 2008 r. czatem Facebook staje się czymś więcej niż kolejną wersją MySpace.com – ten ostatni portal także zresztą ewoluje, wyraźnie pod wpływem możliwości uruchamianych przez Facebooka (m.in. MySpace wprowadził możliwość tworzenia i wyboru aplikacji czy uaktualnianie statusów). Jak się wydaje, zmianą najistotniejszą dla ówczesnych praktyk obszaru Web 2.0 było bowiem wprowadzenie w sierpniu 2006 platformy developerskiej, która otwierała Facebooka na innowacje ze strony samych użytkowników oraz pomniejszych aktorów rynku specjalizujących się w dostarczaniu rozmaitych narzędzi programistycznych. Dzięki temu Facebook dołączył do grona inicjatyw oferujących otwarty interfejs programowania aplikacji (API), co pozwoliło użytkownikom na istotniejsze zaangażowanie w proces kreowania serwisu.

### **Społecznościowy system operacyjny**

Popularne opisy istotnie podkreślają w przypadku Facebooka cechy portalu społecznościowego, jak ten na Wikipedii: „Użytkownicy Facebooka mogą dołączyć do jednej lub wielu sieci zorganizowanych wokół miasta, szkoły, regionu czy miejsca pracy. Pomagają one użytkownikom nawiązać kontakt z członkami tej samej sieci. Użytkownicy sieci mogą także łączyć się z przyjaciółmi, pozwalając im na dostęp do profili innych swoich znajomych”. Taka definicja pozostaje w zgodzie z deklaracjami przyjętymi przez portal, który prezentuje się jako „społecznościowa usługa łącząca z przyjaciółmi oraz innymi, którzy studiują się i uczą dookoła nas” (Facebook 2009). Biorąc pod uwagę tak błyskawiczny sukces w dobie wszechobecnych mediów społecznościowych (uznawanych wręcz za tożsame z definicją środowiska Web 2.0), kusi, aby zapytać, co odróżnia Facebooka od setek portali innego typu, z których niektóre ponoszą spektakularną klęskę (np. stworzony sporym nakładem środków przez Google Inc. serwis Orkut czy hi5.com)?

Prowadzi to do zasadniczego pytania, czym jest Facebook w roku 2009? Prawdą jest, że ów społecznościowy charakter nie przestaje być dominantą, ale na przestrzeni ostatnich dwóch lat ta nazwa stała się swoistym parasolem dla szeregu ogromnie zróżnicowanych aktywności, aplikacji i narzędzi, od często opisywanych mikrogier

i specyficznej rozrywki w stylu „postaw przyjacielowi drinka” albo „prześlij przyjacielowi Intelktualistę”, poprzez narzędzia umożliwiające badania naukowe (z Facebooka korzysta wielu badaczy i bardzo szybko można uzyskać pomoc przy rozwiązywaniu problemów) czy dzielenie się upodobaniami literackimi (aplikacja weRead), wirtualne quasi-światy i gry (Green Lil’Patch, Mafia Wars, własne miasto, własne zoo, Farmville), po narzędzia umożliwiające poważną działalność publiczną czy polityczną (np. aplikacja Causes). Wszystko to sprawia, że szalenie trudno jest opisać, czym właściwie jest Facebook komuś, kto nigdy nie miał z nim styczności. W rezultacie trzeba postrzegać ten serwis nie tyle jako „portal”, ile raczej jako rodzaj centralnego terminala naszej internetowej aktywności, gdzie krzyżują się rozmaite formy naszej sieciowej obecności. Jeśli przyjrzeć się rozwojowi Facebooka w trakcie jego krótkiej historii, to uderzający wydaje się fakt, że ewolucja przebiegała od zwyczajnego portalu społecznościowego do dość skomplikowanego środowiska sieciowego, które zdaje się organizować i remediować rozmaite praktyki, tryby i aktywności jego użytkowników. Znaczące jest, że tylko ich część ogranicza się jedynie do Facebooka; do dyspozycji mamy bowiem wiele narzędzi pozwalających współdzielić zasoby odkryte w sieci podczas codziennych mikroaktywności (jak choćby czytanie prasy on-line przy porannej kawie, zamieszczanie w sieci własnych fotografii czy dzielenie się interesującymi klipami wideo) – wszystko za pomocą stale aktualizowanych mikrokanałów informacyjnych pojawiających się na stronie „domowej” Facebooka (jest to jednak strona domowa nie w starym, 1.0 rozumieniu nieziennej strony centralnej, a raczej dynamicznego strumienia danych – stale aktualizowanego zasobu informacji generowanych przez odpowiednie aplikacje). Za sprawą wspomnianej platformy developerskiej mamy także dostęp do aplikacji zewnętrznych, niezależnych od Facebooka, które tworzą z nim rodzaj łącza, jak np. popularny, oparty na zasadach folksonomii (to znaczy, że wszelkiego rodzaju kategoryzacje oparte są na praktyce tagowania utworów i wykonawców przez samych użytkowników) serwis muzyczny last.fm czy społecznościowy serwis gromadzący zakładki del.icio.us.com. W zasadzie wszystko, co znajdziemy w sieci i co wyda się nam interesujące, może być za pośrednictwem naszego profilu na Facebooku włączone w bogate zasoby współdzielonej informacji. Często skutkuje to wprawdzie zalewem trywialnych informacji dających wgląd w to, jakie gry, quizy, psychozabawy i testy wykonują nasi znajomi. Nic więc dziwnego, że „New York Times” ogłosił Facebooka „społecznym systemem operacyjnym”. Trzeba jednak od razu zastrzec, że pewną istotną nowością serwisu jest jego elastyczność, będąca zresztą (podobnie jak w przypadku Twittera) głównym źródłem nieporozumień. Mówiąc krótko: Facebook i Twitter mogą być dla nas tym, co sami z nich zrobimy – jak pokażę za moment, owa elastyczność jest wynikiem serii negocjacji między użytkownikami a firmą. Oznacza to także, że korzystanie z obu narzędzi wymaga sporej kompetencji, którą uzyskuje się performatywnie, metodą prób i błędów, eksperymentując z dostępnymi narzędziami\*. Konieczne jest także podkreślenie faktu

\* Pominę tutaj kilka kwestii wykraczających poza główny wątek: m.in. często dyskutowaną sprawę prywatności i bezpieczeństwa danych oraz interesujące zagadnienie konieczności powrotu tematyki tożsamości w sieci (niegdyś tematu cieszącego się sporym zainteresowaniem badaczy, a w ostatnich latach schodzącego nieco na dalszy plan). Ten ostatni wątek pojawił się przy okazji obszernej dyskusji poświęconej serwisom mikrobloggingowym (jak Twitter) oraz Facebookowi na liście dyskusyjnej Association of Internet Researchers (wątki



pomijanego w popularnych dyskusjach wokół Facebooka: o tym, kto ma do naszego profilu dostęp, decydujemy sami, mając możliwość ograniczenia tego dostępu tylko do osób, które znamy i które są naszymi „przyjaciółmi” (popularne artykuły na temat Facebooka prezentują ten serwis tak, jakby był otwarty dla każdego użytkownika sieci, co nie jest prawdą). Takie narzędzie pojawiło się tuż po pierwszej wielkiej kampanii użytkowników Facebooka przeciw... Facebookowi.

### Strefa negocjacji

Wydaje się, że przypadek Facebooka wpisuje się znakomicie w przywołany już wcześniej mechanizm prosumpcji – warto zatem przyjrzeć się debatom, które istotnie zaważyły na losach serwisu. Już we wrześniu 2006 roku Mark Zuckerberg musiał zmierzyć się z falą krytyki ze strony użytkowników: wprowadzone świeżo narzędzie News Feed (stanowiące jeden z zasadniczych rysów portalu, ale ulegające znaczącym modyfikacjom na przestrzeni ostatnich 3 lat), którego zadaniem było informowanie o zmianie statusów przyjaciół oraz o ich sieciowej aktywności, wcale nie spotkało się początkowo z życzliwym przyjęciem. Pojawiły się znane argumenty o naruszeniu granic osobistej wolności i prywatności – Zuckerberg odpowiedział na blogu firmy (oczywiście prowadzonym na Facebooku), otwarcie i zdecydowanie przyznając się do błędu w założeniach nowego narzędzia oraz w komunikacji z odbiorcami już w pierwszym zdaniu: „Rzeczywiście to schrzaniliśmy” (Zuckerberg 2006). Podziękował także krytykom, wskazując, że to dzięki nim nowa usługa mogła zostać ulepszona (pojawiły się opcje kontroli, jakie informacje są udostępniane i komu). Najistotniejszy wydaje się jednak fakt, że cała burzliwa debata zainspirowała Zuckerberga do zainicjowania grupy dyskusyjnej (na Facebooku), Free Flow of Information on the Internet, gdzie jednym z głównych wątków miała być debata nad kształtem i formą dzielenia się wiedzą za pomocą odpowiednich narzędzi i aplikacji. W opisie możemy przeczytać: „Internet pozwala na lepszą komunikację i szybszy przepływ informacji niż kiedykolwiek wcześniej, ale musimy opracować taki sposób tworzenia sieci oraz budowania aplikacji, aby pomóc ludziom komunikować się za pomocą tego medium wydajnie”. Jednocześnie charakter grupy został określony jako „zainteresowania – polityka” (Facebook 2009b), co jest kolejnym symptomem zmiany wizerunku technologii i postrzegania jej w kategoriach społecznych, kulturowych oraz politycznych.

Czasami jednak negocjacje nabierały radykalnego wyrazu, jak w przypadku pozwu złożonego 30 maja 2008 przeciw Facebookowi przez studentów wydziału prawa Uniwersytetu w Ottawie. Studenci uznali, że Facebook nie dostarcza wyczerpujących informacji na temat tego, w jak sposób dzieli dane o użytkownikach ze stronami trzecimi, niektóre punkty regulaminu użytkowania łamią kanadyjskie przepisy chroniące dane osobowe oraz prawo do prywatności, co zaskarżyli do kanadyjskiego odpowiednika naszego GODO (Privacy Commissioner of Canada). Kanadyjski urząd dopatrzył się zaniedbań ze strony Facebooka w przypadku dostępu do informacji o użytkownikach ze strony stron trzecich udostępniających aplikacje zewnętrzne, braku możliwości kasowania i deaktywacji kont użytkownika oraz zasad udostępniania informacji osobom, które nie są użytkownikami Facebooka.

---

„Twittering”, „Food updates”, „My Breakfast”) między 2 a 4 listopada 2009), dostępne w archiwum listy.

W przypadku wprowadzającego w błąd języka regulaminu oraz aplikacji Facebook Mobile skarga została uznana za bezzasadną, a w kwestii ustawień prywatności zaprojektowanych przez system jako domyślne urząd uznał, że skarga jest uzasadniona, ale jednocześnie problem został rozwiązany na podstawie korekt zaproponowanych przez samą firmę. Do rozstrzygnięcia pozostały kwestie związane zwłaszcza z udostępnianiem danych stronom trzecim – tym przypadku kompromis został wypracowywany we współpracy między urzędem, University of Ottawa Law & Technology Students Society, Canadian Internet Policy and Public Interest Clinic (organizacją zlokalizowaną również na wydziale prawa Uniwersytetu w Ottawie) oraz Facebookiem. Facebook został zobligowany do wypracowania rozwiązań będących w zgodzie z kanadyjskim prawem – wiele z nich zresztą później prezentowano i szeroko komentowano w mediach jako podwyższenie standardów ochrony prywatności w popularnym serwisie (m.in. możliwość kasowania i deaktywacji konta) oraz wprowadzenie kilku poziomów dostępu do informacji zarządzanych przez samych użytkowników\*. Najpoważniejszym polem batalii okazała się kwestia dostępu do informacji osobistych użytkowników przez firmy i osoby zewnętrzne tworzące aplikacje dla serwisu – zmiany były wprowadzane w kilku rundach, po serii kolejnych zaleceń oraz dyskusji na ich temat między kanadyjskim urzędem a Facebookiem. Ostatecznie w sierpniu 2009 wypracowano kompromis, w którym Facebook zgodził się także wprowadzić zmiany mające skutek także w przypadku już istniejących rozwiązań w swoim API (ostateczny termin implementacji uzgodniono na 1 września 2010), oddając częściową kontrolę nad tym, jakie informacje użytkowników (i w jakim celu zostaną owym trzecim stronom) udostępnione. Wyraźnie zaznaczył się także konflikt między wymaganiami, jakie musi spełniać aplikacja o charakterze społecznościowym, umożliwiającą jak najszerszą interaktywność, a regulacjami chroniącymi prywatność użytkowników sieci, co samo w sobie jest interesującym tematem do dalszych badań.

Rok 2009 przyniósł kolejną batalię, w której górą okazali się użytkownicy (podobnie jak wcześniej w przypadku opcji Facebook Beacon, mającej śledzić nasze zakupy w sieci i informować o tym znajomych z listy). W lutym 2009 pojawiła się ze strony Facebooka propozycja zmian w dotychczasowym regulaminie (Terms of Service) – jeden z punktów stwierdzał, że Facebook przejmuje prawo do wykorzystania zasobów użytkowników zamieszczonych w serwisie, w tym również tych, którzy zrezygnują z aktywności. Pomysł spotkał się z druzgocącą krytyką, choć proponowane rozwiązania, jak się wydaje, mogły mieć związek z sugestiami kanadyjskiego urzędu ochrony prywatności (m.in. kwestia udzielania swoistej licencji dla Facebooka na informacje wymieniane za jego pośrednictwem). Podobnie jak w przypadku kontrowersji wokół News Feed, również i tym razem Zuckerberg osobiście tłumaczył ideę wprowadzenia zmian (Zuckerberg 2009), które w końcu nie zostały zrealizowane. Ostatecznie jednak efektem żywiołowej dyskusji toczącej się na łamach tradycyjnych gazet, blogów, komunikatorów i samego Facebooka było wprowadzenie kolejnej innowacji w zakresie komunikacji z użytkownikami serwisu: powrócono do starej wersji Terms of Service, ale jednocześnie zaproponowano dwa dokumenty, które miałyby regulować zarządzanie Facebookiem oraz

---

\* Pełna dokumentacja procesu, włącznie z oryginalnym pozwem, dostępna jest na stronach Office of the Privacy Commissioner of Canada, [http://www.priv.gc.ca/index\\_e.cfm](http://www.priv.gc.ca/index_e.cfm)

postępowanie w ramach serwisu, umożliwiając większy udział w obu procesach społeczności użytkowników (Zuckerberg 2009b). Znane jako Facebook Principles oraz Statement of Rights and Responsibilities, zostały internautom zaoferowane jako przedmiot dyskusji – przez miesiąc można było debatować i wносить uwagi czy poprawki. Idea polegała także na wprowadzeniu głosowania nad poprawioną wersją dokumentów. Sięgnięto więc po quasi-demokratyczne procedury, a język dokumentów, jak zwraca uwagę jeden z publicystów, przypomina rodzaj konstytucji czy aktów prawnych przyjmowanych przez organy demokratycznych państw (Parr 2009), zwłaszcza Facebook Principles. Dyskusję wokół niektórych zapisów (szczególnie paragrafu 2.3 dotyczącego praw autorskich do zamieszczanych materiałów oraz 4.3 wprowadzającego obostrzenia dla użytkowników zlokalizowanych w krajach objętych amerykańskim embargo (obecnie punkt 16. SRR) obrazuje grupa dyskusyjna pod nazwą „7000 against section 2.3 of Fbook Statement of Rights and Responsibilities” (7 tysięcy to wg propozycji Facebooka liczba komentarzy wymagana do włączenia jakiegoś wniosku do dyskutowanych propozycji). Ostatecznie oba dokumenty zostały przyjęte i dzisiaj stanowią podstawowe dokumenty regulujące działalność Facebooka. Swoistym ironicznym postscriptum do najgorętszej z dyskusji dotyczącej serwisu mogą być wyniki badań przytoczonych na liście dyskusyjnej Association of Internet Researchers: spośród badanej grupy studentów pierwszego roku korzystających z Facebooka, 98% nie zmienia na Facebooku domyślnych ustawień dotyczących prywatności.

Jak ważna jest kwestia właściwej komunikacji z odbiorcami i jak kolosalna różnica dzieli rodzime inicjatywy Web 2.0 od ich światowych odpowiedników, pokazuje przykład portalu Nasza-klasa.pl, a dokładniej wprowadzone we wrześniu 2009 narzędzie, zwane „Śledzikiem”. Przypomina ono nieco Facebookowy News Feed, który informuje o tym, co robią w sieci znajomi. Użytkownicy nie polubili tej opcji, czemu zaczęli dawać dość zdecydowany wyraz. W serwisie Alert 24 pojawiła się informacja, że konta, na których pojawia się negatywna w stosunku do opcji opinia, są blokowane. Rzeczniczka firmy tłumaczyła, że to kwestia ustawień systemu, który mógł potraktować tę wzmożoną komunikację użytkowników jako spam, ale wersja z „blokowaniem kont” długo jeszcze krążyła na Naszej-klasie oraz w innych serwisach informacyjnych. Niezadowolenie konsumentów nie zostało w żaden sposób twórczo wykorzystane, a przecież można je odczytać jako zaangażowanie w markę, zwłaszcza że Nasza-klasa to rzeczywiście polski fenomen frekwencyjny. „Śledzik” pozostał, a dyskusja nie została podjęta. Podobnie było z każdą nową opcją wprowadzaną przez Naszą-klasę: nowe narzędzia pojawiają się zazwyczaj wyłącznie jako rzecz „dana z góry” przez samą firmę, powiązania z reklamą są także znacznie bardziej toporne (w postaci nieustannie migających bannerów i rozmaitych konkursów, których reklamowy cel jest oczywisty). Konta użytkowników są również bombardowane spamem (co na Facebooku jest bardzo rzadkie i spotyka się z sądową reakcją ze strony firmy – w okresie mojej dwuletniej obecności uporczywy spam reklamowy zdarzył się tylko raz i to, co znamienne, ze strony polskiego Heyah). Co zabawne, zupełnie zalane spamem są komentarze do postu na blogu rzeczniczki n-k dotyczącego właśnie nieszczęsnego „Śledzika” (<http://nasza-klasa.pl/blog/wpis/143/komentarze?page=2> stan na 30.10.2009). Casus Naszej-klasy domagałby się oczywiście bardziej dogłębnej analizy, przywołany przykład

pokazuje jednak wyraźnie ową jednokierunkowość komunikacji, pokazuje to także firmowy blog, który jest zwykłym słupem ogłoszeniowym skrzyżowanym z czasopismem popularyzatorskim (co pewnie ma związek ze specyfiką użytkowników, nie będących doświadczonymi użytkownikami sieci).

W zarysowanym tutaj pokrótce przykładzie aktywności prosumenckiej jako serii negocjacji zwraca uwagę jednak inny proces, rozgrywający się nieco głębiej. Jakkolwiek debata wokół prywatności, praw użytkowników do zarządzania dostarczaną zawartością czy zrozumiałego języka w regulaminach użytkowania jest niezwykle istotna, to chcę zwrócić przede wszystkim uwagę na tryb, w którym ta dyskusja się toczy. Z zaprezentowanego tutaj ułamka takiego obszaru negocjacyjnego<sup>\*</sup> wyłania się wyraźna praktyka rozgrywania debaty krytycznej wewnątrz samego Facebooka, na którym mnożą się listy, grupy i inicjatywy krytyczne wobec serwisu, ale spotykające się ze zdecydowaną aprobatą samej firmy. Symptomatyczne są gesty Marka Zuckerberga będące reakcją na krytykę posunięć firmy: skierowanie debaty do odpowiednich grup dyskusyjnych (w pierwszym przypadku taką rolę pełniła grupa „Free Flow of Information on the Internet”, w drugim quasi-demokratyczny proces wzorowany na klasycznych modelach deliberacyjnej przestrzeni publicznej wraz z procedurą głosowania). Cieszą się one zresztą olbrzymim powodzeniem i gromadzą zazwyczaj duże grupy zainteresowanych (grupa „7000 against section 2.3 of Fbook Statement of Rights and Responsibilities” liczy blisko 9800 członków, „Free Flow of Information on the Internet” – blisko 13 000). Trzeba jednak pamiętać, że model biznesowy Facebooka oparty jest przede wszystkim na idei ruchu użytkowników, przepływu informacji i danych. Mówiąc krótko, serwis musi gromadzić globalną klientelę na masową skalę – do pewnego stopnia pojawienie się konfliktów na linii firma–użytkownicy jest w takim przypadku oczywiste i bywa tylko kwestią czasu (zarządzanie tego typu przedsięwzięciem jest niezwykle złożone). Wydaje się, że skierowanie owej krytyki „do wewnątrz”, tak aby rozgrywała się w granicach Facebooka, powinno być postrzegane w podwójnej optyce, którą zarysowałam we wstępie: bez wątpienia użytkownicy mają większy niż w przypadku innych serwisów udział w zarządzaniu Facebookiem i jego współtworzeniu i nie można nie zauważyć procedur demokratyzacji w obszarze, który w bardziej tradycyjnych firmach jest definiowany jako czysto biznesowy. Nie można jednak także nie zauważać, że nadrzędną ramą jest logika nowego oblicza sieci, której użytkownicy są nie tylko autonomicznymi współtwórcami wykorzystującymi dla własnych celów narzędzia komunikacyjne; są także (niektórzy twierdzą, że przede wszystkim) coraz częściej tyleż dostarczycielami zawartości, co źródłem danych oraz właściwym zasobem, na którym buduje się biznes (Schäfer 2008; Dijk 2009). Określenie „zawartość tworzona przez użytkowników” (*user-generated content*) weszło już na dobre do języka współczesnej reklamy i biznesu, jako wręcz gatunkowe i definiujące dla nowych modeli biznesowych, dlatego skupianie się na tym aspekcie Web 2.0 wydaje się być niewystarczające i nieco naiwne. Nie byłoby jednak dobrze, gdybyśmy

---

\* Nie poruszyłam bowiem zagadnienia np. dyskusji toczących się wokół zasygnalizowanej jedynie platformy developerskiej oraz procedury dostarczania aplikacji, a to dla wielu małych, niezależnych firm jedno z istotnych źródeł biznesowego sukcesu; pominęłam też najbardziej widoczne dyskusje dotyczące zmiany interfejsu, ale te drugie mają przewidywalną dynamikę i często protest użytkowników wiąże się z niechęcią wobec zmian – obie z pewnością zasługują jednak na oddzielne opracowanie.

– analizując praktyki współczesnej cyberkultury – wylali dziecko z kąpielą, uznając, że da się te nowe sytuacje komunikacyjne opisać za pomocą nieadekwatnych modeli teoretycznych zbyt zobowiązanych szkole frankfurckiej w jej najbardziej dogmatycznym kształcie czy podejściowym naiwnie marksistowskim, zbyt mocno skoncentrowanym na ekonomii politycznej i przywiązaniem do spiskowej wizji machinacji kapitału. Kolejnym ironicznym dopowiedzeniem jest bowiem wiadomość z września 2009: w tym właśnie miesiącu, po pięciu latach istnienia, Facebook stał się po raz pierwszy w swej spektakularnej historii przedsięwzięciem zyskowym... Mimo peanów prasy na temat „świetnego modelu biznesowego” oraz sukcesu w przyciąganiu odbiorców, sam Mark Zuckerberg (najmłodszy miliarder świata i najmłodszy prezes zarządu), bardzo wstrzemięźliwie odpowiadał na pytania, jakie zyski przynosi jego przedsięwzięcie. Co pokazuje, że można historię Facebooka opisać również w zupełnie innej perspektywie, która jednak nie unieważnia pozostałych: jako złożonej gry, w której aktorami będą nie tylko użytkownicy, firma i urzędy państwowe, ale także (a może przede wszystkim) kalifornijskie firmy inwestycyjne.

P.S. Tekst powstał we wrześniu 2009 roku, a przygotowanie do publikacji ma miejsce w drugiej połowie 2010 roku – w przypadku tak dynamicznie rozwijających się fenomenów kilkanaście miesięcy oznacza całą epokę. Jest to w dodatku epoka, który przyniosła choćby ciesząc się uznaniem publiczności i krytyki film Davida Finchera, *The Social Network*, który w znacznie mierze przyczynił się do wykreowania zmitologizowanego, utrzymanego w ramach hollywoodzkiej opowieści o ambitnym bohaterze wizerunku Marka Zuckerberga. Generalne hipotezy postawione przeze mnie w tekście okazały się jednak zadziwiająco bliskie rzeczywistości – otwarcie Facebooka na krytykę, elastyczność serwisu i próba wciągnięcia użytkowników w grę o podejmowaniu decyzji okazują się być źródłami sukcesu. Pokazuje to porównanie zarówno z MySpace.com, jak i polską Naszą Klasą, która przekształciła się w seriws n-k. Oba portale lawinowo tracą użytkowników na rzecz Facebooka.

## Bibliografia

- Aarseth E. (1997), *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*, Baltimore–London: John Hopkins University Press.
- Arango T., Stelter B. (2009), „Losing Popularity Contest, MySpace Tries a Makeover”, „New York Times”, 3.05.wersja online: <http://www.nytimes.com/2009/05/04/technology/companies/04myspace.html> [15.09.2009].
- Applebome P. (2004), „On Campus, Hanging Out by Logging In”, New York Times 1.12.2004, wersja online: <http://www.nytimes.com/2004/12/01/nyregion/01towns.html?scp=2&sq=Facebook&st=nyt> [10.08.2009].
- Dijk van I. (2009), „Users Like You? Theorizing Agency in User-generated Content”, „Media, Culture&Society” 31.
- Domaszewicz Z. (2006), „Web 2.0 to rewolucja w Internecie?”, <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,68367,3196659.html> [20.10.2008].
- Galloway A. (2004), *Protocol. How Control Exists After Decentralization*, Cambridge: MIT Press.

- Galloway A., Thacker E. (2007), *The Exploit. A Theory of Networks*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Lenhart A. (2009), „Adults and Social Network Websites”, Pew Internet & American Life Project, wersja online: <http://www.pewinternet.org/Reports/2009/Adults-and-Social-Network-Websites.aspx> [18.10.2009].
- Manovich L. (2008), *Software Takes Command*, wersja elektroniczna z 20.11.2008, <http://www.softwarestudies.com.softbook> [2.12.2008].
- Miller C.C. (2009), „Who's Driving Twitter Popularity? Not Tweens”, New York Times, 25.08.2009, wersja online: [http://www.nytimes.com/2009/08/26/technology/Internet/26twitter.html?\\_r=1&th&emc=th](http://www.nytimes.com/2009/08/26/technology/Internet/26twitter.html?_r=1&th&emc=th) [5.09.2009].
- Nacher A. (2009), „Projektowanie jako negocjacja – między dominacją kodu a ekstazą party-cypacji”, „Kultura Współczesna” 3(61).
- Parr B. (2009), „The Facebook Democracy: How It Will Affect You?”, „Mashable – The Social Media Guide”, 24. kwietnia 2009, <http://mashable.com/2009/04/05/facebook-democracy/> [8.09.2009].
- Schäfer M.T. (2008), *Bastard Culture! User Participation and the Extension of Culture*. rozprawa doktorska, publikacja elektroniczna <http://www.mtschaefer.net/entry/defending-my-bastard-culture/> [23.11.2008].
- Siklos R. (2006), „Virtual World but Real Money”, „New York Times”, 19.10.2006, wersja online: [http://www.nytimes.com/2006/10/19/technology/19virtual.html?pagewanted=1&\\_r=1&sq=Linden%20Lab&st=Search&scp=13](http://www.nytimes.com/2006/10/19/technology/19virtual.html?pagewanted=1&_r=1&sq=Linden%20Lab&st=Search&scp=13) [10.09.2009].
- Tapscot D., Williams A.D. (2008), *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Zuckerberg M. (2006), „An Open Letter from Mark Zuckerberg”, <http://blog.facebook.com/blog.php?post=2208562130> [10.09.2009].
- Zuckerberg M. (2009), „On Facebook, People Own and Control Their Information” <http://blog.facebook.com/blog.php?post=54434097130> [12.09.2009].
- Zuckerberg M. (2009b), „Governing the Facebook Service in an Open and Transparent Way” <http://blog.facebook.com/blog.php?post=56566967130> [12.09.2009].
- Facebook Principles:  
<http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf#/principles.php> [5.09.2009].
- Facebook Statement of Rights and Responsibilities:  
<http://www.facebook.com/terms.php?ref=pf#/principles.php> [5.09.2009].
- Archiwum listy mailingowej Association of Internet Researchers,  
<http://listserv.aoir.org/pipermail/air-l-aoir.org/>  
 Facebook, 2009
- Facebook, 2009c <http://www.facebook.com/group.php?gid=2208601394>

## Web 2.0: between wikinomia and counterculture: Facebook

### Abstract

The article elaborates on discursive and commercial strategies of Facebook, aimed at incorporating any criticisms and discontent from its users within discussion groups formed at Facebook itself. Two major campaigns to overthrow and reject changes put forward by the



service's management have been presented as micro case studies; the campaigns resulted in implementing the Facebook Statement of Rights and Responsibilities, a quasi-democratic set of rules worked out with the users over a few weeks when voting procedures were introduced to accept the rules. Such a strategy – along with an open API policy and drawing a number of small companies specializing in providing Facebook-related applications and games – can be one of the sources of Facebook's global success. Comparison is drawn with Polish social networking site, Nasza-klasa (currently nk.pl), which communicates with its users in a much more one-direction, top-bottom way. Such strategy is clearly designed rather to overcome criticism from the users than to accommodate it (to boost emotional investments from them). The bottom line, though, is the fact that Facebook, as a social networking site capitalizing on the circulation of data generated by its users, advantages from any heated discussion among them, as long as it is kept within borders of Facebook and held under its logo.

**Key words:** web 2.0, social media, presumption, wikinomia, Facebook

### **Anna Nacher**

adiunkt w Instytucie Sztuk Audiowizualnych Uniwersytetu Jagiellońskiego (Katedra Mediów Audiowizualnych). Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na teorii mediów w perspektywie kulturoznawczej, studiach genderowych, antropologii audiowizualności, przemianach związanych z procesami globalizacyjnymi. Autorka książki *Telepłcieć. Gender w telewizji doby globalizacji* (2008) i licznych artykułów w pracach zbiorowych, „Przeglądzie Kulturoznawczym”, „Kulturze Współczesnej”, „Kulturze Popularnej” i „Opcjach”. Autorka bloga poświęconego dydaktyce i zainteresowaniom naukowym (<http://nytuan.wordpress.com>).

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

*Zbigniew Bauer*

## Internet – medium czy świat?

W niewielkiej książeczce, zatytułowanej identycznie jak jedna z części sławnej trylogii Manuela Castellsa, *Społeczeństwo Sieci* (dodajmy, że taki tytuł nosi jedynie polski przekład dzieła autora *Galaktyki Internetu*), kanadyjski badacz nowych mediów, Darin Barney pisze:

Mówi się, że media cyfrowe posiadają cechy techniczne, które przynajmniej w jakimś sensie podważają model mass mediów. W tym sensie Internet jest na pewno masowym środkiem przekazu, ponieważ dociera do coraz liczniejszych rzesz odbiorców. Jednakże niekoniecznie czyni to z jego użytkowników odbiorców masowych, którzy zwracają uwagę na to samo w tym samym czasie. [...] techniczne właściwości medium polegają na tym, że umożliwia ono w znacznym stopniu dostosowanie albo indywidualizację konsumpcji kulturowej. Dzieje się tak z kilku powodów: decentralizacja produkcji/dystrybucji dzięki podłączonemu do sieci komputerowi osobistemu wywołała eksplozję różnorodnego materiału kulturowego, dostępnego z wielorakich zdekoncentrowanych źródeł; konwersja materiału do wersji cyfrowej ułatwia kopiowanie, przebudowę, przywłaszczenie i dystrybucję drogami niezamierzonymi przez autora materiału; interfejsy cyfrowe podnoszą rolę sygnalizowania indywidualnych preferencji i wyboru (i nieprzewidywalności) w odbiorze kulturowych informacji; asynchroniczna natura medium umożliwia rozproszonym w sensie fizycznym użytkownikom angażowanie się w kulturalną konsumpcję wtedy, kiedy sami o tym decydują; digitalizacja umożliwiła również pokonywanie ograniczeń «przepustowości», które wcześniej ograniczały kanały przenoszenia kultury do względnego minimum (wszechświat telewizji z kanałami; cyfrowe radio; wzrost ilości nowych źródeł on-line itd.), zatem po raz kolejny zwiększył się indywidualny wybór (Barney 2008: 200–201).

Przekonanie, że z nowymi mediami jest „coś nie tak”, że wymykają się one klasycznej formule charakteryzującej media masowe, powstałej – co warto zauważyć – w modelu kultury modernistycznej (z wyjątkiem telewizji, która zdaniem wielu badaczy jest ucieleśnieniem cech medium postmodernistycznego), koliduje z uporczywymi próbami opisywania ich tak, jakby były one mediami tradycyjnymi. Nie chodzi tu zresztą wyłącznie o naukową charakterystykę Internetu, ale o działania, coraz bardziej spektakularne, które zmierzają do sprowadzenia Sieci do tej samej



roli, jaką w pierwszych siedmiu dekadach XX wieku odgrywały prasa, radio i telewizja. Myślę tutaj o próbach ograniczania możliwości korzystania z zawartości Wielkich Mediów przez blogerów i innych użytkowników Internetu (m.in. sławne oświadczenie Ruperta Murdocha w sprawie pobierania opłat za cytowanie publikowanych przez jego media treści; zdumiewający swoją surowością wyrok na twórców serwisu „Pirate Bay”, trackera plików torrentowych; skomplikowane procesy, w jakie został uwikłany przed swoim ostatecznym zniknięciem serwis Napster, a także zawirowania wokół serwisów YouTube czy Flickr; kłopoty, na jakie napotykał pomysłodawcy digitalizacji zbiorów książkowych z projektu GoogleBooks; groźby kar za używanie serwisów PAP bez opłat z tego tytułu itd.). Problem tkwi nie tylko w pytaniu, jak korzystamy z treści obecnych w Sieci i w jakim stopniu zdajemy sobie sprawę, że stanowią one czyjąś intelektualną własność. Zostaje ów problem poszerzony także na pytanie, co w Sieci umieszczać wolno, a co powinno być z niej usuwane, „moderowane”, czyli sprowadzone do reguł przyjętych nie tyle w codziennym społecznym życiu, ile w mediach – takich, jakimi widzieliśmy je przez dziesiątki lat. Inne przykłady to sławna afera blogerki Kataryny, rozpętana przez dziennikarzy springerowskiego „Dziennika”, a także dyskusja, jaką wywołał Jacek Żakowski artykułem o „chamstwie w Sieci”, które – jego zdaniem – powinno być zdecydowanie z niej relegowane przez ludzi odpowiedzialnych za internetowe fora portali informacyjnych.

Gdybyśmy wszystkie te zjawiska sprowadzili do prostego modelu, okazałoby się, że przybrałyby one postać dwubiegunowej opozycji „wolności” i „ograniczenia”. Regulacje postulowane przez przedstawicieli mediów tradycyjnych – oskarżanych przez stronę przeciwną o paniczną próbę zachowania swojej dawnej hegemonicznej pozycji – zmierzają do posługiwania się systemem ograniczeń, nakazów i zakazów, mikropłatności (które i tak nie mogą być w sposób skuteczny egzekwowane od użytkowników Sieci). Model ten, który można sprowadzić do konfliktu netodulów i netoklastów, przywołuje na myśl równie nierozstrzygnięty spór między tymi, którzy o kulturze oralnej chcieliby wypowiadać się tak, jakby była kulturą pisma (druku), a tymi, którzy wprawdzie dostrzegają odmienną oralitykę/piśmienności, niemniej opisując kultury zasadniczo oralne, próbują dopatrzeć się w nich cech zapowiadających nadejście fazy piśmiennej, co siłą rzeczy prowadzi do wniosku, że kultury przedpiśmienne są niższymi fazami rozwoju kulturalnego (por. Godlewski 2008: 149–198).

Trudno się dziwić takiej sytuacji: w procesach poznawczych zawsze tkwi pragnienie „oswojenia” nowości, to znaczy sprowadzenie nieznanego zjawiska i przedmiotów do tego, co znane i bliskie. Właśnie dlatego, myśląc o Sieci i o treściach w niej obecnych lub przez nią dystrybuowanych, posługujemy się kategoriami i pojęciami, które wpisało w naszą świadomość użytkowanie tradycyjnych mediów. Tym samym akceptujemy – nawet sobie z tego nie zdając sprawy – to wszystko, co mieściło się w paradygmacie medialnym epoki przedsięciowej: opresyjność, narzucanie ważności spraw, traktowanie odbiorcy jako „towaru”, który właściciele Wielkich Mediów sprzedają swoim reklamodawcom i jako „masy” niezdolnej do wyrażania sprzeciwu innego niż zaniechanie kupna gazety czy wyłączenia odbiornika (względnie przestrojenia go na inny kanał). Jeszcze innym aspektem jest integralność przekazu

medialnego, która w przestrzeni komunikacyjnej Sieci ulega zakwestionowaniu: może być dowolnie użytkowana, to znaczy – kopiowana, parodiowana, zniekształcana i morfizowana, co budzi silny opór i domaga się – zdaniem netoklastów – poskromienia. Netodule uważają, że właśnie w taki sposób – przez możliwość parodii i dzięki nieposkromionej władzy „samplingu” – kultura zachowuje ciągłość, w przeciwnym razie transport idei do umysłów pokolenia ukształtowanego w epoce ekranów i komputerowej myszy zamarłby na zawsze (Rose 1993). Ceną za taki stan rzeczy jest utrata (na kolejnych etapach transformacji przekazu) świadomości pierwszego źródła, jednak sama trwałość zostaje zachowana, a przecież to ona jest najważniejsza dla samej definicji kultury.

Sieć stała się metaforą społeczeństwa otwartego, obywatelskiego, uwolnionego spod tyranii wszelkich dyskursów władzy, a w takiej sytuacji trudno dyskutować z kimś, kto w tę wartość wierzy, gdyż z etosem wolności spierać się nie sposób. Internet jest przesiąknięty duchem kontrkultury końca lat sześćdziesiątych XX wieku w takim samym stopniu, jak media tradycyjne przenika duch rewolucji przemysłowej i dojrzałego kapitalizmu. O tym, że na Sieć nakłada się coraz grubsza warstwa kultury medialnej zorientowanej na zysk i wyrastającej z XIX-wiecznych źródeł, netodule zdają się nie pamiętać. To nie jest jednak spór o „zabawki” – jak zawsze traktowano wszystkie wynalazki w dziedzinie komunikacji i mediów. Na naszych oczach rozstrzyga się spór o wiele poważniejszy: jesteśmy świadkami zmagania się wielkich kulturowych formacji. Jesteśmy przekonani, że w formacji nadchodzącej tkwi ogromny potencjał, ale jednocześnie nie potrafimy przyznawać jej racji w sposób bezdyskusyjny. Wiemy też, że kapitalistyczne czy nawet postkapitalistyczne media są siłą negatywną, jednak nie potrafimy jej odrzucić. W osobliwy sposób to właśnie w nich pokładamy nadzieję. Wiemy, że nowe media dysponują jeszcze lepszymi niż tradycyjne możliwościami manipulowania publicznościami, „uwodzenia” ich retoryką uczestnictwa, „personalizacji” potrzeb i szans ich zaspokojenia, produkowania światów „on demand” – a jednak także nie potrafimy ich odrzucić. Wiemy, że Sieć dopuszcza do głosu nie tylko tych, którzy głosu tego nie mieli, ale przede wszystkim tych, którzy nic do powiedzenia nie mają, a w każdej formacji kulturowej oni stanowią większość. Ich „nie-mam-nic-do-powiedzenia” samo w sobie staje się wartością. Przywołajmy raz jeszcze Darina Barneya:

[...] wielu widzi w technicznej defragmentacji kultury upadek szczególnych zalet wspólnoty kulturowej. Internet nie ujednolica kultury, pozwalając na stopień uniszczewienia, który radykalnie ogranicza naszą konfrontację z różnorodnymi praktykami kulturowymi i artefaktami oraz podważa wspólne kulturowe doświadczenia, które mogą rozwijać dbałość o podzielane, wspólne dobra. Zgodnie z tym poglądem, Internet przemienia codzienne wiadomości w coś, co można by zatytułować „Codzienne wiadomości o mnie”. Kultura przestaje być środowiskiem tradycji i praktyk, których uczymy się i które rozdzielamy, a staje się po prostu powieleniem naszych indywidualnych wyborów. Przestaje ona być czymś, co łączy nas z innymi w dzielanych systemach znaczenia, a za to oddala nas od innych ze względu na nasze wyjątkowe połączenie preferencji, zainteresowań i wyborów. Zgodnie z tym, Internet jest zatem doskonałym instrumentem rozszerzania kultury radykalnego indywidualizmu, narcyzmu i głupoty, która w sposób ironiczny zakłada, że nie istnieje nic takiego jak kultura, a jedynie swobodnie i samodzielnie podjęte indywidualne wybory (Barney 2008: 202).

Moglibyśmy w tym widzieć dowody ekspansji i „kultu amatora”, nad czym żył się Andrew Keen, prorokując, iż mieszanina egoizmu, złego smaku i ignorancji stworzy znakomity klimat dla rządów małych (Keen 2007: 32), dla których nie będzie miało znaczenia, czy ważniejsza jest wiadomość o nadchodzącej katastrofie klimatycznej, czy też przesłana globalnej społeczności wieść o śmierci ulubionego chomika, umieszczona w serwisie Twitter lub Blip. W takim ujęciu Internet jawi się jako ucieleśnienie wizji światowych rządów tłuszczy, która unicestwi proroków, ekspertów i prawodawców, względnie będzie ustawicznie powoływać własnych, wiecznie nowych – a następnie niszczyć ich i obalać, ciesząc się z ich upadku.

Zapewne w wielu punktach Keen przesadza i wpada w ton zanedo alarmistyczny, niemniej trudno się nie zgodzić z jego tezą o upadku elitarności i – generalnie – zaniku stratyfikacji w sferze kultury, która to stratyfikacja dla amerykańskiego publicysty jest gwarantem zarówno trwałości, jak też ważnym czynnikiem kulturowego rozwoju. Dystrofia linii wyznaczających w kulturze strefy i warstwy, jakieś TU i TAM, NIŻEJ i WYŻEJ, może być rozumiana jako pochodna generalnych cech kultury postmodernistycznej, którą Tadeusz Miczka (Miczka 2002: 144 i n.) nazywa neo-kulturą, przeciwstawiając ją paleo-kulturze (analogicznie do sposobu, w jaki Odin Francesco i Roger Casetti piszą o przeobrażeniach telewizji [Casetti & Odin 1994]). Oczywiście, co zauważa autor, takie „czyste” modele kultury nie istnieją; realnie stykamy się z ich mieszaninami, a raczej z ujawniającymi się w ten czy inny sposób konfliktami, i zapewne współcześnie konflikty te się nasiliły, gdyż ze sfery wyłącznie conceptualnej i pojęciowej przeniosły się do sfery mediów, wielkiego biznesu i polityki. Cechą neo-kultury byłby, według Miczki, brak zinstytucjonalizowanej (np. w postaci szkoły) racjonalności, poczucia spójności, wyraźnych granic między „ja” i „nie-ja”.

Zachowania kulturowe są w niej podporządkowane przede wszystkim rytmowi dnia codziennego i jego treściom. Jej struktura upodabnia się do nieprzerwanego strumienia myśli i działań, który znosi lub co najmniej rozmywa tradycyjny podział na dobrą rozumność i złą nierozumność (Miczka 2002: 145).

Brzmi to jak charakterystyka serwisów mikroblogowych. Według Tadeusza Miczki neo-kultura odznacza się monolitycznością i heterogenicznością, zachwianiem poczucia linearności czasu (w paleo-kulturze teraźniejszość jest konsekwencją przeszłości, a ranga wartości jest legitymizowana przez autorytety, zakotwiczone wzory zachowań, ocen, schematów rozumowania w *continuum* historii), a także pomniejszaniem rangi przeszłości, „ponieważ utrudnia ona spełnianie marzeń o nieograniczonej wolności” (Miczka 2002: 145). W paleo-kulturze istnieją centra ideologiczne, polityczne, a zapewne także stanowiące źródła wiedzy o świecie – czyli tradycyjne media. Ponieważ neo-kultura jest „obsesyjnie” tolerancyjna, każda wersja świata i każdy jego obraz jest równouprawniony. W realnych społeczeństwach, w których kultura „neo” miesza się i przenika z „paleo”, musi prowadzić to do konfliktów i konfrontacji, które – niezależnie od tego, do jakiej kultury się przyznajemy, przybierają postać ideologiczną i mogą być interpretowane jako zmaganie się dwóch dyskursów: fundamentalistycznego (lub konserwatywnego) i liberalnego.

Wzorce opisywania świata, do jakich przyzwyczaiła nas paleo-kultura (albowiem ciągle jeszcze znajdujemy się w obszarze jej wpływu), każą postrzegać

rzeczywistość jako obszar poprzecinany przez rozmaite granice i miedze (*limes*), które mogą być także progami (*limen*). Wyznaczają one sfery, w których pewne zachowania są dopuszczalne, nakazane lub zakazane, a przekroczenie progu wiąże się z zezwoleniem na zachowania odmienne (lub przeciwnie: ich zakazem). Nie istnieje kultura, która obecności takich progów nie przewiduje, albowiem wówczas stopiłaby się z naturą. Nasze istnienie przenika poczucie tożsamości z czymś i zarazem obcości wobec czegoś; bycie „wewnątrz” jest zarazem byciem „na zewnątrz” jakiegoś symbolicznego obszaru i z całą pewnością jest to czynnik determinujący naszą tożsamość. Victor W. Turner (Turner 2006: 241–42) zwraca uwagę, że jest to jedna z form opozycji „struktury” i *communitas*. Pisz:

To tak jakby istniały dwa główne „modele” dla ludzkich relacji, przeciwstawne i kolejno po sobie następujące. Pierwszy to model społeczeństwa jako ustrukturyzowanego, zróżnicowanego i często hierarchicznego systemu pozycji polityczno-prawno-ekonomicznych z wieloma rodzajami oceniania, który dzieli ludzi posługując się kategoriami „mniej” lub „więcej”. Drugi, który pojawia się w okresie liminalnym, jest modelem społeczeństwa pozbawionego struktury lub ze strukturą szczątkową i ze stosunkowo niezróżnicowanym *communitas*, społecznością, a nawet wspólnotą równych jednostek, które wspólnie poddają się władzy rytualnej starszyny. [...] Rozróżnienie między strukturą a *communitas* jest nie tylko prostą, znaną różnicą między tym, co świeckie, a tym, co święte albo między polityką a religią. [...] Liminalność oznacza, że ci na górze nie byłiby tam, gdyby nie istnieli ci na dole, a ten, kto jest na górze musi doświadczyć tego, jak to jest być na dole.

Dodajmy: każda kultura przewiduje – co jest przedmiotem badań Turnera – mniej lub bardziej skomplikowane rytuały „przejścia”, a więc „dla jednostek i grup życie społeczne jest procesem dialektycznym, który zawiera następujące po sobie doświadczenie bycia wysoko i nisko, *communitas* i struktury, jednorodności i zróżnicowania, równości i nierówności (Turner 2006: 142). Faza liminalna to doświadczenie „zawieszenia”, bezstatusowości, swoistego odarcia z dotychczasowej tożsamości. Można także powiedzieć, że każda kultura – wspierająca się na skomplikowanej strukturze wielorakich barier i granic – przewiduje również istnienie mechanizmów, które umożliwiają przekształcenie *limes* w *limen*, granicy w próg. Są to mechanizmy, które umożliwiają taką transformację w sferze mentalnej, świadomości tego, kto granicę przekracza tak, jakby to był próg, a także tych, którzy owo przekroczenie umożliwiają\*. Odnosząc się do interpretacji Turnerowskich w kontekście „zdarzeniowej” sztuki Beuysa, Anna Zeidler-Janiszewska zauważa:

Granice, a także podtrzymujące je opozycje oraz ich (częściowy) demontaż to także czołowe słowa-klucze w bardziej szczegółowych opisach przesłań, jakie implikują praktyki „zdarzeniowe”. W opisach tych dominują na ogół negatywne konotacje słowa „granica”, związane przede wszystkim z dzieleniem, rozgraniczaniem i – odpowiednio – pozytywne nacechowanie „transgresji”. Zapomina się przy tym, że zarówno jeden, jak i drugi termin otaczają także konotacje odwrotne: ustalenie granic może być niekiedy

---

\* W dyskusji p. dr hab. Janina Hajduk-Nijakowska zasugerowała mi, że lepszy i bliższym intencjom Turnera byłby termin „procedury liminoidalne”, gdyż chodzi o transgresje jedynie „przypominające” prawdziwe rytuały inicjacyjne.

dobrodziejstwem, a ich przekraczanie złem. [...] Kontynuując intuicje semantyczne Benjamina, przypomnieć można, że pojęcie progu jako „przestrzeni pomiędzy”, otacza inna semantyczna aura niż pojęcie granicy. Próg zaprasza niejako do przekroczenia go i obiecuje w efekcie coś pozytywnego: zmianę statusu, odzyskanie zdrowia, zdobycie nowej wiedzy czy umiejętności. [...] w dzisiejszym, spluralizowanym w różnych przekrojach społeczeństwie, coś, co jedna osoba lub grupa postrzega jako granicę (barierę), inna postrzegać może jako zapraszający do przejścia próg (Zeidler-Janiszewska 2006: 36–37)\*.

Jeśli zgodzimy się, że metafory Sieci stały się definiującym modelem naszego myślenia o współczesnym społeczeństwie i jego kulturze – przyjąć musimy również, że cechą tak pojmowanych społeczeństwa i kultury jest zanikanie granic i progów (por. wizję *fluid society* Z. Baumana). Koncepcja sieci eliminuje bowiem naturę „graniczności” i „progowości”, zastępując je pojęciem „dostępu”, zaś uzyskanie „dostępu” oznacza zarazem otrzymanie statusu „węzła” sieci. Oczywiście: uzyskanie dostępu można ujmować w kategoriach ekonomicznych (np. nabycie komputera i otrzymanie IP umożliwiającego korzystanie z Internetu), niemniej ważne są tutaj skutki kulturowe, socjologiczne i psychologiczne. Mechanizm „uzyskania dostępu” jako akt swoistej degradacji – a zarazem „podwyższenia” własnej pozycji związany z wejściem w posiadanie konkretnego przedmiotu (telefonu komórkowego nowszej generacji, umożliwiającego wysyłanie SMS-ów) znakomicie pokazuje film Katarzyny Rosłaniec *Galerianki*, w którym inicjacja seksualna, przekroczenie etycznego tabu jest nie tylko wejściem w problematyczną „dorosłość”, ale także uzyskaniem „dostępu” do zamkniętego poprzednio kręgu „przyjaciół”. Logowanie się w portalu społecznościowym i budowanie w nim „profilu” (tu rolę przedmiotu identyfikującego i stabilizującego uzyskany status pełni np. przyjęty, „przybrany” przez użytkownika awatar) jest również rodzajem rytuału inicjacyjnego, co oznacza, że kultury oparte na eliminacji granic (sieciowe) wytwarzają zastępcze mechanizmy stratyfikacji i segmentacji, pozwalające im po prostu istnieć.

Oznacza to, że w przestrzeni komunikacyjnej stworzonej przez sieć połączonych ze sobą punktów dostępowych, routerów i serwerów, restytuują się tradycyjne lub quasi-tradycyjne struktury społeczne i ich kultury. Człowiek bowiem nie dysponuje jeszcze innymi niż oparte na hierarchii, swoistej tektonice „warstw”, a także na segmentacji czasowej doświadczeń, sposobami organizacji własnego życia i organizacji własnej tożsamości. Sposoby te są przeniesione z tradycji: można wskazywać ich historyczne źródła, osadzenie w realiach społecznych, ekonomicznych czy ideologiach. To właśnie sens wskazywanej wcześniej opozycji kultur „paleo” i „neo”. Działanie w tej przestrzeni – czy będzie to budowanie w niej serwisów społecznościowych, internetowych portali stanowiących specyficzne „zwierciadło” informacji

---

\* Wspomniany przez autorkę Walter Benjamin pisze: „Staliśmy się bardzo ubodzy w doświadczenia progu; jedyne bodaj, jakie nam zostało, to «zasypianie». Ze sfery doświadczenia progu rozwinęła się brama, przemieniająca każdego, kto przechodzi pod jej łukiem. Rzymska brama zwycięstwa przekształca wodza powracającego do miasta w triumfatora” (*Pasaże*, przeł. I. Kania, Kraków 2005, s. 904). Ten ostatni przykład ilustruje dobrze naturę transgresji Bramy: dzięki niej przechodząc z (preliminalnej) sfery pragmatyki – dowodzenie armią – zwycięski wódz zyskuje status triumfatora, a następnie zostaje „wcielony” w normalne życie zbiorowości, zostając np. cesarzem (faza postliminalna). W akcie tym można dobrze zaobserwować trafność interpretacji Turnerowskich.

wytwarzanych przez wielkie korporacje medialne, blogów, forów, a nawet proste przesyłanie wiadomości elektronicznych – to wszystko jest treścią Internetu. Ale taki stan rzeczy pozwala sformułować tezę, że nie jest on medium, lecz środowiskiem komunikacyjnym, umożliwiającym formowanie się społeczeństw (społeczności) i ich kultur. Jest – mówiąc nieco metaforycznie i niejako na wyrost – „życiem”. W jakim stopniu „życie” to zechcemy uporządkować na obraz i podobieństwo „życia”, jakie ludzkość знаła dotąd, a w jakim będzie ono przybierało kształty odrębne, sobie tylko właściwe – zależy wyłącznie od nas samych.

Cytowany przez Manuela Castellsa wizjoner „usieciowionego społeczeństwa”, Kevin Kelly, pisze:

Jedyną organizacją zdolną do wolnego od nastawień rozwoju i swobodnego uczenia się jest sieć. Wszystkie inne topologie ograniczają to, co może się wydarzyć. Gęszcz sieci składa się z samych krawędzi i dlatego można w nią wejść w różnych miejscach. [...] W istocie mnogość rzeczywiście rozbieżnych elementów może pomieścić się obok siebie tylko w sieci. Żaden inny układ – łańcuch, piramida, drzewo, koło – nie może w sobie zawrzeć prawdziwej różnorodności, działając jako całość (Castells 2007: 79).

Oczywiście Internet w pierwszej fazie swojego rozwoju był medium (myślę tutaj o Arpanecie, operacjach komunikacji człowieka z komputerem opartych na systemie operacyjnym Unix, pierwotnych grupach dyskusyjnych) dostępnym dla ekspertów i przez ekspertów tworzonym. Dalsze fazy rozwoju globalnej Sieci zdają się potwierdzać pogląd Jürgena Habermasa o specyficznym wchłanianiu wiedzy eksperckiej przez żywioł doświadczenia codziennego. „Medialność” Sieci roztopiła się, uległa rozproszeniu, a nawet – o ile można tak powiedzieć – „sekularyzacji” pod wpływem powszechnej dostępności nowych technologii, jej miniaturyzacji i „mobilizacji” (pod nazwą tą rozumiem takie technologiczne zmiany w urządzeniach dostępowych Sieci, które czynią je użytecznymi zawsze i w każdym miejscu), a także zmianą interfejsów na graficzne i ikoniczne, wykorzystujące kody niewymagające od użytkownika urządzeń specjalistycznej wiedzy (np. strony WWW). Spoglądając na to z innej strony, procesy te można by również określić jako „profanacyjne”. Giorgio Agamben (Agamben 2006: 98) dostrzega wyraźną różnicę między „sekularyzacją” (która – jak uważa – „jest rodzajem stłumienia, które nie narusza żadnych sił, lecz jedynie prowadzi do ich translokacji”, np. boska transcendencja „stanowiąca paradygmat suwerennej władzy”) a „profanacją” (która „neutralizuje swój przedmiot”, a to „co było niedostępne i oddzielone [...] może zostać przywrócone życiu”). Rozważając skomplikowane zależności – również semantyczne – między *sacrum* i *profanum*, Agamben zwraca uwagę, że w pewnych okolicznościach to drugie pojęcie odnosić można do aktów poświęcania czegoś, zaś *homo sacer* to także „przeklęty, wykluczony ze wspólnoty”. Nie są to niejasności wyłącznie semantyczne: płynne środowiska społeczne i kulturowe odznaczają się tendencją do załamywania i zamazywania wyraźnych granic między sferą sakralną i świecką lub do zastępowania ich „progami”.

Profanowanie – pisze Agamben – jest bowiem czymś więcej niż zwykłym obalaniem i znoszeniem separacji – to poszukiwanie dla niej nowych zastosowań, nauka igrania z istniejącymi formami rozdziału. Społeczeństwo bezklasowe nie jest społeczeństwem,



które unicestwiło i wymazało z pamięci wszelkie podziały klasowe – jest to raczej społeczeństwo, które zdołało unieszkodliwić mechanizmy odpowiedzialne za te podziały, wynalazło dla nich nowe zastosowania, przekształciło je w czyste środki (Agamben 2006: 110).

Te „czyste środki” to „zachowania oddzielone od samych siebie, a co za tym idzie – oddzielone od jakiegokolwiek związku z celem. Kapitalizm w ostatecznym stadium jest gigantycznym mechanizmem zniewalania czystych środków – „profanujących gestów” – kontynuuje autor *Stanu wyjątkowego*. Takim „czystym środkiem”, zdolnym zrywać i dezaktywować wszelkie odmiany oddzielenia, może być język. Władza, zawsze dążąca do kontrolowania społecznej komunikacji, przejmuje szczególnie nadzór nad profanacyjnym potencjałem języka dzięki umieszczeniu go – jak dzieje się to z przedmiotami odrzuconymi w instalacjach Beuysa – w

wydzielonej strefie spektaklu, aby pochwycić go w jałowym biegu. Dla władzy opanowanie i neutralizacja języka wyzwolonego z funkcji komunikacyjnych, przysposobionego do nowego zastosowania, a więc zawładnięcie czystym środkiem *par excellence*, jest o wiele ważniejsze od roli propagandowej. Zadanie środków masowego przekazu polega właśnie na neutralizowaniu profanacyjnego potencjału języka jako czystego środka, nie dopuszczając one do nowatorskich zastosowań mowy (Agamben 2006: 111–112).

Mechanizmy opisywane przez Agambena mogą być, jak sądzę, przydatne również w charakterystyce procesów, które prowadzą do demediatyzacji Internetu. Znikają w niej podziały na sfery *sacrum* i *profanum*, TU i TAM, wnętrza i zewnątrz, prywatności i upublicznienia. Tym samym znikają również fazy liminalne (choć zapewne, jak wspomniałem wyżej, zostają one zastąpione innego typu rytuałami przejścia). Znika technologia jako granica dzieląca strefy i jako symbol statusu odpowiadającego tym strefom. Slavoj Žižek mówi tu o różnicy między interfejsem modernistycznym i postmodernistycznym:

modernistyczna technologia jest „przejrzysta” w sensie zachowywania iluzji tego, „jak działa maszyna”, tj. ekran interfejsu miał umożliwiać użytkownikowi bezpośredni dostęp do maszyny za ekranem, użytkownik miał „rozumieć” jej funkcjonowanie, a w idealnych warunkach umieć racjonalnie ją zrekonstruować. Postmodernistyczna „przejrzystość” oznacza coś wręcz przeciwnego do tej postawy analitycznego, globalnego planowania: ekran interfejsu ma ukrywać funkcjonującą za nim maszynę i możliwie najwierniej symulować nasze codzienne doświadczenie [...], jednakże ceną tego złudzenia ciągłości z naszym codziennym otoczeniem [podkr. ZB] jest to, że użytkownik „przyzwyczaja się do nieprzejrzystej technologii” – digitalna maszynieria „poza ekranem” powraca do stanu całkowitej nieprzenikalności, a nawet niewidzialności. Innymi słowy, użytkownik rezygnuje z wysiłku zrozumienia funkcjonowania komputera, godząc się z tym, że w swej interakcji z cyberprzestrzenią jest wrzucony w nieprzejrzystą sytuację, homologiczną do sytuacji jego codziennego *Lebenswelt* [...]. Jeżeli wszechświat modernistyczny jest wszechświatem ukrytym za ekranem, wszechświatem bitów, przewodów, układów scalonych, płynącego w nich prądu elektrycznego, to wszechświat postmodernistyczny jest wszechświatem naiwnej ufności w ekran, która sprawia, że nieistotne staje się poszukiwanie tego, „co kryje się za nim” (Žižek 2001: 198).

Znikanie technologicznego wymiaru interfejsu i jego stapianie się z właściwościami naszego – mówiąc językiem fenomenologów – „życioświata” możemy zaobserwować w ewolucji wszystkich urządzeń codziennego użytku: od sprzętów kuchennych po odbiorniki radiowe i telewizyjne, także komputery (zwłaszcza przenośne) i telefony komórkowe. Dobrym przykładem jest tu ekran dotykowy iPhone’a czy telefonu G1 (obecnie większość telefonów komórkowych nowej generacji wyposażonych jest w taki ekran), touchpad czy tablet graficzny: połączenie widzenia z patrzeniem sprawia, że „oddzielenie” człowieka i maszyny jest mniej dotkliwe, świat TAM i TU stapiają się ze sobą za sprawą fizycznego kontaktu. Z drugiej strony coraz wyraźniej widać, jak projektanci maszyn i aparatów ograniczają dostęp użytkownika do wewnętrznego ich „życia”, czyniąc je coraz bardziej „inteligentnymi”. To „zatrzaśnięcie” się, hermetyzacja dotyczy nie tylko hardware’u, ale przede wszystkim tego, co decyduje o użyteczności urządzenia i zarazem wyznacza algorytm jego użytkowania – oprogramowania. Wkraczamy tu w zagadnienie hackingu, a także w krąg kultury modderów. *Modding*, zmieniając wbudowany pierwotnie w maszynę algorytm jej użytkowania, staje się jedną z odmian kultury protestu: technologia ukryta przez producenta zostaje obnażona, wystawiona na pokaz – co oznaczać może albo jej „profanację” (rozumianą jako desakralizacja), albo – zgodnie z sugestią Agambena – „uświęcenie”, a także „zdemaskowanie” lub „oswojenie”. *Modding* komputerowy obejmuje – poza działaniami hackerskimi – także modyfikację np. obudowy komputera (*case modding*; przykładem jest tu seria wykonanych z przejrzystego akrylu obudów Akasa; komponenty komputera są podświetlane diodami LED lub też pokryte farbą świecącą w ultrafiolecie), a także jego peryferiów. Wysokiej klasy wzmacniacze lampowe „obnażają” staroświecką technologię, kontrastując z minimalizmem nowoczesnego designu (ukrywającego „maszynowość” świata poza interfejsem). Komputer jako maszyna zostaje przeniesiony z obszaru użyteczności do świata sztuki, performance’u. Jeśli jednak pamiętamy o diagnozie Agambena, mówiącej, iż wszelka władza zawsze dąży do zawładnięcia demaskacyjnym potencjałem języka poprzez jego obezwładnienie – zrozumiemy strategię wielkich korporacji medialnych, producentów hardware’u, którzy działania moddingowe „wbudowują” w swoje oferty, proponując użytkownikom dowolne modyfikacje produktu i określając tę możliwość jako *customization* („dostosowywanie do potrzeb klienta”). Owa „kastomizacja” zawsze dokonuje się w granicach przewidzianych przez producenta i jest reżyserowanym starannie spektaklem sprzedażowym – w odróżnieniu od performance’u inicjowanego przez moddera, będącego aktem spontanicznym i obliczonym zawsze na niepowtarzalność. Nie należy zatem stawiać znaku równania między ową „kastomizacją” a „personalizacją”: „klient” jest zwykle definiowany w kategoriach produktu i sprzedaży i nie może być tożsamy z indywidualizującym pojęciem „osoby” (bliższym kategorii „użytkownika”), niemniej „personalizacja”, stanowiąca jedno z kluczowych pojęć koncepcji Web 2.0, bywa interpretowana przez krytyków właśnie jako „kastomizacja”, tylko w maskującym przebraniu (Schwartz 2004; Gilmore & Pine 1997; Keen 2007: 33).

*Modding* nie jest jednak przewrotną grą, zabawą, owym – według Agambena – doskonałym instrumentem profanacji (Agamben 2006: 96–97)\*. Zwrócić trzeba

---

\* Aktem profanacji jest oczywiście *subvertising* (*adbusting*), który odsłania mechanizmy reklamowe, niemniej każda parodia odwołuje się do znajomości tekstu podstawowego, czy-



uwagę, że psucie, demontaż, dekompozycja – to zawsze akt ujawnienia technologii (rozumianej także jako mechanizmy społeczne), która chce się schować za postmodernistycznym interfejsem. Dotyczy to każdej parodii, pastiszu, trawestacji. Czy nie jest doskonałym tego przykładem użycie mediów głównego nurtu po to, by zdemaskować ich intencje, ślepią pogoń za sensacją i pierwszeństwem w dotarciu do źródła informacji? (Renzi 2008: 71–100)\*.

Wynalazek pisma wprowadził człowieka w sferę komunikacji technologicznej, a więc oddzielonej od codzienności i tym samym sakralnej. Pismo nobilitowało popolity akt mówienia (w którym człowiek nie posługiwał się niczym więcej poza naturalnym, biologicznym swoim wyposażeniem) już przez to, że wymagało specjalnie wyuczonych umiejętności, znalezienia odpowiednich materiałów i narzędzi, a także – jeśli miało służyć komunikacji, a nie tylko czynnościom memoryzacyjnym – dodatkowego wysiłku, by przekaz trafił do adresata. Pismo, pozostawiające ślad komunikacji, „wieczne”, a więc niejako żyjące własnym życiem, którego – gdy się od nas oddzieliło – nie możemy już kontrolować, musiało budzić niemal zabobonny lęk, zwłaszcza wśród tych, którzy nie umieli się nim posługiwać. Ten proces denaturalizacji aktów komunikacji pogłębił się wraz z wynalezieniem druku: to właśnie wraz z drukiem utrwała się podział rzeczywistości na obszar komunikowania publicznego i komunikowania prywatnego, odpowiadający w zasadzie podziałowi na *sacrum* i *profanum*. „Utekstowanie” prywatnego, jednostkowego doświadczenia, szczególnie wówczas, gdy za sprawą drukowanej prasy rozrósł się sektor komunikacji zinstytucjonalizowanej, nadawało temu doświadczeniu wyjątkową rangę – a zatem jeśli ktoś decydował się na publikację tekstu, czynił to z jakiegoś ważnego powodu. Po prostu był przekonany, że ma do przekazania w ten sposób coś istotnego dla innych ludzi. „Sakralizacja” komunikacji tekstowej, zwłaszcza w jej zinstytucjonalizowanej postaci, sprawiła, iż przez setki lat pojęcie literatury wiązano wyłącznie z pismem, cywilizacyjnie „wyższym” od przekazów oralnych. Stopniowo jednak pisanie stawało się technologią „zinternalizowaną”, wpisaną w struktury ludzkiego świata, jednak nie oznaczało to zniesienia granicy między „sakralną” sferą „pisania publicznego” a zsekularyzowanym obszarem „pisaniny” użytkowej: świat technologii medialnych (i świat mediów w ogóle) był niejako „wyższy” i tym samym niedostępny dla profanów i amatorów (Godlewski 2008; Krzysztofek 2009).

Media telematyczne – od telefonu, poprzez radio i zwłaszcza telewizję, aż po współczesne zastosowania komputera jako narzędzia komunikacyjnego – rozwijały się zgodnie tendencją, którą Paul Levinson nazywa „antropotropizmem”: chodzi o

przybieranie przez media coraz bardziej naturalnych form oraz zjawisko przetrwania tych mediów, które osiągnęły naturalną niszę ekologiczną [...]. Większą szansę mają te, które lepiej poszerzają nasze możliwości komunikacyjne, pozostając w zgodzie z naszymi cechami biologicznymi (Levinson 2006: 223).

---

li demaskuje jego istnienie, „ujawnia go”, nawet jeśli wtopił się on w kulturowe *continuum*. Jednak poprzez taką akcję przywraca się tekstowi podstawowemu jego „oddzielenie”, „wybicie się” z kulturowego tła – czyli jest to akt profanacji w drugim rozumieniu, jakie opisuje Agamben. Każde zakłócenie odbioru telewizji czy radia jest specyficznym „upomnieniem się” technologii o swoją obecność.

\* Media alternatywne, które opierają się na takim wykorzystaniu mediów mainstreamowych, nazywane są „taktycznymi” (*tactical media*).

Trzeba zauważyć, że media te aktywnie walczyły o przetrwanie – miniaturyzując się, „mobilizując” (o czym wspominałem wyżej) i coraz mocniej deprofesjonalizując. Sieć komputerowa stworzyła wreszcie odrębny, sobie tylko właściwy model istnienia: oznaczał on ustawiczne połączenie z innymi, niekoniecznie znanymi ludźmi. Przekaz zaczął być odbierany co prawda na indywidualnym aparacie (komputer, telefon komórkowy), ale docierał do tysięcy indywidualnych tworzących internetową wspólnotę. Jednocześnie przekaz ten był – mówiąc po Bachtinowsku – „otwarty na cudze słowo”, oczekiwał na reakcję. Istnienie, obecność człowieka uległa w ten sposób tekstualizacji – a przecież obecność codzienna nie składa się wyłącznie z momentów wzniosłych, obciążonych istotnym znaczeniem. Produkcja tekstów pozbawionych sakralności – to cecha tej nowej kultury, w której człowiek działa tekstem i poprzez tekst. Działając tekstem dokonujemy jego „odczarowania” w wielorakich wymiarach: „tekstowanie” (*texting*) jest niemal fizjologiczną czynnością, która nie wymaga refleksji, może dokonywać się wszędzie, w każdych okolicznościach, albowiem nie czujemy już żadnej granicy ani progu między „życiem” a „medium”. Obie te sfery – niegdyś rozłączne – stapiają się ze sobą, tak jak telefon komórkowy stał się zmysłem, narzędziem, pozwalającym tekstowo odczuwać i być odczuwanym. Telefon – medium mowy – wpisał się w przestrzeń milczenia: jego działanie nie angażuje otoczenia, nie zwraca jego uwagi, a zarazem pozwala jego właścicielowi być stale „połączonym”, należeć do zbiorowości *connected people*.

Przeciętny amerykański nastolatek wysyła dziennie około 80 SMS-ów – 2272 miesięcznie, czyli (wyłączając czas snu) około pięciu na godzinę (Hafner 2009). Gdybyśmy dodali do tego aktywność młodego człowieka w Internecie (maile, wpisy na blogach i forach), okazałoby się, że wytwarzanie tekstów trwa nieustająco, co nie jest możliwe. Oznacza to, że wysyłanie tekstowych sygnałów istnienia odbywa się w nasilonych falach, a same te teksty są objętościowo zredukowane do minimum. Przekazy te siłą rzeczy znaczą tyle, że „się jest” i że „jest się podłączonym”; przez banalność zdają się drwić z okoliczności, w jakich zostały wysłane lub w jakich zostały odebrane. Obcowanie z tego typu przekazami w tak potężnym skumulowaniu oznacza, że ludzie wychowani w tego typu kulturze nie są w stanie zmierzyć się z tekstami tradycyjnymi. Na dodatek – przestają oczekiwać, że otrzymywana wiadomość niesie istotne treści; przestają także dostrzegać sferę medialną jako publiczną: każdy, zawsze, w każdym miejscu może przekonać się o ich istnieniu dzięki wysyłanemu w świat tekstowemu świadectwu istnienia: „Hi! I’m here!”

Pragnienie „bycia podłączonym” zamienia się, jak nazywa to Tadeusz Miczka, w komunikacyjny spazm, w histerię – gdy zawodzą łącza, psuje się komputer, zgubi się (lub rozładuje) „komórka”. Pozostawanie w nieustannym kontakcie z wirtualnymi przyjaciółmi zamienia się w „kolekcjonowanie przyjaźni”, kompulsywne „zbieractwo” awatarów ludzi, w którym ważna jest liczba, a nie jakość zgromadzonych egzemplarzy (Palfrey & Gasser 2008). Magia „podłączenia” jest tu znacznie silniejsza od potrzeby komunikacji: świadectwo „bycia podłączonym” – to właśnie liczba zgromadzonych „przyjaciół”.

*Texting* uprawiamy wszędzie: na wykładzie, w kościele, przy jedzeniu, a nawet na ruchliwych ulicach i przejściach przez jezdnię (*textwalking*), prowadząc samochód (*texting while driving*, *textdriving*). Oznacza to, że tekst – produkt medium oddzielenia, odrębności, wymagające transgresji między TU i TAM – stał się częścią naszego codziennego istnienia. Stał się – mówiąc po prostu – samym życiem.

## Bibliografia

- Agamben G. (2006), *Profanacje*, przeł. M. Kwaterko, Warszawa.
- Barney D. (2008), *Społeczeństwo sieci*, przeł. M. Fronia, Warszawa.
- Casetti F., Odin R. (1994), *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*, przeł. I. Ostaszewska, [w:] *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, wybór, wprowadzenie i opracowanie A. Gwóźdź, Kraków.
- Castells M. (2007), *Społeczeństwo Sieci*, przeł. M. Marody i in., Warszawa.
- Godlewski G. (2008), *Słowo – pismo – sztuka słowa. Perspektywy antropologiczne*, Warszawa.
- Hafner K. (2009), *Texting May Be Taking a Toll*, „New York Times”, 26.05.
- Keen A. (2007), *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa.
- Krzysztofek K. (2009), *Zdekodowane kody*, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, pod red. A. Maj i M. Derdy-Nowakowskiego, Katowice.
- Miczka T. (2002), *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*, Katowice.
- Palfrey J. (2008), Gasser U., *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, New York.
- Renzi A. (2008), *The Space of Tactical Media*, [w:] M. Boler (ed.), *Digital Media and Democracy. Tactics in Hard Times*, Cambridge–London.
- Rose M. (1993), *Parody: Ancient, Modern and Post-modern*, New York.
- Turner V.W. (2006), *Liminalność i communitas*, przeł. E. Dżurak, [w:] *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej. Kontynuacje*, pod red. M. Kempnego i E. Nowickiej, Warszawa.
- Zeidler-Janiszewska A. (2006), *Progi i granice doświadczenia (w) współczesności*, [w:] *Nowoczesność jako doświadczenie*, pod red. R. Nycza i A. Zeidler-Janiszewskiej, Kraków.
- Žižek S. (2001), *Przekleństwo fantazji*, przeł. A. Chmielewski, Wrocław.

**Key words:** Internet, medium, database, mobility, communication

## Internet – a medium or a universe?

### Abstract

Directions of development of modern telematic technologies (computer mediated communication, mobile telephone communication) change the human communication environment to such an extent that people treat these technologies as – in some way – an "organic", natural equipment of a human being. The Web, especially in its mobile version, has no longer any essential barriers. This has consequences in the way of treatment of

a communication act with another person (or a group): the sense of limits and barriers, which accompanied the communication via the traditional media, disappears gradually.

This article is an attempt to conceptualize this new experience, crucial in developing the anthropology of the Internet, which thus ceases to be the "medium" and – according to the ideas of Marshall McLuhan – turns out to be an extension of the human senses.

### **Zbigniew Bauer**

doktor habilitowany, adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, kierownik Katedry Teorii Literatury i Poetyki. Pola zainteresowań: teoria literatury, teoria mediów (zwłaszcza nowych), literatura współczesna. Opublikował m.in. *Dekada. Szkice o literaturze lat siedemdziesiątych* (1986), *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego* (2000), *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia – teoria – praktyka* (2009), a także kilkanaście artykułów w książkach zbiorowych. Współautor i współredaktor antologii *Dziennikarstwo i świat mediów* oraz serii wydawniczej pod takim samym tytułem.

Agnieszka Dytman-Stasieńko

## Glokalizacja cyberaktywizmu

Sieć dla aktywistów to bez wątpienia niezwykle efektywne medium komunikacji, dyseminacji informacji, propagowania alternatywnego wobec dyskursu dominującego sposobu widzenia świata. To nie tylko narzędzie komunikacji, ale też często miejsce ich działania. Dzięki Internetowi znacząco poszerzyła się sfera debaty publicznej, ponieważ stanowi on miejsce, w którym do głosu dojść mogą grupy marginalizowane. Nancy Fraser twierdzi, że grupy marginalizowane są wykluczone ze sfery publicznej, zarezerwowanej dla dyskursu hegemonicznego. Grupy wykluczonych tworzą więc sfery kontrapubliczne (*counterpublics* lub *subaltern counterpublic*), które stanowią „równoległe areny dyskursywne, gdzie członkowie marginalizowanych grup społecznych konstruują i rozpowszechniają kontradyskursy, aby sformułować opozycyjne interpretacje swoich tożsamości, interesów i potrzeb” (Fraser 1992: 123). Nieco inną koncepcję prezentuje Todd Gitlin, który mówi o *public sphericules* (Gitlin 1998), małych sferach publicznych, które m.in. dzięki Internetowi powstają poprzez fragmentaryzację sfery publicznej. Wydaje się jednak, że koncepcja N. Fraser i nacisk na opozycyjność wobec dyskursu hegemonicznego znacznie lepiej oddaje relacje między dyskursem dominującym, najczęściej utożsamianym z dyskursem neoliberalnym, a dyskursami grup marginalizowanych, ponieważ w sposób wyrazisty podkreśla problem wykluczenia.

Tworzenie rozmaitych sfer kontrapublicznych równoznaczne jest ze swoistą fragmentaryzacją dyskursu aktywistów, dyskursu kontrapublicznego, oddolnego, który rozpada się na rozmaite pojedyncze minidyskursy. Wspólny rys tożsamości grup, a także swoista identyfikacja owego dyskursu opiera się na pojęciu „oporu” – oporu wobec dyskursu hegemonicznego, dyskursu grup czy szerzej podmiotów dominujących – międzynarodowych korporacji, międzynarodowych instytucji finansowych czy też rządów. Wielość grup, stanowiąca strony siłę dyskursu alternatywnego, stanowi też jego słabość, rozdrobnienie bowiem nie sprzyja sile działania.

Sieć w tym kontekście jawić się może jako miejsce krążenia rozmaitych kontradyskursów, ich prezentacji, miejsce ich zaistnienia. W Sieci grupy marginalizowane znalazły w końcu nieopresywnie miejsce działania, niestety słabość ich sieciowej aktywności, a zwłaszcza widoczności może wynikać z natury Sieci, która stanowi tylko medium – wiele kontradyskursów nie może i nie potrafi wyjść poza Sieć. Owo

krążenie kontrdyskursów i funkcjonowanie sfer kontrapublicznych można przedstawić w postaci sferycznej – w centrum znajduje się wciąż dyskurs hegemoniczny, wspierany chociażby przez inne media, wokół którego krążą rozmaite dyskursy grup marginalizowanych, które stojąc w opozycji, przez tę opozycyjność właśnie nie mogą wyjść poza relację, poza sferę, ponieważ ich istotą w dużej mierze jest przede wszystkim negacja, opór.

W działaniu aktywistów nieustannie dochodzi do łączenia się sfery globalnej i sfer lokalnych. Warto więc spojrzeć na działania aktywistów przez pryzmat globalizacji. Czy Sieć jest rzeczywiście miejscem demokratycznego współistnienia rozmaitych dyskursów, zarówno tych dominujących w rzeczywistości pozasieciowej, jak i tych drobnych, dyskursów marginalizowanych? Czy Sieć jako podstawowe narzędzie działalności oraz komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej może być medium samodzielnym i przy tym efektywnym, czy dzięki samej Sieci, bez udziału mainstreamowych mediów, można zdobyć uwagę szerszej publiczności? Jak ukierunkowane są przepływy informacji, idei czy strategii działania – czy policentryczna Sieć sprzyja komunikacji poziomej (między lokalnymi jednostkami), czy jednak pionowej, ale dwukierunkowej – zarówno od lokalności do globalności jak i w stronę przeciwną?

Dzięki Sieci globalizacja, którą rozumiem przede wszystkim jako rozmaite krzyżowanie się idei, strategii działań, postaw, sposobów komunikacji na poziomie lokalnym i globalnym, zyskuje niespotykany dotąd wymiar. To przenikanie się lokalności i globalności odbywa się w wielu kierunkach, zarówno od lokalności ku globalności, jak i w stronę odwrotną. „Przestrzeń” przepływów na określenie Sieci (Castells 2008: 169) doskonale oddaje ową cyrkulację i interakcję między sferą lokalną i globalną. Idee dzięki Sieci mogą wędrować w zupełnie niezaplanowanych kierunkach, docierać, często przypadkowo, do rozmaitych grup odbiorców, nie tylko tych bezpośrednio zainteresowanych. Ten nieprzewidywalny sposób wędrówki stanowić może ogromny walor komunikacji sieciowej, która funkcjonuje na wielu poziomach: indywidualnym, lokalnym, regionalnym czy wreszcie globalnym. Kierunek tej wędrówki uwarunkowany jest takimi chociażby czynnikami, jak istnienie organizacji globalnej i jej lokalnych mutacji, brak takich struktur z silnym centrum, względna swoboda komunikacyjna w obrębie Sieci między niewielkimi nawet grupami aktywistów. Warto wskazać więc, w jaki sposób aktywiści wykorzystują Sieć jako technologię służącą do wymiany informacji, jako miejsce działania. W których kierunkach odbywa się owo „przepływanie” między rozmaitymi strukturami, poziomami itp. Jak w tym kontekście wreszcie realizowana jest idea globalizacji.

## Widzialność w Sieci

Sieć jest miejscem, w którym znalazły warunki do funkcjonowania „drobne” dyskursy, niewielkie strefy kontrapubliczne, poza nią często prawie niesłyszalne. Wydawać się może, że jest to więc uniwersalne miejsce, technologia, medium, dzięki któremu głos marginalizowanych staje się wreszcie wyraźnie słyszalny. Niestety jest to wizja jak najbardziej utopijna. Pomijając już problem podstawowy, jakim jest cyfrowy podział czy też cyfrowe wykluczenie, wskazać należy niedogodności wynikające z natury Sieci, związane chociażby z funkcjonowaniem wyszukiwarek, które działają jak „dozorcy treści”, zaprzeczając otwartemu i demokratycznemu charakterowi Sieci (Tarkowski, Hofmokr 2006: 72). W sieciowym tyglu rozmaitych

dyskursów alternatywnych wyłowienie czegoś nieznanego, z czym nie spotykamy się w praktyce pozasieciowej, jest często utrudnione przez wiele czynników, jeden z najprostszych to taki, że szukamy tego, co znamy, poruszamy się po utartych ścieżkach, zdolność naszej percepcji jest bowiem niezwykle ograniczona w porównaniu z ogromem cyfrowych treści, jakie oferuje nam Sieć. Ponadto, jak pokazują badania, użytkownicy najczęściej skupiają się na pierwszych 10, 20 stronach z listy wyszukiwania, co również daje określone możliwości pozycjonowania stron na różne sposoby (szerzej Tarkowski, Hofmokr 2006: 55–75).

Sieć to ogromny potencjał komunikacyjny, ale poprzez swoją otwartość, dostępność, powszechność, wielowątkowość itp. sprawiać może, że niszowe, lokalne, niepopularne tematy, działania, idee bez nagłośnienia w prasie czy telewizji pozostają tematami marginalnymi również w Sieci. Dlatego tak istotny, poza działaniami typowo związanymi chociażby z pozycjonowaniem stron, wydaje się w tym kontekście proces stworzenia znanej alternatywnej, globalnej marki, która podobnie jak typowe marki korporacyjne, komercyjne zaistnieje w świadomości odbiorców, użytkowników Sieci czy też wśród zwykłych członków społeczności. Za takie stosunkowo znane marki uznać można już np. Centrum Niezależnych Mediów Indymedia czy Greenpeace. Trzeba podkreślić, że wynika to przede wszystkim z ich ponadnarodowego charakteru, który realizuje się głównie dzięki wsparciu komunikacyjnemu Sieci, stanowiącej w tym kontekście jak najbardziej silne medium globalne, pozwalające często na połączenie ze sobą różnych mniejszych, lokalnych sfer kontrpublicznych w jedną silną i rozpoznawalną.

Taką silną rozpoznawalną marką współczesnego aktywizmu jest na pewno alterglobalizm, który w przeciwieństwie do wspomnianych powyżej nie jest konkretną organizacją, stanowi pewną ideę, ruch społeczny skupiający rozmaite kontradyskursy – związane z walką o prawa kobiet, prawa grup marginalizowanych, z ochroną środowiska itp. Dzięki procesowi koncentracji, wykorzystaniu znanych nazwisk (Naomi Klein czy Noam Chomsky), dzięki spektakularnym działaniom pozasieciowym oraz dzięki obecności w mediach tradycyjnych marka alterglobalistyczna jest przez to również doskonale widoczna w Sieci i poza nią.

Najbardziej jednak interesującym w tym kontekście przykładem, stanowiącym bezpośrednią odpowiedź na postulat tworzenia jednej silnej marki jest działalność TckTckTck.org. Jest to, jak można przeczytać, bezprecedensowy sojusz reprezentujący setki milionów ludzi, skupiający międzynarodowe, narodowe i lokalne organizacje walczące o ochronę środowiska, prawa człowieka czy walczące z biedą (<http://tcktcktck.org/about>). TckTckTck to projekt Global Campaign for Climate Action (GCCA), opracowany w związku ze szczytem klimatycznym, który odbył się w grudniu 2009 roku w Kopenhadze.

Głównym celem projektu jest skupienie i ujednolicenie rozmaitych międzynarodowych, narodowych i lokalnych organizacji pod wspólną marką jednoczącą działania dotyczące ochrony klimatu. TckTckTck działa według nowego modelu otwartej kampanii. Zakłada on, że rozmaite organizacje, aktywiści mogą wykorzystywać markę TckTckTck, treści zawarte na stronie internetowej oraz rozmaite narzędzia służące wsparciu akcji lub przydatne w organizacji lokalnych kampanii dotyczących porozumienia w sprawie zmian klimatycznych, do uczynienia z siebie sojusznika



w globalnej walce o sprawiedliwość klimatyczną. Ze strony TckTckTck można więc pobrać logo, rozmaite widgety (np. Tck Tck Tck pledge) czy banery.

Osobną grupę stanowią narzędzia służące rekrutowaniu nowych aktywistów. Dzięki aplikacji „friendraiser” można na Facebooku, zamiast zbierać fundusze, „zbierać” przyjaciół i ich zobowiązania w sprawie klimatu „I am ready” – potwierdzające chęć wsparcia działań w obronie klimatu.

Specjalną aplikację przygotowano też dla smartfonów Nokia, iphonów i telefonów Blackberry. Można dzięki niej śledzić najnowsze wiadomości dotyczące kampanii, złożyć zobowiązania „I am ready” czy jak na Facebooku wykorzystać funkcjonalność „friendraiser” do rekrutowania kolejnych sprzymierzeńców walki w obronie klimatu.

TckTckTck wykorzystuje też aplikację twibbon dostępną na Twitterze. Serwis nakłada małą ikonkę na awatara użytkownika, która unaocznia wsparcie akcji i jednocześnie automatycznie wysyła wiadomość zachęcającą do uczynieni tego samego (<http://twibbon.com/about>).

W serwisie YouTube na kanale time4climatejustice (<http://www.youtube.com/user/time4climatejustice>) można posłuchać piosenki *Beds are Burning*, stanowiącej pierwszą muzyczną petycję ok. 50 artystów, którzy w ten sposób wsparli kampanię „Tck Tck Tck – Time for Climate Justice”. Można stać się sprzymierzeńcem w walce o klimat, pobierając plik z piosenką (za darmo). Na kanale tym zamieszczono też oświadczenia znanych osób, które zobowiązują się do walki o sprawiedliwość klimatyczną, m.in. są to Koffi Annan, Desmond Tutu czy Jeffrey Sachs.

Te przedsięwzięcia stanowią niezwykle istotną wskazówkę działania, TckTckTck wykorzystuje z powodzeniem do propagowania swojej idei i marki narzędzia globalne, w których potencjał komercyjny użytkowników nie jest tak istotny – zwłaszcza serwisy społecznościowe czy mikroblogi. Warto wspomnieć, że znaczna część akcji 12 grudnia 2009 roku (Globalny Dzień Działania) odbyła się właśnie pod marką TckTckTck.

Otwarty charakter Sieci można rozpatrywać w takim aspekcie, że każdy nawet najmniejszy lokalny ruch czy idea mogą w niej istnieć, ale ich widoczność, globalny zasięg są silnie uzależnione od chociażby mechanizmów wyszukiwawczych czy zwyczajów internautów. Grupy marginalizowane w przestrzeni pozasieciowej są skazane na dalszą marginalizację w Sieci – ich lokalne problemy mają nikłą szansę zdobycia globalnej publiczności bez stworzenia silnej transnarodowej marki, która wykorzysta oprócz standardowych narzędzi marketingowych potencjał Sieci, tkwiący przede wszystkim w tych narzędziach, w których pozycja rankingowa nie jest bezpośrednim efektem zasobów finansowych.

### **Sieć jako sfera przepływów między lokalnością a globalnością**

Bart Cammaerts wskazuje na trzy podstawowe typy transnacionalizacji aktywizmu: pierwszy to aktywizm „trans-międzynarodowy”, silnie zorganizowany i zintegrowany na poziomie ponadnarodowym. Członkowie tego typu organizacji są rozproszeni międzynarodowo, a ich zadaniem jest przełożenie lokalnych, oddolnych interesów na poziom globalny, czego przykładem może być, jak wskazuje autor, działalność Transparency International. Drugi typ to aktywizm „trans-narodowy” – międzynarodowa czy też ponadnarodowa organizacja zapewnia wspólny punkt



odniesienia, punkt widzenia, ale lokalne czy narodowe komórki zachowują względną niezależność, czego przykładem mogą być Indymedia lub Greenpeace. Trzeci wreszcie typ to aktywizm globalny, w którym dyskursy i metody działania są importowane i konsekwentnie dostosowywane do lokalnych potrzeb, czego przykładem jest opisywana przez Cammaerts obrona lasu Lappersfort w Północnej Belgii w 2001 roku przez lokalnych aktywistów i ich sympatyków (Cammaerts 2007).

Jeśli jednak weźmiemy pod uwagę wykorzystanie Sieci przez aktywistów, to wskazać należy dwa podstawowe kierunki działania: od lokalności do globalności i w stronę odwrotną, pamiętając o tym, że Sieć przepływów nie funkcjonuje tylko w wersji wertykalnej, ale równie istotna jest komunikacja horyzontalna między poszczególnymi grupami lokalnymi czy też między jednostkami, co wynika poniekąd z samej struktury Sieci. Problem stanowi jednak precyzyjne zdefiniowanie pojęć 'lokalności' i 'globalności' w kontekście Internetu. Lokalność może więc oznaczać lokalność geograficzną przeniesioną też do Sieci, może to być zupełnie niszowy, lokalny temat czy też konkretna, sprawdzająca się tylko na danym obszarze strategia działania. Podobnie jest z definiowaniem globalności. To różnorodne definiowanie pojęć sprawia, że trudno uznać działalność sieciową aktywistów za tylko globalną czy też tylko lokalną, choćby dlatego, że podstawową ramą opisującą działania cyberaktywistów jest przecież sama natura Sieci, będącej technologią globalną.

Globalność technologii doskonale oddaje jeden z aspektów globalizacji, rozumianej w tym kontekście jako propagowanie spraw lokalnych dzięki globalnej technologii i uzyskiwanie w ten sposób światowego, globalnego wsparcia. Idealny przykład stanowi jeden z najbardziej znanych ruchów, który wykorzystał cyberprzestrzeń do propagowania lokalnych celów – ruch zapatystów walczący w obronie praw rdzennej ludności – Indian Majów w stanie Chiapas. Zapatyści wykorzystują Internet, aby budować swoją tożsamość, autonomię i jednocześnie bronić się przed odwetem rządu meksykańskiego (Kowal 2008: 128). Swą internetową i pozainternetową kampanię rozpoczęli 1 stycznia 1994 roku w dniu inauguracji Układu Wolnego Handlu (NAFTA). Jak podkreślają Tamara V. Ford i Genève Gil, proces budowania społeczności poprzez międzynarodowy dialog był najmocniejszą strategią oporu. Największą siłą ruchu była umiejętność zaangażowania w ten stały wysiłek nie tylko własnej społeczności, ale przede wszystkim sfery wirtualnej stworzonej dzięki radykalnemu wykorzystaniu technologii o ogólnoświatowym zasięgu (Ford, Gil 2001: 221). Dzięki nieustannemu nawiązywaniu kontaktów z mediami i przez swoje ogólnoświatowe sojusze wymuszające negocjacje – byli zapatyści chronieni przed odwetem rządu meksykańskiego (Castells 2008: 87). Owe sojusze rzeczywiście można nazwać ogólnoświatowymi, przyglądając się niektórym tylko przykładom prozapatystowskiej działalności w Sieci\*.

Jeden z bardziej znanych stanowią akcje Electronic Disturbance Theatre, grupy hacktywistów, która wyłoniła się z Critical Art Ensemble po to, aby uliczne akcje bez przemocy przenieść do cyberprzestrzeni. Praktykują oni elektroniczne nieposłuszeństwo obywatelskie, które w ich działalności rozpoczęło się właśnie akcjami poparcia dla zapatystów poprzez np. tzw. wirtualny sit-in, czyli blokowanie stron

---

\* Szczegółowy katalog stron zapatystowskich stworzony przez H. Cleavera to *Zapatistas in Cyberspace*, dostępny pod adresem <http://www.eco.utexas.edu/Homepages/Faculty/Cleaver/zapsincyberwebsites.html>

rządu meksykańskiego przy pomocy Floodnetu, który pozwala zautomatyzować całą procedurę (<http://www.thing.net/~rdom/ecd/EDTECD.html>). Podobne działania podejmowała również włoska grupa Anonymous Digital Coalition, która w styczniu 1998 roku rozpoczęła akcję poparcia zapatystów, blokując w ten sam sposób strony meksykańskich instytucji finansowych (<http://www.thing.net/~rdom/ecd/anondigcoal.html>). Również pojedyncze osoby tworzyły strony poparcia dla zapatystów. Jedną z najbardziej popularnych – [www.ezln.org](http://www.ezln.org) – stworzona została przez Justina Paulsona z Santa Cruz w Kalifornii. Zawierała ona wybrane komunikaty EZLN, artykuły, raporty oraz wezwania do rozmaitych akcji (Ford, Gil 2001: 223).

Takich przykładów prozapatystowskiej działalności jest wiele. Jak widać, idea lokalna obrony praw rdzennych mieszkańców Chiapas stała się ideą globalną. Dzięki zapatystowskiej symbolice, przede wszystkim czarnej kominiarce, która w naturalny sposób niweluje różnice etniczne, rasowe itp., a także dzięki wykorzystaniu Sieci, każdy mógł poczuć się zapatystą, ponieważ lokalna idea stała się ideą globalną – ideą walki z neoliberalizmem, ale także walki z wykluczeniem, walki o pokój itp. Udało się stworzyć sieciową zapatystowską sferę publiczną, która miała realny wpływ na rzeczywistość pozasieciową. Pod egidą ruchu zapatystów mogły zaistnieć różnorodne lokalne mutacje działań, niekoniecznie wymierzone przeciwko rządowi czy też instytucjom finansowym Meksyku. Sami zapatysty zresztą próbują włączyć się w międzynarodową, międzykontynentalną sieć oporu przeciwko neoliberalizmowi, czego wyrazem jest między innymi Międzynarodowe Encuentro na rzecz Ludzkości i przeciw Neoliberalizmowi, które po raz pierwszy odbyło się właśnie w Chiapas w 1996 roku. Na apel zapatystów rozpowszechniany wyłącznie w Sieci odpowiedziało ponad 3000 aktywistów i intelektualistów z 42 krajów – 5 kontynentów. Przyjechali oni do Chiapas, aby dyskutować na temat form globalnej walki przeciwko neoliberalizmowi (Kowal 2008:141 oraz <http://www.eco.utexas.edu/faculty/Cleaver/zapsincyber.html>). Jak widać na tym przykładzie, Sieć stanowiła jeden z podstawowych czynników sukcesu zapatystów, choć warto zauważyć, że Subcomandante Marcos był obecny w mediach niesieciowych i również dzięki temu zyskał duży rozgłos.

Drugi, równie wyrazisty przykład transmisji idei, informacji, z poziomu lokalnego na poziom globalny stanowi blog Yoani Sanchez, młodej kubańskiej blogerki, która, nie posiadając wolnego dostępu do Internetu, stworzyła *Generation Y* – blog czytany w wielu krajach świata, tłumaczony na 17 języków, opisujący życie na wyspie pod rządami Fidela Castro\*. Yoani Sanchez nazywa siebie „ślepą blogerką”, ponieważ nie ma dostępu do swojego bloga. Władze Kuby założyły filtr, który uniemożliwia załadowanie strony. Blog funkcjonuje tylko dzięki pomocy wolontariuszy spoza Kuby. Sanchez wysyła do nich e-maile zawierające zredagowane wpisy, oni zaś przesyłają jej tą samą drogą komentarze czytelników (*Desde Cuba...*). Autorka *Generation Y* została doceniona na arenie międzynarodowej, m.in. magazyn „Time” umieścił ją w 2008 roku na liście 100 najbardziej wpływowych osób na świecie (<http://www.time.com/time/specials/2007/completelist/0,29569,1733748,00.html>), dostała też wiele prestiżowych nagród – żadnej z nich nie mogła jednak odebrać, ponieważ nie otrzymała zgody na wyjazd z Kuby.

---

\* Dostępny pod adresem <http://desdecuba.com/generaciony/>.

W obu prezentowanych powyżej przykładach postulat glokalizacji zyskał jeszcze inny wymiar, idee czy też działania podejmowane lokalnie w szerszym zakresie dotyczyły tak naprawdę spraw globalnych, podstawowych: obrony wykluczonych w pierwszym wypadku i wolności słowa w drugim. Trudno więc oddzielić warstwę lokalną od globalnej, ponieważ zasadniczo lokalne problemy można przetransponować na sprawy, wartości uniwersalne, a dzięki wykorzystaniu Sieci ta uniwersalność wysuwa się często na plan pierwszy.

Podążając jednak obranym tropem, wskazać można kierunek odwrotny aktywności cyberaktywistów, czyli lokalne realizacje działań i postulatów globalnych, jak choćby walki z konsumpcjonizmem, walki o ochronę środowiska, walki z korupcją.

W tym wypadku Internet stanowi narzędzie kluczowe do propagowania globalnych idei – równości, wolności, prawa do edukacji, ochrony środowiska, ale przede wszystkim jest to istotne medium wymiany informacji. Globalne idee bardzo często propagowane są w Sieci przez duże międzynarodowe organizacje – Amnesty International, Greenpeace, posiadające lokalne mutacje, które już na swoim gruncie samodzielnie organizują akcje (sieciowe i pozasieciowe) dostosowane do lokalnych warunków.

Na podobnej zasadzie działa wspomiane wyżej Centrum Niezależnych Mediów – Indymedia. Indymedia to „sieć zwykłych ludzi, aktywistów i organizacji zajmujących się tworzeniem niezależnych mediów”. Jako cel główny Indymedia wskazują „dostarczanie informacji w sposób oddolny i niekomercyjny” (<http://poland.indymedia.org/>). Pierwszy ośrodek powstał w 1999 roku w trakcie protestów przeciwko Światowej Organizacji Handlu w Seattle. Obecnie składa się z około 180 autonomicznych oddziałów na całym świecie, które publikują informacje w dużej mierze lokalne, związane z lokalnymi działaniami oddolnymi.

Doskonałym przykładem propagowania idei globalnych w lokalnych wersjach było zorganizowanie w trakcie szczytu klimatycznego w Kopenhadze Globalnego Dnia Działania (12 grudnia 2009 roku). Akcje przeprowadzone tego dnia miały na celu zwrócić uwagę polityków na problem globalnego ocieplenia, wymusić na nich podpisanie stosownych porozumień i również pokazać solidarność ludzi na całym świecie, których łączy sprawa walki z globalnym ociepleniem. Dzięki nowej międzynarodowej koalicji organizacji pozarządowych: Global Campaign for Climate Action oraz ruch 350\* zorganizowano wiele akcji w obronie klimatu – na stronie <http://www.globalclimatecampaign.org/> linki prowadzą do 108 krajów na całym świecie. Większość z akcji przybrała formę czuwania ze świecami pod banerem 350 oraz akcji pod marką TckTckTck. Najmłodszym z 3000 koordynatorów akcji był najprawdopodobniej dziewięcioletni Skender z Sarajewa, który zorganizował czuwanie po tym, jak obejrzał w Internecie relacje z innych części świata (*The most diverse...*).

## Sieć jako technologia samodzielna

Warto w tym miejscu zadać pytanie, czy globalna Sieć jest medium samodzielnym. Posiada ona niewątpliwie wiele walorów, chociażby niski koszt użytkowania, szybkość przesyłania informacji czy łatwość kontaktu. To doskonałe medium komunikacji natychmiastowej i skutecznej sprzyja niewątpliwie działalności rozmaitych

---

\* 350 części CO<sub>2</sub> na milion – to według naukowców bezpieczna granica zawartości dwutlenku węgla w atmosferze, obecny jej poziom wynosi 387 części CO<sub>2</sub> na milion.

ruchów społecznych, sprzyja krążeniu kontrdyskursów, ich swobodnemu łączeniu się, wymianie doświadczeń, synchronizacji działań. Mimo tych niewątpliwych zalet, często jednak jest medium niewystarczającym. Bez wsparcia lokalnych czy też narodowych mediów nie funkcjonuje efektywnie, oddziałuje przede wszystkim na bezpośrednio zainteresowanych, rzadziej na ewentualnych sympatyków, którzy mogliby wesprzeć aktywistów. Cyfrowe wykluczenie, brak świadomości społecznej, nieobecność tematów istotnych z punktu widzenia aktywistów sprzyja dalszej marginalizacji rozmaitych grup, ich wykluczeniu. Stąd też wyłania jeszcze inny aspekt globalizacji, oparty przede wszystkim na konieczności współpracy globalnej Sieci z lokalnymi mediami oraz połączenia aktywności sieciowej i pozasieciowej.

### **Sieć – media mainstreamowe**

Przykładem niesamodzielnosci Sieci jest chociażby polska akcja „Ratujmy Rospudę”, będąca wyrazem sprzeciwu przeciwko budowie autostrady przez unikatowe bagna doliny Rospudy. Dopóki działalność aktywistów ograniczała się do Sieci i lokalnych happeningów, nie była szeroko znana, ponieważ informacje o akcjach podejmowanych w obronie Rospudy docierały głównie do najbardziej zainteresowanych – ekologów i mieszkańców Augustowa, udręczonych tysiącami tirów rozjeżdżających ich miasto. Gdy sprawę nagłośnił na łamach „Gazety Wyborczej” Adam Wajrak, sprawa z lokalnej przekształciła się w narodową i do akcji przyłączyli się w całym kraju zarówno zwolennicy budowy, jak i jej przeciwnicy, a sam temat znalazł miejsce również w innych mediach. To nie Sieć była jednak głównym miejscem działań aktywistycznych, o czym świadczy chociażby liczba odsłon krótkich reportaży z akcji, prezentowanych na You Tube\*, najwięcej odsłon, jak się okazało, miał krótki filmik animowany *Krecik ratuje Rospudę*, co pozwala przypuszczać, że uwagę internautów przyciągnął sam krecik, a nie Rospuda.

### **Sieć – media alternatywne**

Dla aktywistów współpraca z innymi mediami w celu zyskania wsparcia dla swoich idei jest wciąż niezwykle istotna, co doskonale pokazuje chociażby przykład organizacji protestów przeciwko szczytowi Unii Europejskiej w Brukseli w 2001 roku. Indymedia we współpracy z lokalną i uniwersytecką rozgłośnią radiową oraz z kinem studyjnym stworzyły radio Bruksela, które nadawało dzięki lokalnym stacjom radiowym audycje na temat szczytu UE widzianego z alternatywnej perspektywy. Audycje te dostępne też były w Internecie, skąd aktywiści na całym świecie retransmitowali je na falach FM. Ponadto Indymedia rozpowszechniały rozmaite broszury i ulotki w czasie demonstracji (Cammaerts 2006: 265–288).

### **Sieć – media lokalne i działania offline’owe**

Zupełnie innego przykładu globalizacji medialnej w działaniach aktywistów dostarczają A. Peppe i C. di Gennaro, opisując włoską akcję „V-Day”, która odbyła się 8 września 2007 roku i stanowiła protest przeciwko korupcji we włoskim

---

\* Liczba odsłon reportaży z obozu w Dolinie Rospudy to kilka tysięcy, film animowany z krecikiem w roli głównej to ponad 700000 odsłon! ([http://www.youtube.com/results?search\\_query=rospuda+&search\\_type=&aq=f](http://www.youtube.com/results?search_query=rospuda+&search_type=&aq=f))

parlamencie. Akcję zapoczątkował Beppe Grillo, znany i uznany bloger włoski, następnie została ona rozpropagowana we włoskiej blogosferze na zasadzie marketingu szeptanego, przy zupełnej ignorancji mediów mainstreamowych, co wynikało między innymi z faktu, że właścicielem znacznej ich części jest premier Silvio Berlusconi. Peppe i di Gennaro podkreślają, że to wydarzenie bez precedensu, gdy demonstracja propagowana głównie w Sieci, poprzez blogi i lokalne agencje informacyjne czy też lokalne gazety, również internetowe, a także poprzez działania offline'owe odniosła tak niebywały sukces – około miliona Włochów wyszło na ulice 8 września 2007 roku. Podkreślić jednak trzeba, że działania sieciowe, propagujące akcję, wspierane były również przez lokalne organizowanie dyskusji czy spotkań (Peppe, di Gennaro 2009).

Warto więc zwrócić uwagę, że Sieć dla aktywistów nie jest medium uniwersalnym, stanowić może medium podstawowe dla komunikacji wewnątrz ruchu, dla propagowania idei, akcji wśród przekonanych, ale zdobycie poparcia niezainteresowanych, nieświadomych (jakkolwiek ich określimy) wymaga dywersyfikacji strategii medialnej, wykorzystania różnych typów mediów, a na poziomie lokalnym także działań pozamedialnych. Niestety, konwergencja mediów, która doskonale sprawdza się na gruncie komercyjnym, w wypadku ruchów społecznych nie jest procesem zaawansowanym w znacznym stopniu z powodu ograniczeń finansowych. Jest ona utrudniona przede wszystkim na linii stare–nowe media. Warto jednak łączyć działania sieciowe z obecnością, w miarę możliwości, w mediach mainstreamowych, w mediach alternatywnych, które należy wydobyć z niszy; równie istotne jest wykorzystanie mediów lokalnych, które najskuteczniej mogą transmitować globalne idee i strategię działania na poziom lokalny.

Glokalizacja w tym kontekście jawi się w kilku wymiarach. Sieć jako technologia globalna, aby była skuteczna w działaniu, musi być wciąż jeszcze wspierana przez media tradycyjne, najlepiej mainstreamowe, jeśli takie rozwiązanie nie jest możliwe – przez lokalne agencje informacyjne, a także przez lokalne działania offline'owe.

Niezwykle istotne jest tworzenie silnych globalnych marek, które staną się wiązalne w Sieci, a przede wszystkim efektywne wykorzystanie Sieci, zwłaszcza tych jej globalnych narzędzi, w których widzialność nie jest uwarunkowana finansami, czyli serwisów społecznościowych, blogów i popularnych obecnie mikroblogów.

Wykorzystywanie rozmaitych strategii medialnych jest o tyle istotne, że lokalność (i globalność) należy też rozumieć jako niszowość. Dlatego też Sieć z jednej strony stanowi miejsce artykulacji dyskursów marginalizowanych, ale – choć wydaje się to sprzeczne – sprzyjać może też ich marginalizacji, jeśli pozostaje medium jedynym. Umiejętne łączenie sfery lokalnej i globalnej, stworzenie płynnej, atrakcyjnej i efektywnej sieci przepływów idei, strategii działania czy po prostu informacji stanowić będzie doskonały wyraz glokalizacji cyberaktywizmu.

## Bibliografia

- Cammaerts B. (2006), *Media and Communications strategies of globalized activists: Beyond media-centric-thinking*, [in:] Cammaerts B., Carpentier N. (ed.), *Reclaiming the Media: communication rights and expanding democratic media roles*, Bristol: Intellect, p. 265–288, dostępne on line <http://eprints.lse.ac.uk/3296/> [15.12.2009].
- Castells M. (2008), *Siła tożsamości*, red. naukowa M. Marody, przeł. S. Szymański, Warszawa.

- Desde Cuba With Yoani Sánchez*, An Interview By Ted Henken [http://www.poder360.com/article\\_detail.php?id\\_article=1390](http://www.poder360.com/article_detail.php?id_article=1390) [15.01.2010].
- Ford T.V., Gil G. (2001), *Radical Internet Use*, [w:] Downing J., Ford T.V., Gil G., Stein L., *Radical Media. Rebellious Communication and Social Movements*, London, New Delhi: Sage Publication, Thousand Oaks, p. 201–234.
- Fraser N. (1992), *Rethinking the Public Sphere*, [w:] C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT Press, p. 109–142.
- Gitlin T. (1998), *Public spheres or public sphericules*, [w:] Liebes T., Curran J. (eds), *Media, Ritual and Identity*, London: Routledge.
- Kowal D.M. (2008), *Digitalizacja i globalizacja autochtonicznych głosów: ruch zapatystów*, [w:] A. Dytman-Stasieńko, J. Stasieńko (red.), *Język a multimedia2. WWW – w sieci metafor. Strona internetowa jako przedmiot badań naukowych*, Wrocław.
- Pepe A., di Gennaro C. (2009), *Political protest Italian-style: The blogosphere and mainstream media in the promotion and coverage of Beppe Grillo's V-day*, "First Monday" 7 December vol. 14, nr 12, <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2740/2406>, [15.01.2010].
- Tarkowski A., Hofmokl J. (2006), *Wyszukiwarki jako gatekeeperzy internetu*, [w:] *Spółeczna przestrzeń internetu*, pod red. D. Batorskiego, M. Marody i A. Nowaka, Warszawa.
- The most diverse movement in history? Photos from around the world* <http://tckctck.org/stories/campaign-stories/most-diverse-movement-history> [15.01.2010].
- <http://poland.indymedia.org/> [15.01.2010].
- <http://tckctck.org> [15.01.2010].
- <http://www.eco.utexas.edu/faculty/Cleaver/zapsincyber.html> [15.01.2010].
- <http://www.ezln.org> [15.01.2010].
- <http://www.globalclimatecampaign.org/> [15.01.2010].
- <http://www.thing.net/~rdom/ecd/anondigcoal.html> [15.01.2010].
- <http://www.thing.net/~rdom/ecd/EDTECD.html> [15.01.2010].
- <http://www.time.com/time/specials/2007/completelist/0,29569,1733748,00.html> [15.01.2010].
- [http://www.youtube.com/results?search\\_query=rospuda+&search\\_type=&aq=f](http://www.youtube.com/results?search_query=rospuda+&search_type=&aq=f) [15.01.2010].



## Glocalization of cyberactivism

### Abstract

The aim of the article is to look closely at the Internet actions of activists from the perspective of glocalization. It also aims at answering the question whether the Internet, as the basic tool of activists actions and internal and external communication, can be an independent and effective medium; in other words, can attention of wide public be won only thanks to the Web itself, without the use of mainstream media. Another question is, how is the flow of information, ideas or strategies directed: does the polycentric Web favour horizontal communication (between local units) or does it rather foster the vertical, but two-way path of communication, from the local to the global, and from the global to the local?

**Key words:** glocalization, activism, cyberactivism, the Web

### Agnieszka Dytman-Stasieńko

doktor, adiunkt w Zakładzie Nowych Mediów Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu; autorka monografii *Święto zawłaszczonych znaczeń. Pierwszy maja w PRL. Ideologia, rytuał, język*. Organizatorka (wraz z Janem Stasieńką) cyklu konferencji „Język a multimedia”. W roku akademickim 2010/2011 visiting professor w Department of Communication State University of New York College at Brockport; główne pola badawcze to wykorzystanie nowych mediów w działalności ruchów społecznych, komunikacja oporu, wykluczenie komunikacyjne.

Anna Ślósarz

## Prywatne strony internetowe polonistów w posttradycyjnej edukacji

### Tradycyjne nauczanie a kluczowe kompetencje

Szkoła z nauczaniem ustrukturuowanym w poszczególne przedmioty (zwłaszcza zawodowe) stworzona została w celu przygotowania obywateli do funkcjonowania w społeczeństwie industrialnym. Faktograficzna wiedza wystarcza bowiem do wykonywania nieskomplikowanego zawodu. Jednak wyzwania współczesnego społeczeństwa postindustrialnego, opierającego się na wytwarzaniu, porządkowaniu, wykorzystywaniu i przekazywaniu złożonych informacji, wymagają kształcenia skomplikowanych kompetencji, na które składają się nie tylko elementy wiedzy, lecz także umiejętności i postawy. Według Komisji Europejskiej kluczowymi kompetencjami, umożliwiającymi „przygotowanie młodzieży do radzenia sobie z wyzwaniami społeczeństwa informacyjnego oraz czerpania maksymalnych korzyści z możliwości, jakie to społeczeństwo stwarza” są:

1. porozumiewanie się w języku ojczystym,
2. porozumiewanie się w językach obcych,
3. kompetencje matematyczne i podstawowe kompetencje naukowo-techniczne,
4. kompetencje w zakresie technologii informatycznych,
5. inicjatywność i przedsiębiorczość,
6. kompetencje interpersonalne i obywatelskie,
7. umiejętność uczenia się,
8. kultura ogólna, rozumiana jako świadomość i ekspresja kulturalna (Komisja Europejska *Kompetencje kluczowe*: 11–24).

Kształceniu tych kompetencji powinno być podporządkowane nauczanie wszystkich przedmiotów. Jednak w poszczególnych państwach przyjmuje się różne sposoby ich definiowania, ponieważ na system kształcenia ogromny wpływ mają czynniki lokalne. Wśród nich decydującą rolę odgrywa sposób przygotowania zawodowego nauczycieli, z którego wynikają stosowane przez nich metody pracy, a także kształt podstawy programowej i programów nauczania, poziom przygotowania uczniów, identyfikacja ich kompetencji przez nauczycieli, organizacja nauczania (formalnego i nieformalnego) i systemu szkolnego, a także certyfikowania efektów kształcenia. Ważnym kontekstem nauczania jest też środowisko informacyjne i kulturowe, w którym funkcjonuje szkoła. Wszystkie te czynniki spowodowały, że definiowanie i identyfikacja kompetencji kluczowych różnią się szczegółami

w poszczególnych państwach (Komisja Europejska *Kompetencje kluczowe*, 29-160). Kryzys współczesnej polonistyki wydaje się więc uwarunkowany nie tyle czynnikami lokalnymi, co globalnymi przemianami w sferze kultury, pociągającymi za sobą konieczność zmiany paradygmatu nauczania, stosowania nowoczesnych narzędzi dydaktycznych, indywidualizowania metod pracy i treści przedmiotowych.

### **Kryzys tradycyjnej polonistyki i nowe zadania szkolnych polonistów**

Dynamicznie zmieniająca się współczesna kultura staje się nie lada wyzwaniem dla polonistów, których zadaniem jest zapoznanie uczniów z jej prawami oraz wyposażenie ich w niezbędne w cywilizacji XXI wieku umiejętności związane z porozumiewaniem się, a także odbieraniem i przetwarzaniem informacji oraz korzystaniem z nich. Przeobrażenia narzędzi komunikacji społecznej nieodwracalnie zmieniły bowiem sposoby porozumiewania, spowodowały też gwałtowne przeobrażenia kultury i w konsekwencji wymuszają również zmiany w nauczaniu przedmiotu o nazwie „język polski”. Poszerzanie granic przedmiotu spowodowało problem z jego definiowaniem. Funkcjonuje on obecnie w kontekście nowych technologii i nawyków komunikacyjnych: SMS-ów, MMM-sów, portali internetowych, e-bibliotek, czatów, wirtualnych uniwersytetów i laboratoriów, wideokonferencji, prywatnych witryn internetowych i blogów (również dydaktycznych).

Stanisław Bortnowski w swojej ostatniej książce *Jak zmienić polonistykę szkolną?* (Bortnowski 2009) zamieścił m.in. rozdziały: „Rozpad polonistyki uniwersyteckiej”, a także „Krach z czytaniem”, „Kanon w rozsypce” – odnoszące się do skutków, wynikających ze współczesnego przewrotu w zakresie technik komunikacyjnych. Za przyczyny rozpadu dyscypliny uznaje: kryzys historii literatury i opisowego językoznawstwa, pluralizm interpretacyjny i poszerzenie przedmiotu badań. Stwierdza, że filmowe adaptacje coraz częściej zastępują lekturę, zapośredniczając literackie dzieło sztuki. Podkreśla przy tym, że „większość polonistów nie modyfikuje technicznie zajęć, czyli pozostaje poza siecią i nowoczesnością” (Bortnowski 2009: 189). To cywilizacyjne zapóźnienie dydaktyki polonistycznej wynika z wielu przyczyn: niedostatecznego przygotowania nauczycieli w zakresie nowych technologii komunikacyjnych, braku systematycznego wsparcia technicznego, przeciążenia obowiązkami, wynikającymi z nauczania w licznie przeładowanych klasach, relatywnie wysokich cen usług internetowych, niedostatecznego wyposażenia pracowni przedmiotowych w sprzęt komputerowy, niskich płac itp.

Tymczasem uwarunkowania techniczne stają się podstawą wyodrębniania nowych sposobów nauczania. Morten Flate Paulsen wywodzi metody pracy nauczyciela, wykorzystującego TI w procesie dydaktycznym, ze stosowanych narzędzi i wyróżnia cztery paradygmaty interakcji między nauczycielem i uczniem: wykorzystanie zasobów on-line, poczty elektronicznej, tablicy ogłoszeń lub forum dyskusyjnego, a także konferencji (Bednarek, Lubina 2008, 91–92). Nazwane zostały one w ten sposób w pracy opublikowanej w 1984 roku, dlatego koncentrują się jeszcze wokół modelu pozyskiwania przez uczniów przekazywanej jednokierunkowo wiedzy (pierwsze trzy paradygmaty), a nie na jej wspólnym tworzeniu, charakteryzującym współczesną dydaktykę. Najnowsze dokumenty programowe pozwalają bowiem nauczycielom (i uczniom) na daleko posuniętą samodzielność w konstruowaniu programu nauczania i projektowaniu procesu dydaktycznego. Przykładem jest polska podstawa programowa, opublikowana 23 XII 2008 r.

### **Podstawa programowa 2008 – ku autonomii nauczycieli i samodzielności uczniów**

Podstawa programowa z 23 XII 2008 r. *Język polski w szkole podstawowej, gimnazjum i liceum* odnosi się do tej nowej sytuacji kulturowej i mimo konieczności przystosowania sposobu nauczania do istniejących realiów organizacyjnych (wyposażenia szkół, systemu klasowo-lekcyjnego, podziału na przedmioty nauczania, systemu egzaminów zewnętrznych, sposobu przygotowania nauczycieli itp.) wśród nabywanych kompetencji wymienia umiejętności „posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, w tym także dla wyszukiwania i korzystania z informacji” oraz „wyszukiwania, porządkowania i wykorzystywania informacji z różnych źródeł, z zastosowaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych” zarówno w szkole podstawowej, jak też w gimnazjum i liceum. Treści nauczania języka polskiego w klasach I–III dotyczą m.in. kodowania i dekodowania informacji (s. 25), a w klasach IV–VI założono, że uczeń „wyodrębnia elementy dzieła filmowego i telewizyjnego (scenariusz, reżyseria, ujęcie, gra aktorska), wskazuje cechy charakterystyczne przekazów audiowizualnych (filmu, programu informacyjnego, programu rozrywkowego), potrafi nazwać ich tworzywo (ruchome obrazy, warstwa dźwiękowa)” (s. 31). Gimnazjalista „odbiera komunikaty pisane, mówione, w tym nadawane za pomocą środków audiowizualnych – rozróżnia informacje przekazane werbalnie oraz zawarte w dźwięku i obrazie” (s. 35), „dostrzega w wypowiedzi ewentualne przejawy agresji i manipulacji”, „samodzielnie dociera do informacji – w książkach, prasie, mediach elektronicznych” i „korzysta ze słownika: języka polskiego, poprawnej polszczyzny, frazeologicznego, wyrazów obcych, synonimów i antonimów oraz szkolnego słownika terminów literackich – w formie książkowej i elektronicznej” (s. 36). Sytuacje komunikacyjne odniesiono w gimnazjum do takich form wypowiedzi, jak „SMS, e-mail, czat, blog”, podkreślając „niebezpieczeństwa oszustwa i manipulacji powodowanych anonimowością uczestników komunikacji w sieci, łatwego obrażania obcych, ośmieszania i zawstydzania innych wskutek rozpowszechniania obrazów przedstawiających ich w sytuacjach kłopotliwych” (s. 38–39). Szczegółowe wymagania w szkole ponadgimnazjalnej odniesiono do porównywania tekstu linearnego i hipertekstu (s. 43), „manipulacji językowej w tekstach reklamowych, w języku polityków i dziennikarzy” (s. 44).

Omawiana podstawa programowa wymienia nie teksty literackie, lecz teksty kultury (prócz utworów literackich filmy, nagranie telewizyjne, spektakle Teatru Telewizji, gazetę codzienną, tygodnik opinii, miesięcznik i kwartalnik – bez wskazań konkretnych tytułów). Wskazywanie obowiązkowych pozycji lekturowych – zwłaszcza na wyższych etapach edukacyjnych – ograniczono, dając nauczycielom swobodę wyboru spośród proponowanych w dokumencie oraz nieuwzględnionych w nim. Rozwiązanie to pozwala na elastyczny kontakt z literaturą współczesną – przy założeniu odpowiednich kompetencji nauczyciela, któremu przyznano dużo swobody w komponowaniu treści nauczania, aby mogły one być dostosowywane do lokalnych realiów, zainteresowań zespołu, wyposażenia pracowni i biblioteki, profilu szkoły itp. Współczesny nauczyciel musi być zatem przygotowany do tworzenia autorskiego programu nauczania (lub adaptowania istniejącego).

## Prywatne strony internetowe – posttradycyjna polonistyka?

Nowoczesne narzędzie dydaktyczne w postaci strony internetowej może unowocześnić proces nauczania języka polskiego, ponieważ skłania do czynnego posługiwania się językiem, rozumienia czytanego tekstu, samodzielnego uczenia się oraz rozwijania kompetencji interpersonalnych (podczas komunikowania się z nauczycielem i innymi użytkownikami witryny). Dodatkowo takie zastosowanie TI w nauczaniu języka polskiego kształci kompetencje w zakresie technologii informacyjnych, interpersonalne i obywatelskie (komunikowanie się z innymi użytkownikami oraz nauczycielem, współodpowiedzialność za realizację zbiorowego projektu itp.), a proces uczenia umieszcza we współczesnym otoczeniu kulturowym (reklamy, witryny komercyjne, polisensoryczność przekazu, hipertekstowy układ treści, kontrowersyjna estetyka itp.).

Aby zatem zbadać aktualny kształt posttradycyjnej szkolnej polonistyki oraz uwarunkowania kryzysu jej tradycyjnej postaci, poddano oglądowi materiał w postaci 593 prywatnych stron edukacyjnych, prowadzonych przez nauczycieli szkolnych i akademickich. W lipcu, sierpniu i wrześniu 2009 r. wzięto pod uwagę ich katalogi: *skocz.com* w kategorii *Nauczyciele – strony prywatne* (134 strony, w tym 13 polonistycznych) i w serwisie *Wirtualna Polska: Materiały dla nauczycieli* (256 stron, w tym 14 polonistycznych), *Strony nauczycieli* (133, w tym 8 polonistycznych), *Wykładowcy* (46, w tym 2 polonistyczne). Wykazy uzupełniono o 26 pominiętych na tych listach witryn, zwłaszcza prowadzonych przez nauczycieli akademickich. Były to strony należące do następujących polonistów: Aftyka Janusz i Agnieszka Krzysztos, ak (podano tylko inicjały), Andrzejczuk Agnieszka, Bednarz Robert, Białecka Maria, Biesok Anita, Błażejowski Michał, Bolecki Włodzimierz, Chętkowski Dariusz, Chodkowska Irena, Denert Anna, Dziwisz Marian, Dźwigoł Renata, Glazik Mirosław, Gonkiewicz Bogusława i Marzena Stefańczyk, Gregorkiewicz Małgorzata, Kalka Barbara, Kłyszewska Elżbieta, Kotliński Jarosław, Krawiec Waldemar, Kwiatkowska Krystyna, Kwiek Wiesława, Łukasiewicz Ewa, Łupińska Agnieszka i Zofia Ratkiewicz, Majka Ewa, Markowa Monika, Mazurek Barbara, Mazurkiewicz Marek Roman (pięć stron), Młynarczyk Ewa, Nauczyciel gimnazjum, Nowak Izabella, Nowicka-Zakrzewska Marlena, Nożyńska-Demianiuk Agnieszka, Papież Wiesława, Paprocka Anna, Pita Anna, Przygodzka Bożena, Przystup Zofia, Rzadkowski Roman, Sieja Anna, Skorupiński Piotr Maciej, Stasiewicz Piotr, Stróżyk Małgorzata, Szczygło Maryla, Szeszko Wioletta, Szwec Katarzyna, Ślósarz Anna, Timofiejuk Jolanta, Uhma Janusz, Uniwersytet im. Pałackiego w Ołomuńcu, Wdowińska Agata, Węsiara Mirosław, Wiszowata Barbara, Witkowski Jarosław, Wolańska Alina, Woźnik-Batko Urszula, Żmij Arkadiusz oraz dwie strony pozbawione danych identyfikacyjnych właścicieli. W przypadku wątpliwości sprawdzano na innych stronach internetowych (zwłaszcza szkół i w portalu Nasza klasa), jakiego przedmiotu i w której szkole naucza właściciel danej witryny. W ten sposób wyeliminowano z badania strony prowadzone przez nauczycieli innych przedmiotów oraz takie, których zawartość nie pozwalała na zidentyfikowanie właściciela jako polonisty. Wyodrębniono w ten sposób 63 witryny prowadzone przez polonistów.

Następnie zbadano ich zawartość, biorąc pod uwagę autoprezentację nauczyciela, strukturę zakładek i zakres merytoryczny zaprezentowanych w nich treści (ana-

lizując je z perspektywy polonistycznej oraz dydaktycznej), hiperłącza, obecność reklam, a także jakość komunikacji z użytkownikami.

Wśród badanych stron wyróżnić można wiele odmian ze względu na cel ich utworzenia. Niektóre z motywacji pokrywają się. Najważniejsze z nich to:

1. Pomoc autorowi, uczniom i innym nauczycielom w realizacji procesu nauczania, zwłaszcza programów autorskich.
2. e-portfolio właściciela.
3. Spełnienie wymogów awansu zawodowego (są to często strony porzucone po jego uzyskaniu).
4. Ukończenie kursu z zakresu TI (strony często porzucane po jego ukończeniu).
5. Oferta korepetycji.
6. Pomoc zespołowi w realizacji projektu badawczego (jedna strona).
7. Uporządkowanie źródeł na dany temat (np. *Mikołaj Rej 2005* Romana Mazurkiewicza).

### **Prywatne strony edukacyjne z programami autorskimi**

Prywatne strony dydaktyczne nauczycieli polonistów dotyczą m.in. autorskich programów kształcenia w zakresie edukacji medialnej. Wydaje się, że to właśnie one najlepiej spełniają swoją rolę, ponieważ nowoczesne narzędzie dydaktyczne zostaje tu wykorzystane nie tylko do komunikacji z uczniami, lecz także prezentacji oryginalnego programu nauczania, związanego mniej lub bardziej bezpośrednio ze stosowaniem tego właśnie narzędzia. W konsekwencji nauczanie odbywa się niejako „mimochodem”, przez samo zastosowanie narzędzia.

W ten sposób funkcjonuje np. *Strona polonisty* Piotra Staśkiewicza. Zawiera informacje na temat realizowanego w 26 Gimnazjum w Łodzi autorskiego programu nauczania *Przez media*, dotyczącego m.in. przekazów medialnych, interpretacji zjawisk medialnych, kultury popularnej, prawnych aspektów mass mediów. Zaprezentowane zostały założenia programu, wydarzenia związane z jego realizacją, aktywność uczestników, a nawet systematycznie uzupełniany „wirtualny zeszyt” – skanowane notatki uczniów z poszczególnych lekcji polskiego. Umiejętności uczniów rozwijane są w praktycznych działaniach, a nowoczesne narzędzie dydaktyczne spełnia swoją rolę.

### **Przekaznik jest przekazem: strona internetowa strukturująca treści**

Badane polonistyczne strony utworzone zostały w oparciu o różnorodne narzędzia. Wyróżnić wśród nich można zarówno uciążliwy i przestarzały dziś sposób programowania bezpośrednio w języku HTML oraz edytorze FrontPage, jak też wykorzystywanie gotowych szablonów stron (oraz spolszczonego edytora *Nvu*), adaptację blogów, wreszcie współczesnych kreatorów stron, jak *Wordpress* oraz *Joomla!*

Poddane badaniu prywatne strony edukacyjne polonistów powstawały od 2000 roku, zatem na przestrzeni dziewięciu lat. W tym okresie znacznie zmieniły się technologie ich tworzenia. Najstarsze tworzone były w języku HTML lub techniką FrontPage, które do niedawna dominowały na kursach. Strony te można poznać po prostym układzie graficznym, zawierającym jedynie konieczne elementy struktury:



są to najczęściej informacje o właścicielu (imię i nazwisko, nazwa szkoły, nauczany przedmiot, hobby), wybrane hiperłącza, a także animacje – zwykle jednorodne ze względu na krótki okres trwania kursu. Strony takie zawierają na pierwszej stronie spis treści, krótki ze względu na niewielkie rozmiary witryny. Paweł Wimmer stwierdza, że „taki sposób sprawdza się doskonale do dzisiaj i nic nie stoi na przeszkodzie, aby strona startowa witryny zawierała podstawowe informacje o witrynie i jej autorze oraz odsyłać do innych dokumentów. To najprostsza technika, dzięki której strony szybko się ładują, i w której trudno popełnić jakieś błędy techniczne” (Wimmer 2008). Jednak zaproponowane nauczycielom narzędzie do aktualizowania witryny okazało się zbyt uciążliwe i pracochłonne – przyczyniło się do późniejszego porzucania utworzonych już stron.

Najodpowiedniejsze okazały się najnowsze systemy zarządzania treścią, które pozwalają nie tylko na łatwą aktualizację informacji (na ekranie pojawia się natychmiast to, co jest pisane na klawiaturze), lecz także komunikację z użytkownikami, logowanie, automatyczne zliczanie odsłon poszczególnych zasobów, głosowania, archiwizowanie materiałów w postaci pliku PDF, drukowanie przez jedno kliknięcie, polecanie witryny znajomym, korespondencję z autorami, cytowanie treści na stronie użytkownika. Dający te możliwości, łatwy w obsłudze, darmowy system *Joomla!* został wykorzystany przez Arkadiusza i Tatianę Żmijów do utworzenia w 2008 r. portalu *język-polski.pl*, adresowanego do uczniów liceum, technikum i gimnazjum. Nowoczesne narzędzie zapewniło stronie popularność, rosnącą gwałtownie po rozpoczęciu roku szkolnego 2009/2010 (setki i tysiące odsłon poszczególnych materiałów, ponad 2,5 mln wyników wyszukiwania przez *Google* w połowie września 2009, 3 780 000 w końcu października 2009).

Struktura zamieszczonych na stronie treści nauczania ujawnia zorientowanie procesu dydaktycznego na literaturę („Notatki”, „Wiedza o epokach”, „Opracowania lektur”, „Teksty”) oraz egzamin maturalny („Matura pisemna”, „Matura ustna”, „Czytanie ze zrozumieniem”) i kontakt z użytkownikami („Konkursy”, „Nasze teksty”, komentarze, „Kursy, testy i quizy z języka polskiego”, „Błogi”, „Forum”, „Pobieralnia”) – w tym również kontakt bezpośredni, ponieważ wiele wpisów odwołuje się do konkursów organizowanych w konkretnych miejscach, przez wskazane jednoznacznie podmioty prawne. Funkcjonuje też zakładka „Jak napisać”, zawierająca praktyczne porady, dotyczące komponowania charakterystyki, eseju, felietonu, rozprawki i innych form wypowiedzi. Wciąż pozostaje jednak pusty dział „Gramatyka”, ponieważ strukturalne ujęcie nauki o języku okazało się sprzeczne z zastosowanym tu nowoczesnym, interaktywnym narzędziem dydaktycznym, pozwalającym m.in. na tworzenie uczącej się wspólnoty (kursy), kontakty użytkowników między sobą i z prowadzącymi (forum, komentarze). W ten sposób powstaje wspólnota uczących się.

Tak więc nauczanie przedmiotu „Język polski” zostało tu wpisane we współczesny kontekst kulturowy, co uczyniło portal popularnym. Dynamiczne elementy w postaci samoczynnie zmieniających się tytułów poszczególnych działów ożywiają komunikację, przejrzystość prezentując zakres tematyczny – tytuły i układ treści w postaci zakładki z tytułami subdziałów. Narzędzie *Joomla!* pozwala też na wyodrębnianie i rekomendowanie najnowszych komentarzy, ostatnio dodanych wpisów i tytułów najczęściej czytanych zasobów. Pojawiające się reklamy są dostosowane tematycznie do prezentowanych na stronie treści i np. uzupełniają zaprezentowane

formy wypowiedzi o CV i list motywacyjny – konieczne do funkcjonowania we współczesnych realiach, konkursy polonistyczne, fotograficzne, gry sieciowe i zręcznościowe, a także np. oferty instalacji internetowych łączy. *Joomla!* pozwala też na wyświetlanie zestawów stron „podobnych” do prezentowanej, co ułatwia użytkownikowi orientację w zasobach sieci i dostosowanie ich do jego indywidualnych potrzeb. Stosunkowo często pojawiające się oferty kursów języka angielskiego również wpisują się w oczekiwania współczesnych użytkowników.

Oparta na nowoczesnym systemie zarządzania treścią witryna okazała się atrakcyjna, choć struktura treści przedmiotowych nie jest tu bynajmniej nowatorska pod względem merytorycznym czy metodycznym. Brakuje literatury współczesnej. Jednak przejrzysty układ treści (sprowadzanych czasem do haseł tematycznych), bardzo dobry kontakt z użytkownikami oraz pragmatyczne ukierunkowanie na egzamin maturalny zjednały witrynie wielu zwolenników. Nie rewolucjonizuje ona treści przedmiotowych, ale nowoczesne narzędzie dydaktyczne spowodowało ich uatrakcyjnienie poprzez wpisanie w oczekiwania komunikacyjne współczesnych uczniów.

### Niezamierzona reklama jako skutek zaniedbania

Strony utworzone na kursach pod kierunkiem instruktora bywają porzucane po ich zakończeniu. Przyczyną tego mogą być zbyt krótkie okresy trwania tych kursów (np. 20 godzin), co uniemożliwia wystarczające opanowanie potrzebnych umiejętności, a późniejszy brak technicznego wsparcia zniechęca do podejmowania samodzielnych prób rozbudowywania utworzonej już i zaplanowanej pod względem merytorycznym strony.

Porzucane strony zawierają czasem identyczne układy treści, mają podobne układy graficzne, prezentują jednakowe efekty i te same informacje, wśród których znajduje się nazwa ośrodka szkoleniowego – w ten sposób polecają jego usługi. Zjawisko to wskazuje, że na kursach nauczyciele poznają nie tyle dydaktyczne korzyści z posługiwania się nowoczesnym narzędziem dydaktycznym w postaci internetowej witryny, co techniczne sprawności związane z rozmieszczaniem elementów strony, wstawianiem grafiki i animacji, stosowaniem kolorów oraz efektów specjalnych itp.

Przykładem takiej praktyki są bliźniaczo podobne strony Wiesławy Papież i Ewy Łukasiewicz. Obie utrzymane są w identycznej, jaskrawożółtej kolorystyce z czerwonym pasem w centrum, obie zawierają fotografie właściolek, wykonane podczas trwania kursu. Wynika z nich, że nauczycielki współpracowały, ponieważ zajmowały sąsiadujące stanowiska komputerowe. Informacje o właściołkach oraz zatrudniających je szkołach umieszczone zostały w tych samych centralnych miejscach stron i zapisane identyczną czcionką. Jedyne zasoby dydaktyczne obu jednostronicowych witryn to umieszczone w lewych dolnych rogach hiperłącza, wymienione pod napisami „W internecie obejrzeć warto” i „W internecie warto obejrzeć”. Po zbadaniu informacji na temat właściwości obu stron stwierdzić można, że obie powstały tego samego dnia: 13 stycznia 2000 r., czyli od ponad dziewięciu lat pozostają nieaktualizowane.

W przypadku obu witryn centralne miejsce zajmuje jednak hiperłącze „wstąp do ośrodka OEIIZK”. Kieruje ono do głównej strony Ośrodka Edukacji Informatycznej

i Zastosowań Komputerów – publicznej placówki doskonalenia nauczycieli, funkcjonującej w Warszawie, ponieważ ten Ośrodek był organizatorem szkolenia i na jego serwerach umieszczono obie strony. Wynika to ze struktury ich adresów: <http://wieslaw.popierz.edu.oeiizk.waw.pl/> i <http://ewa.lukasiewicz.edu.oeiizk.waw.pl/>.

Tak więc niewystarczające przygotowanie techniczne do prowadzenia internetowych stron edukacyjnych spowodowało, że ich właścicielki nie udostępniły na nich żadnych materiałów dydaktycznych. Nie wykorzystują ich też jako narzędzia komunikacyjnego. Choć strony pozostają porzucone, nie zostały usunięte – prawdopodobnie ze względu na funkcję reklamowania usług ośrodka szkoleniowego. Dyskusyjna pozostaje jednak trafność tej reklamy.

### Szablony treści – i autoprezentacji

Niektóre witryny zostały oparte na gotowych szablonach, które niewątpliwie ułatwiły ich utworzenie, lecz zarazem wystandaryzowały strukturę treści. Na przykład strona Wiesławy Kwiek zawiera pięć działów, zaprojektowanych najprawdopodobniej przez webmastera. Zostały one nazwane: „Ja”, „Ja i szkoła”, „Ja i regionalizm”, „Ja i publikacje”, „Ja i konkursy, przeglądy, spotkania”. Taki układ treści pozwala na stabilny, niewymagający częstej aktualizacji układ witryny. Z wykazu konkursów można wnioskować, że strona nie była aktualizowana od ponad dwu lat.

Wynikające prawdopodobnie z braku technicznych umiejętności podporządkowanie się właściciela strony gotowym szablonom może być posunięte do tego stopnia, że w niektórych wypadkach zaproponowana przez webmastera zawartość poszczególnych zakładek lub pól zostaje zachowana bez zmian. Pozostaje wtedy reklamą usługodawcy, niezamierzoną przez właściciela strony. Gotowe szablony stron wybiera się bowiem najczęściej nie tyle ze względu na funkcjonalność, co walory estetyczne, dlatego ich zagospodarowanie okazuje się potem zbyt uciążliwe lub niesatysfakcjonujące. Przykładem takiego postępowania jest strona, na której Aneta Biesok przedstawiła ofertę własnych korepetycji: szablon wybrany został zapewne ze względu na odpowiednią do tej tematyki grafikę, przedstawiającą dziewczynę z laptopem. Grafika, wkomponowana zapewne przez profesjonalnego webdesignera, pełni jednak w tym kontekście nie rolę ozdobnika, lecz zapowiedź atrakcyjnego, wspomagane komputerowo (e-learningowego?) sposobu nauczania języka polskiego na wszystkich poziomach edukacyjnych, których oferta korepetycji dotyczy. Bliższa analiza zawartości strony wskazuje jednak, że walory estetyczne tej grafiki wyparły jej atrybuty komunikacyjne. Układ witryny okazał się bowiem zbyt rozbudowany, dlatego większość pól nie została wypełniona i w efekcie na połowie strony pozostawiono zaproponowane przez webmastera przykładowe napisy, nie tworzące sensownych komunikatów i mogące w tym wypadku wręcz zapowiadać uczenie się niekomunikatywnego języka. O niewykorzystaniu możliwości tej strony jako narzędzia dydaktycznego i najprawdopodobniej tradycyjnym nauczaniu przez jej właścicielkę świadczy także brak na niej jakichkolwiek materiałów dydaktycznych, zwłaszcza, że wprowadzone zostały reklamy.

Tak więc szablonowa strona – mimo niewątpliwych walorów estetycznych – nie zawsze ułatwia autoprezentację, a czasem wręcz sprawia, że staje się ona niezamierzona.

## Oczekiwania uczniów a oferty nauczycieli

Współczesnej młodzieży nie wystarczają już tradycyjne metody nauczania. Z badań 335 tys. uczniów (od przedszkoli po szkoły ponadpodstawowe), nauczycieli, administratorów szkół i rodziców, przeprowadzonych przez non-profitową organizację Project Tomorrow i Blackboard Inc. powstał raport *Learning in the 21st Century: 2009 Trends Update*. Wynika z niego m.in., że prawie połowa uczniów szkół ponadpodstawowych chciałaby uczestniczyć w kursach on-line, aby mieć lepszy dostęp do materiałów i ułatwiony kontakt z nauczycielem. Uczestniczy jednak tylko co dziesiąty (*Learning in the 21st Century: 2009 Trends update*, 2). 44% uczniów w wieku 6–12 lat uważa, że nauczanie na odległość to technologia, wywierająca najbardziej pozytywny wpływ na uczenie się. Okazało się też, że 7% ankietowanych z przedziału wiekowego 9–12 lat, 39% ankietowanych z przedziału 6–8 lat i 25% 3–5-latków motywuje chęć udziału w kursach on-line bardzo dojrzałe: chcą mieć kontrolę nad swoim własnym uczeniem się, nie oczekują wcale łatwiejszych lekcji, ale liczą na dostępność materiałów oraz ułatwienie poproszenia nauczyciela o pomoc (głównie młodszy). Podobne doświadczenia mają nauczyciele prowadzący kursy on-line: 77% z nich jest przekonanych, że zdalne nauczanie jest dla uczniów korzystne z uwagi na powierzenie im kontroli ich własnego uczenia się. Jednak tylko co dziesiąty z ankietowanych amerykańskich nauczycieli był tego zdania, ponieważ nauczanie na odległość praktykują jedynie niektórzy z nich (*Learning in the 21st Century: 2009 Trends update*, 2).

Podobna sytuacja jest w Polsce. Chociaż co trzeci nauczyciel brał już udział w kursach e-learningu w ramach swojego rozwoju zawodowego, tylko 3% z nich przyznało, że samemu poprowadziło zajęcia on-line dla swoich uczniów. Ten odsetek nie zmienił się w czasie ostatnich 3 lat. Co więcej, jedynie 13% nauczycieli przyznało, że chciałoby prowadzić zajęcia e-learningowe z uczniami (Polak 2009).

Sytuacja ta uwarunkowana jest niewystarczającym przygotowaniem nauczycieli do prowadzenia nauczania z wykorzystaniem narzędzia w postaci Internetu. Nowe technologie nie zadomowiły się jeszcze na uczelniach, przygotowujących przyszłych nauczycieli. Natomiast kursy doskonalące umiejętności nauczycieli w zakresie stosowania TI trwają zbyt krótko, w dodatku prowadzone są nie przez dydaktyków przedmiotowych, lecz informatyków – toteż zorientowane są bardziej na kształcenie umiejętności technicznych niż popularyzowanie nowych metod nauczania wykorzystujących nowe technologie.

Wynika stąd, że szkoła trudno adaptuje się do nowej sytuacji kulturowej i nadal kształci w sposób tradycyjny, co rozmija się z oczekiwaniami uczniów, urodzonych w posttradycyjnych realiach kulturowych.

## Nowoczesne technologie a strukturalistyczny model polonistyki

Współczesny nauczyciel, kształcony na uczelni kilka lat wcześniej według funkcjonujących od lat programów studiów, musi kształcić się nadal (*Lifelong Learning*) i uzupełnić swoje kwalifikacje na kursach, aby móc się posługiwać nowoczesnymi narzędziami dydaktycznymi w rodzaju prywatnych witryn internetowych. Często dopinguje go do tego perspektywa awansu zawodowego, wymagającego publikacji oraz stosowania współczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (*Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu*, § 8). Utworzenie witryny

internetowej pozwala na spełnienie tych wymagań. Najłatwiej umieścić na niej treści przedmiotowe, które poddają się jednoznacznej klasyfikacji, czyli dotyczące nauki o języku. Zdarza się zatem, że samodzielnie tworzone przez nauczycieli strony ujawniają strukturalistyczne pojmowanie przedmiotu „język polski”. I tak na przykład anonimowa witryna *Lekcje i sprawdziany w gimnazjum* zawiera sprawdziany z dziedziny gramatyki opisowej (wypowiedzeń wielokrotnie złożonych i słowotwórstwa), ponieważ zamieszczony materiał mógł zostać przejrzysto ustrukturuowany, poddany korekcie pod względem poprawności merytorycznej i językowej – podobnie jak konspekt lekcji na temat „Zemsty”.

Stosowanie nowoczesnych narzędzi dydaktycznych w postaci stron internetowych poszerza zakres kompetencji, kształconych podczas nauczania przedmiotu „język polski” o:

1. **kompetencje w zakresie technologii informatycznych** (korzystanie z dobrze zaprojektowanej witryny wymaga umiejętności przeszukiwania jej zawartości, logowania się, wypowiedzania się w dyskusjach na forum, korzystania z czatu, kursów on-line, kontaktowania się przy pomocy poczty elektronicznej itp.);
2. **porozumiewanie się w językach obcych** (liczne reklamy kursów językowych on-line, odesyłacze do zasobów np. anglojęzycznych);
3. **kompetencje interpersonalne i obywatelskie** – kształcone są podczas realizacji grupowych przedsięwzięć, kontaktowania się z prowadzącym zajęcia, umieszczaniu własnych materiałów na stronie, dyskusji itp.;
4. **umiejętność uczenia się** – witryna internetowa zawiera zwykle nie tylko zasoby materiałów dydaktycznych, ćwiczeń, sprawdzianów itp., lecz także hiperłącza do innych stron. Korzystanie z nich jest tworzeniem własnego środowiska uczenia się – w Web 2.0. Wiedza nie jest już „pobierana” od nauczyciela, lecz pod jego kierunkiem tworzona indywidualnie i grupowo;
5. **świadomość i ekspresja kulturalna** – rozwijane są zwłaszcza podczas umieszczania w Sieci własnych materiałów i przeszukiwania zasobów pod kątem indywidualnych potrzeb.

Jednak niewłaściwe użycie tak zaawansowanego technologicznie narzędzia – np. do prezentowania strukturalistycznej koncepcji przedmiotu oraz tradycyjnej dydaktyki – zniechęca potencjalnych użytkowników i powoduje pogłębienie cyfrowego podziału: ci, którzy nie potrafią twórczo korzystać z zasobów Internetu, pod kierunkiem niekompetentnego nauczyciela zniechęcają się do nich jeszcze bardziej. Taka kolonizacja nowoczesnych narzędzi dydaktycznych stoi w sprzeczności z kształceniem dla jutrzejszego społeczeństwa wiedzy. Jeżeli odbywa się w szkole – zwłaszcza publicznej – pociąga za sobą cyfrowe wykluczenie wraz ze wszystkimi jego społecznymi i ekonomicznymi konsekwencjami w postaci niesprawiedliwych podziałów społecznych i wynikającej z nich strukturalnej przemocy.

## Kolonizacja mediów a relatywizacja tradycji i cyfrowe wykluczenie

Socjologowie, np. Jadwiga Staniszkis i Alain Touraine, uważają, że strukturalna przemoc wprowadza mechanizmy gospodarki rynkowej, powodując zanik państwowych instytucji. Kolonizowane przez tradycyjną polonistykę media uruchamiają proces identyfikacji kospomolitycznych, nie podejmują natomiast złożonych

problemów narodowych (które stają się lokalne). Przestaje się sprawdzać tradycyjny model szkoły, traci atrakcyjność wpisany w narodowy kanon lektur paradygmat patriotyzmu. Lokalne doświadczenia mogą mieć wymiar uniwersalny, lecz autorytety są konstruktem kulturowym i zagarnia je kultura dominująca. Ekspansywna, globalna kultura masowa może zatem powodować relatywizację tradycji kulturowej lokalnych konsumentów.

Strony internetowe polonistów to nowy sposób nauczania praw współczesnej kultury i skutecznej komunikacji. Robert Davison (2009) z Hongkongu stwierdza na łamach „eLearning Magazine”, że obowiązkowo prowadzone na jego zajęciach edukacyjne blogi ośmielają mało aktywnych studentów, mobilizują do systematyczności i aktywności, uczenia się od siebie nawzajem i refleksji nad przebiegiem zajęć. Również w Polsce zwrócono uwagę na ich tekstotwórczą rolę w publikacjach Renaty Bryzek i Katarzyny Łupińskiej (2008) oraz Magdaleny Maziarz (2009).

Struktura własności medialnej decyduje o tendencjach globalizacyjnych bądź decentralizacyjnych przekazu. Daniel Hallin i Paolo Mancini (2004: 167) zauważają, że w krajach modelu demokratycznego korporacjonizmu (m.in. Niemcy, Austria, Norwegia) „media elektroniczne zawsze były postrzegane jako element «res publiki» oraz jako instytucja, która ma zbyt duży wpływ na społeczeństwo, aby pozostawać w gestii osób prywatnych, stąd też powinna podlegać kontroli państwa występującego w imieniu interesów ogółu”. Dlatego edukacyjne portale internetowe w Niemczech – w przeciwieństwie do komercyjnych polskich (często niebędących własnością polskich podmiotów) – podejmują złożone treści narodowe (lokalne), pozostają pod społeczną kontrolą, służą interesom lokalnej społeczności, promują jej kulturę.

Natomiast w krajach postkomunistycznych, jak Polska czy Rosja, rynek medialny zdominowany jest przez kapitał obcy – w Polsce głównie niemiecki, w Rosji amerykański. Dlatego mainstreamowy przekaz wpisuje się nie w potrzeby obywateli jutra, lecz oczekiwania przyszłych konsumentów, stąd na komercyjnych stronach edukacyjnych obecność reklam niezwiązanych z ich tematyką (w Polsce: oferty kredytów, kupna bielizny, przyborów do ściągania, w Rosji treści pornograficznych). Dla przeciwdziałania tendencjom globalizacyjnym rosyjskie czynniki rządowe tworzą więc portale edukacyjne z propagandowymi treściami wielkomocarstwowymi, jak np. Gramota.ru.

Dlatego wydaje się, że tworzenie przez nauczycieli języka polskiego prywatnych stron edukacyjnych jest nie tylko szansą zmiany tradycyjnych metod i form nauczania, lecz także transformowania przedmiotu w posttradycyjny, kształcenia kluczowych kompetencji, dywersyfikacji rynku medialnego, przeciwdziałania cyfrowemu wykluczeniu i promowania e-inkluzji.

## Bibliografia i netografia

- Bednarek J., Lubina E. (2008), *Kształcenie na odległość. Podstawy dydaktyki*, Warszawa.
- Biesok A. <http://korepetycje.aneta.pev.pl/> [30.10.2009].
- Bortnowski S. (2009), *Jak zmienić polonistykę szkolną?*, Warszawa.
- Bryzek R., K. Łupińska, *Blog a kształcenie literackie młodzieży* – referat na Ogólnopolskiej Interdyscyplinarnej Konferencji Naukowej *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, semiotyka, edukacja*, zorganizowanej przez Pracownię Języka Elektro-



nicznych Środków Przekazu Instytutu Polonistyki Stosowanej na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego oraz Katedrę Mediów Audiowizualnych Instytutu Kultury i Komunikowania na Wydziale Nauk Humanistycznych i Społecznych Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie 23–25 X 2008 r., <http://www.komunikowanie.swps.edu.pl/program%20konferencji.pdf> [2.11.2009].

Davidson R., *Learning Through Blogging: Graduate Students Experiences*, [http://www.elearn-mag.org/subpage.cfm?section=best\\_practices&article=44-1](http://www.elearn-mag.org/subpage.cfm?section=best_practices&article=44-1), [20.11.2009].

Gramota.ru, <http://www.gramota.ru>, [30.10.2009].

Hallin D.C., Mancini P. (2004), *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przeł. M. Lorek, Kraków.

*Język polski w szkole podstawowej, gimnazjum i liceum*, <http://www.reformaprogramowa.men.gov.pl/dla-nauczycieli/jezyk-polski>, [30.10.2009].

Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Edukacji i Kultury *Kompetencje kluczowe. Realizacja koncepcji na poziomie szkolnictwa obowiązkowego* – przeł. A. Smoczyńska, Europejskie Biuro Eurydice, Bruksela 2002, [http://www.eurydice.org.pl/files/kkomp\\_PL.pdf](http://www.eurydice.org.pl/files/kkomp_PL.pdf), [31.10.2009].

Kwiek W. <http://www.kwiek.strefa.pl/>, [30.10.2009].

*Learning in the 21st Century: 2009 Trends Update*, s. 2, [http://www.blackboard.com/resources/k12/Bb\\_K12\\_09\\_TrendsUpdate.pdf](http://www.blackboard.com/resources/k12/Bb_K12_09_TrendsUpdate.pdf) [20.11.2009].

*Lekcje i sprawdziany w gimnazjum* <http://gojabraniewo.webpark.pl/index.htm>, [30.10.2009].

Maziarz M. (2009), *Rola mediów elektronicznych i edukacji medialnej w szkole. eTwinning, blogi i portale społecznościowe w komunikowaniu się z uczniem w przekazywaniu wiedzy [w:] Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, semiotyka, edukacja. Monografia*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa.

Polak M., *Uczniowie chcą więcej edukacji on line* [http://www.edunews.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=838&Itemid=5](http://www.edunews.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=838&Itemid=5), publikacja z 23.08.2009 [20.09.2009].

*Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 1 grudnia 2004 r. w sprawie użytkowania stopni awansu zawodowego przez nauczycieli* [http://bip.men.gov.pl/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=50](http://bip.men.gov.pl/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=50) [30.10.2009].

Staśkiewicz P., *Strona polonisty* <http://www.polonista.strefa.pl/> [30.10.2009].

Wimmer P. (2009), *HTML dla początkujących*, <http://webmaster.helion.pl/kurshtml/beginner/beginner.htm> [20.11.2009].

Żmij Arkadiusz, *Język-polski.pl* <http://język-polski.pl/> [30.10.2009].

## Private educational websites of teachers of the Polish language in post-traditional education

### Abstract

In the article, the author stresses the necessity to abandon the traditional ways of teaching the Polish language and instead to develop the Key Competencies by utilizing private educational websites. During the crisis of traditional Polish philology, Polish language teachers and tutors discover new challenges as a result of alteration of the communication tools. Private educational sites represent the hi-tech didactic tools, which may co-determine the shape of the post-traditional Polish language teaching. *National curriculum* 2008 gives teachers and tutors a lot of freedom in constructing their own curriculum, however it requires possession of high competencies of the subject, just as maintaining one's own website does. A creative use of contemporary didactic tools (but not colonization of such) represents a chance to counteract digital exclusion, structural violence and cosmopolitan identification; in addition it promotes e-inclusion.

These are educational tasks important in countries in which the foreign capital dominates the media market (e.g. in Poland or Russia). It is only in the countries of so-called "democratic corporatism" (e.g. Germany, Austria, Norway) that electronic media are supervised, respect values fundamental for the society, address national concerns and serve local communities. Therefore, creation of private professional educational sites by Polish language teachers and tutors offers a chance to promote the national culture, to transform the subject "Polish language" into a post-traditional one, to develop the Key Competencies and to promote e-inclusion.

**Key words:** private educational sites, post-traditional education, Key Competencies, new communication tools, national curriculum, teacher's own curriculum, abandoned sites, templates of websites, on-line courses, colonization of contemporary didactic tools, counteracting digital exclusion, structural violence, cosmopolitan identifications, e-inclusion, media ownership, globalization, decentralization.

### Anna Ślósarz

adiunkt w Katedrze Dydaktyki Nauczania Literatury i Języka Polskiego w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. 1984–2009 nauczycielka języka polskiego w I Liceum Ogólnokształcącym im. Tadeusza Kościuszki w Myślenicach. Autorka książek *Lektury licealne a kino komercyjne* i *Media w służbie polonisty*, kilkudziesięciu artykułów związanych z uwarunkowaniami dydaktyki polonistycznej w kontekście nowych mediów, programu nauczania języka polskiego w szkole ponadgimnazjalnej oraz witryny internetowej *Tekst wobec mass mediów*.

## WOKÓŁ FILMU

*Aleksandra Smyczyńska***Adaptacja *Wojny polsko-ruskiej pod flagą białą-czerwoną* Doroty Masłowskiej jako przykład strategii adaptacyjnej we współczesnym filmie polskim**

Problem adaptacji, mimo wielokrotnych prób usystematyzowania go przez badaczy, zwłaszcza w ubiegłym wieku, nadal stanowi zagadnienie wymykające się opisom. Łączy się z nim cały szereg pytań. Po pierwsze, czy przekład tekstu pisanego na filmowy jest w ogóle możliwy i w jakim stopniu? Po drugie, czy film powinien być wierny literackiemu pierwowzorowi, czy może rozluźnić te związki? Po trzecie, czy lepszy jest film „wierny”, czy raczej ten, który dobrze oddaje klimat powieści, ale niekoniecznie trzyma się litery tekstu? Po czwarte, jakich kryteriów należy użyć, aby dokonać oceny wartości adaptacji? Kwestie te wracają niczym bumerang po kolejnych premierach będących „przekładem” języka literatury na wizualny.

Pytania te można postawić sobie również w przypadku filmu Xawerego Żuławskiego *Wojna polsko-ruska* powstałego na podstawie prozy Doroty Masłowskiej. Badaczka adaptacji Alicja Helman podkreśla, że dziś warto mówić nie o adaptacji w ogóle, ale o adaptacjach. Przywołuje termin Roberta Escarpita – „twórczej zdrady” (Helman 1998: 18), sugerując, że powinno się badać nie tyle wierność tekstowi, co jego twórcze wykorzystanie. Obydwa dzieła bowiem – literackie i filmowe – są twórcami autonomicznymi i właściwymi tylko sobie. Helman podkreśla też, że udane adaptacje to te, które są zrozumiałe bez odwołań tekstowych. Choć widz „erudycyjny” zupełnie inaczej odbierze obraz kinowy. Wejdzie w szczególną sytuację komunikacyjną, oznaczającą nieustanną grę z tekstem, odkrywanie różnic i podobieństw, aluzji i nawiązań, kontekstów kulturowych i społecznych.

Film Żuławskiego dostarcza ciekawego materiału do zdefiniowania, czym jest owa „twórcza zdrada” w przypadku adaptacji prozy Masłowskiej. Warto podkreślić, że odbiór obrazu dorównuje kontrowersyjnością odbiorowi powieści. Po debiucie pisarki w 2002 roku ukazała się krytyczna recenzja *Wojny polsko-ruskiej pod flagą białą-czerwoną* Jarosława Klejnockiego w „Tygodniku Powszechnym” z 2002 roku, w której autor stwierdza:

(...) zaręczam, że Silnego nie będziemy z chwilę pamiętać, bo też nie ma czego. Pośmiejemy się, pogadamy o tym z przyjaciółmi przy piwie i tyle (Klejnocki 2009).

Ponure proroctwo nie sprawdziło się, czego dowodem jest również transpozycja tej prozy na ekran\*.

Premiera *Wojny polsko-ruskiej* odbyła się 24 kwietnia 2009 w Krakowie na festiwalu OFF Camera. Film podzielił widzów na entuzjastów i krytyków. Czytając książkę, oglądając film i przeglądając internetowe komentarze dotyczące tej adaptacji da się zauważyć, że głównymi kontestatorami filmu są osoby, które nie znają prozy Masłowskiej. Mają więc nie tyle negatywny stosunek do filmu, co do opowiedzianej historii. Można też zaryzykować stwierdzenie, że te niepochlebne komentarze wynikły z niezrozumienia problemu adaptacji.

Żuławski dokonał transpozycji wiernej. Udało mu się wydobyć i pokazać wszystko to, co w tej książce charakterystyczne – klimat, język, wyraziste postacie, wartką fabułę.

Agnieszka Ogonowska w artykule *Z książki na ekran* wyróżnia trzy cechy udanego przedsięwzięcia adaptacyjnego: właściwy dobór dzieła literackiego i jego twórcza interpretacja, wysoki poziom warsztatowy oraz oddziaływanie na emocje widzów i wychodzenie naprzeciw ich oczekiwaniom (Ogonowska 2004: 60).

Z pewnością wybór jednej z najbardziej dyskutowanych książek ostatnich lat i powierzenie jej właśnie temu reżyserowi należały do udanych posunięć. Xawery Żuławski to reżyser filmu *Chaos* i antyglobalista, fan muzyki hard-core'owej, założyciel pierwszego „freestyle'owego” klubu w Warszawie „Filtry”. To też „posiadacz” niepokornego życiorysu:

jak każdy młody człowiek grałem w kapeli (Żuławski 2009),  
na pewno nadużyłem zaufania swoich rodziców,  
chodziliśmy szlakiem orlich gniazd, czyli nieistniejących już budek z piwem nad Wisłą,  
wychodziłem z domu w środę, a wracałem w poniedziałek (Żuławski 2009a),

mówi w wywiadach. Poprzez swoje doświadczenia kulturowe i pokoleniowe znakomicie wyczuł materię powieści i potrafił oddać klimat dzieła. Przeniósł na ekran fikcyjny świat Masłowskiej, ale porusza się po nim z łatwością nie obserwatora, a uczestnika.

Film odznacza się dużą sprawnością warsztatową, jest nowocześnie i dynamicznie zmontowany, z doskonale dobraną muzyką. Jeden z internautów dosyć dobitnie to podkreślił, pisząc:

Zarzut, że w polskich filmach nic nie słychać, nie ma tu racji bytu.

Reżyser próbował wyjść naprzeciw oczekiwaniom odbiorców. Film z pewnością wzbudził ciekawość, w pierwszym miesiącu obejrzało go pół miliona widzów.

Z poczynionych przez autorkę *Z książki na ekran* ustaleń wynika, że adaptacja filmowa nie może być mechanicznym przełożeniem tekstu literackiego na język

---

\* Od lat 90. adaptuje się trzy rodzaje tekstów: klasykę (np.: *Pan Tadeusz* i *Tatarak* Andrzeja Wajdy), literaturę popularną (np.: *Nigdy w życiu* Katarzyny Grocholi, *Samotność w sieci* Janusza L. Wiśniewskiego) oraz nową prozę polską (np.: *Wino truskawkowe* na podstawie *Opowieści galicyjskich* Andrzeja Stasiuka czy właśnie *Wojna polsko-ruska* na podstawie książki Doroty Masłowskiej). Wydaje się, że reżyserzy sięgają po nową literaturę, ponieważ odpowiada ona oczekiwaniom odbiorców. Sama problematyka jest już dla widza interesująca.

obrazu, nie może go ilustrować. Trudno w ogóle mówić w przypadku adaptacji o przekładzie, ze względu na intersemiotyczny charakter tej translacji. Można tu raczej pisać o kreatywnej interpretacji. Film korzysta ze swego pierwowzoru, ale jest „osobny”, znajomość tekstu literackiego nie jest konieczna do zrozumienia filmu (Helman 1998: 18). Obok siebie egzystują dwa odrębne dzieła, przemawiające innymi językami. Dzieło filmowe zawiera ponadto pewną wartość naddaną, która jest trudna do opisanía. Wartość ta wynika z talentu i intuicji reżysera, filmowych środków wyrazowych i warsztatowych, wycucia czasu i mody. Wniosek z tego taki, że co film – to inny sposób adaptowania. Co nie oznacza, że nie można mówić o pewnych modelach adaptacji; można, ale tylko w zarysie, ze względu na jej najbardziej uniwersalne cechy.

Filmoznawcy rozróżniają kilka sposobów adaptacji. W ujęciu diachronicznym widać wyraźnie zmiany tych modeli. Na przestrzeni czasu przechodziły one od techniki „żywych obrazów” w epoce kina jarmarcznego, przez „kalkowanie” w dekadzie rozwoju kina dźwiękowego, aż po nowoczesne gry z tekstem, wręcz „partnerskie”, konkurujące z literaturą. Na osi synchronicznej odnajdujemy zarówno kontynuowane modele starsze, jak i rozliczne propozycje wariantowe, nawiązania i sposoby zupełnie nowe. Przeobrażenia te mają związek z rozwojem technologii, ze zmianami kulturowymi, oczekiwań estetycznych widzów, z procesem mediatyzacji sztuki. Kino wypracowało własne, autonomiczne środki wyrazu, co miało niebagatelny wpływ na strategię „przekładu”.

Rozważania nad problemem adaptacji prowadzą nieuchronnie do określenia więzów między filmem a jego literackim pierwowzorem. Adaptacja powieści Doroty Masłowskiej w wykonaniu Żuławskiego zawiera w sobie pewien ciekawy paradoks. *Wojna* jest jedną z najbardziej wiernych ekranizacji prozy polskiej ostatnich lat, co nie oznacza, że jest „ilustracją” czy też zanudza widza.

Reżyser mówi: zdecydowaliśmy, że robimy przede wszystkim książkę (Żuławski 2009c).

Twórca *Chaosu* zdawał sobie sprawę, że książka Masłowskiej sama w sobie jest tak kontrowersyjna, że film zostanie odebrany podobnie. Adaptacja ta jest równocześnie twórcza, zaskakuje. Prowadzi wyrafinowaną grę z widzem, historia wyłania się z historii. Recenzenci pisali o „kompozycji szufladkowej”. Reżyser skomponował film na wzór stanów psychicznych bohaterów. Nie ma właściwie granicy między ich światem a światem „normalnym”, rzeczywistym, a tym, który powstał z narkotycznych wizji głównego bohatera. Wiele scen jest onirycznych, można tu więc mówić o elementach realizmu magicznego. Żuławski wydobyl je z książki i wzmocnił na ekranie (bańki mydlane i woda wypływające z ust Andżeli, powiewająca niczym welon firana).

Teoretycy różnie nazywali taki wierny sposób obchodzenia się z tekstem. *Wojna* mieści się w typologii stworzonej przez Geoffreya Wagnera gdzieś między transpozycją, czyli prostym przeniesieniem powieści na ekran, a komentarzem, czyli tą formą, w której oryginał zostaje w pewien sposób i do pewnego stopnia zmieniony przez adaptatora (Helman 1998: 8).

Michael Klein i Gilian Parker w swym trójdzielnym schemacie mówią o wierności opowiadaniu (Helman 1998: 8). W również trójdzielnej typologii Dudley Andrew *Wojna* będzie najbliższa krzyżowaniu, czyli sytuacji, w której tekst oryginału zostaje zachowany tak dalece, jak to tylko możliwe (Helman 1998: 9). Autor filmowy konfrontuje się z dziełem literackim, eksponując wyjątkowość oryginału.

Adaptacja nie asymiluje pierwowzoru, ale poddaje go działaniu kina, zachowując jego cechy szczególne. Utwór ekranowy ilustruje jakby swoją konfrontację z tekstem literackim. [...] prezentując dziwność cech dystynktywnych pierwowzorów (Helman 1998: 27).

Jednym słowem – oryginał żyje własnym, drugim życiem, ale w kinie (Helman 1998: 9). Teoretyk może więc poszukać specyficznych cech oryginału wyrażonych w języku kina.

Wojciech Wierzewski w książce *Film i literatura* (1983) wyróżnia pięć postaw adaptatorów, wśród których dzieło Żuławskiego można zaliczyć do „estetycznego przekładu” prozy, świadczącego o odnoszeniu się z pietyzmem do adaptowanego dzieła (Helman 1998: 24).

Gianfranco Bettetini, współtwórca włoskiej pragmatycznej teorii audiowizualności, uważał, że utwór ekranowy będący adaptacją konstruuje za każdym razem nową strategię komunikacyjną dla pierwowzoru, uzależnioną od zupełnie innego modelu percypowania (Helman 1998: 29). Zdaniem Bettetiego na poziomie „technicznym” translacji podlega przede wszystkim opowiadanie, a zredukowany zostaje komentarz odautorski. Konstrukcja narracyjna, fabuła jest bowiem translingwistyczna, niezależna od materiału i z łatwością można ją przełożyć. Nieprzekładalna jest natomiast dyslokacja podmiotu wypowiedzi, ponieważ film nie toleruje wyrażenia podmiotu empirycznego, pomija instancje personalne tekstu pisanego i sytuuje podmiot opowiadający się w akcję. Mimo tego Bettetini zaproponował pięć typów przekładu utworu literackiego na język filmowy. Ekranizacja Żuławskiego mieściłaby się w pierwszym modelu, w adaptacjach wiernych. Są to adaptacje

Respektujące wymogi narracji literackiej, w których pojawiają się zazwyczaj transpozycje dialogów z książki i komentarz umożliwiający widzom zbliżenie się do możliwie kompletnej struktury opowiadania oryginalnego, do postaci i zdarzeń pierwowzoru (Helman 1998: 29).

W tej typologii również *Wojna* się mieści, ponieważ zawiera w sobie transpozycje tekstów z książki.

Film Żuławskiego jest wierny na kilku poziomach: fabuły, postaci, klimatu, języka. Reżyser znalazł też własny klucz do powieści Maślowskiej, który pozwolił środkami audiowizualnymi oddać niepowtarzalną atmosferę tej opowieści – stworzył filmowy komiks. Zabieg ten równocześnie połączył, jak i oddzielił go od tej prozy.

To, co jest najbardziej widoczne w filmie, to wierność fabule, choć tok opowiadania jest bardziej uporządkowany i uproszczony, brak jest wielu wątków pobocznych (np.: wizyty Andżeli i Naty w szpitalu u Silnego czy wątku narkotyków w kieszeni Lewego). Reżyser za Maślowską podzielił film na sekwencje czterech kobiet: Andżeli, Magdy, Naty Blokus i Ali. Wątek Magdy zaś jest kłamrą łączącą początek



i koniec ekranizacji. Dzięki temu zabiegowi przedstawienia zdarzeń reżyser nie-jako tłumaczy swoiste szaleństwo bohatera, które kończy się dramatycznym monologiem:

(...) teraz nawet nie wiem, na czym stoję. I gdyby choć jedna uczciwa osoba by się znała, co by mi powiedziała, kurwa, prawdę. Czy żyję. Jak żyję, to spoko. Jak nie żyję, to owszem, zaboli, będzie przykro, ale jakoś to zniosę (Maślowska 2009: 187).

Tak samo jak w powieści, gdzie narracja prowadzona jest z perspektywy Silnego, tak i w filmie wydarzenia oglądamy jego oczami, to on jest bohaterem i zarazem mistrzem ceremonii. Wyruszamy w szaloną podróż z naćpanym Robakowskim (w tej roli genialny Borys Szyc), pełną wzlotów i upadków, teledyskowej zmiany wydarzeń, nastrojów i myśli. Dzięki szybkim ruchom kamery, czasem wirującym jak na karuzeli zdjęciom, szybkiemu montażowi – fabuła jest równie sprawna i wartka jak tok powieści.

Najbardziej charakterystyczną cechą pierwowzoru jest język. To w nim objawił się kunszt pisarki. Nie jest to wcale slang dresiarzy, ponieważ używają oni skomplikowanych pojęć abstrakcyjnych, np. aberracja. Jest to mowa gęsta, kwiecista, pełna żartów i grepsów. Żuławski w jednym z wywiadów powiedział, że „przekopywał się” przez tę książkę trzy miesiące „w prawo, w lewo, do przodu, do tyłu”. Nie dziwi trudność w pisaniu scenariusza i wyborze tekstów. Język tej narracji jest tak charakterystyczny, że jedyne, co mógł zrobić reżyser – to przenieść go do filmu, przekalkować. Potwierdza to Żuławski, mówiąc, że nie ma w tym filmie przypadkowego słowa, że wszystko jest z książki, nawet „didaskalia”. Mamy więc oryginalne sformułowania Andrzeja Robakowskiego:

Gdyż są to moje właśnie poglądy natury lewackiej, które każą mi uważać, że by należało rozbudować sieć zsygów w blokach (Maślowska 2009: 19).

Co ty, walnięta jesteś? Coś ci jajka złego zrobiły? [...] mówię tak, gdyż wytrąciło mnie to z ustalonej równowagi (tamże: 45).

Niezwykłe popisy oratorskie bohatera, swobodnie dryfujące od konkretnego ku przesadzie i abstrakcji:

Wiem, że wszyscy ją mieliście przede mną i znów teraz wszyscy będziecie ją mieć, bo od dzisiaj jest wasza, bo od dzisiaj jest pijana i czynna całą dobę, świecą jej żarówki osiemdziesiątki w oczach, świeci jej język w ustach, świeci jej neon nocny między nogami (tamże: 9).

W filmie słyszymy dosłownie przeniesiony język Magdy, szczególną mieszaninę z bryków szkolnych, gazet dla dziewcząt i slangu ulicy. Żuławski w całości kazał Romie Gąsiorowskiej, odtwórczyni roli Magdy, wygłosić dynamiczną mowę poże-gnalną dziewczyny Silnego:

Twoja stara też ma nasrane równie jak ty, jest równie umysłowa. Na osiedlu mówią o niej, że położyła sobie na wasz dom panele od ruskich i że te panele, ten siding już

wkrótce w najbliższym czasie się wam odklei. [...] bo ruski ten siding. I ten siding się zjebie z wielkiej wysokości. Mordując całą rodzinę. Weź sam sobie pomyśl. I lepiej te panele zrywaj, póki czas. Ja cię Silny ostrzegam. Potem będzie grill w ogrodzie, wszystko cacy, żeberka z Hitu, twa stara pochyła się nad grillem z pogrzebaczem, twój bracki z podręcznym kompletem przypraw. I, Silny, wtem wszyscy pochylacie się nad grillem, patrząc w niego jak objawienie, jak w zaćmienie słońca. A tu, jeb, jeb, jeb, leć panele wam na te genetycznie posrane łby jak jakieś jebnięte meteoryty (tamże: 40).

Wszystkie wypowiedzi bohaterów to transpozycje partii monologowych z pierwowzoru, ale w filmie są one rozpisane na dialogi. Postacie posługują się nimi lekko, jakby były ich własne, co z pewnością jest zasługą dobrej obsady. Wygłaszając kwestie, nie komunikują się ze sobą, są „obok siebie”, tak jak to się dzieje w dramacie niescenicznym. Bohaterowie zostali jakby wykorzystani do tego, aby wygłaszać swoje kwestie. Jest to zabieg, który podkreśla pochodzenie tych tekstów z monologu Silnego. Bohater je zasłyszał, zakodował w swojej pamięci, po czym reżyser „zwrócił” je aktorom. Żuławski wiernie odtworzył „postaci dramatą”. Na ekranie umieścił obecną także w powieści *porte-parole* autorki. Dorota Maśłowska jest tu znakiem podwójnej gry – z czytelnikiem i widzem. Jej byt w filmie obnaża fikcyjność stworzonych światów. Sam początek ekranizacji to lektura jej tekstu, szept, który przechodzi w mowę bohaterów, powtarzających jej słowa. Potem pojawia się jeszcze kilka razy, również czytając albo pisząc tekst – jako maturzystka, jako pisarka. Postacią w filmie jest równie niesamowitą jak w książce, „gdyż na oko to ma maksimum trzynaście lat”, pełni dziwne funkcje w „Policji Polskiej SA”, siedzi nad starą maszyną i wystygłą herbatą w szklance. Jest ni to dzieckiem, ni wiedźmą, ni funkcjonariuszką. Zabiera bohaterowi i widzom złudzenia, pokazuje sztuczność całej sytuacji, uświadamia też Silnemu, że został przez nią wymyślony, istnieje wyłącznie w jej umyśle, a na końcu – bezlitośnie odłącza go od aparatury. Mówi:

I tak tego miejsca tak naprawdę nie ma, to po co się męczyć, po co brać to poważnie, przykładać się, mieć motywację do lepszego udawania? [...] tu przecież w ścianach nie ma żadnego żelazobetonu ani muru nawet, ani nic, Silny. Sprawdź sobie, tam są napchane stare gazety. To wszystko prowizorka Silny, tego wszystkiego tu nie ma (tamże: 172).

Bohater ze zgrozą odczytuje w maszynopisie swoje kolejne ruchy, zdaje sobie sprawę, że jest postacią wymyśloną. Żuławski poszedł dalej niż Maśłowska, zabawił się w samą „Maśłowską”, wymyślił ją sobie, bardziej obecną niż w pierwowzorze. Jest ona też narratorem pokazywanej historii.

Film jest również wierny duchowi tekstu. Zawdzięcza to nie tylko transpozycji tekstów z książki, postaciom i fabule, ale też wyczuciu reżysera, darze stylizacji. Świadomie sztuczny i przerysowany świat Maśłowskiej w filmie nie traci nic ze swej oryginalnej urody. Reżyser oddał klimat poprzez aranżacje wnętrz (wersalka, sztuczne kwiaty wazonie, meblościanka, panele na suficie – symbol nowobogackiego prestiżu), kostiumy, dobór aktorów – już dawno nie miałam poczucia, wychodząc z kina, że właśnie tak wyobrażałam sobie te postacie. Zachował też atmosferę na pograniczu snu i rzeczywistości, prawdy i narkotycznych wizji, realizmu i kreacji, powagi i żartu. Wydaje się, że znalazł własny sposób na pokazanie

gęstej, odrealnionej narracji – jest nim, jak już wspomniałam wcześniej, stworzenie filmowego komiksu. Już w pierwszych minutach filmu widzimy niezwykle popis kaskaderski (albo animacji komputerowej) jak z najlepszych rysunków tego rodzaju „literatury”. Oto Silny, zdenerwowany wieściami o tym, że on i Magda nie są już razem, rzuca nią na ścianę pełną butelek. Magda szybuje z zadartą spódnicą w powietrzu w przykucniętej pozie, jakby zatrzymana w ramach rysunku. Scena okraszona jest charakterystycznym dźwiękiem, przypominającym napis z obrazka. W filmie jest wiele tego typu scen, przypominających też filmy Quentina Tarantino. Mamy też podkreślenie „dosłowności komiksu” – w jednej ze scen Silny wali głową w mur, na którym namalowane są sprayem postacie „jego” kobiet – Andżeli, Nataszy, no i Magdy, z charakterystycznym napisem obok, zwiastunem najbliższej sceny, rozkazem: BUM. To zdarzenie zresztą jest swego rodzaju punktem kulminacyjnym w filmie. Potem Silny budzi się w szpitalu, nieświadom tego, co się stało. O ironio, szpital wcale nie jest „rzeczywisty”, przypomina raczej wizję z męczącego snu, kadr z *Sanatorium pod Klepsydrą*. Tak samo jak czytelnik, tak i widz znowu błąka się raczej po obszarach niewiedzy – prawda to czy fałsz? Rzeczywistość czy kolejna fantasmagoria? W obu tekstach uczestniczymy w nieustannym balansowaniu na granicy dwóch rzeczywistości.

Żuławski bawi się postmodernistyczną formą powieści, dodając swoje elementy. Oprócz pisarki pojawia się bowiem na ekranie i ekipa filmowa. Na opowieść Maślowskiej nakłada się więc nowa opowieść – reżysera. Kompozycja jest szkatułkowa, kolejne sceny to, jak pisze Jacek Cieślak: „Pudełko w pudełku, film w filmie, sen we śnie” (Żuławski 2009a).

Można więc chyba zaryzykować twierdzenie, że tak jak u Maślowskiej widać pewne elementy prozy Gombrowicza czy Witkacego, tak u Żuławskiego widać wpływ twórczości Wojciecha Hasa. Tworzy to właśnie wartość naddaną tego filmu, o której pisała A. Ogonowska (2004: 58). Wartości tej z pewnością nie dostrzeże ten, kto nie czytał powieści.

Na koniec warto zadać sobie pytanie, jak odbierze adaptację ten, kto czytał, a jak ten, który nie czytał prozy Maślowskiej? Przecież nie od dziś wiadomo, że istnieje kilka wariantów odbioru adaptowanego dzieła – na poziomie „literalnym”, na poziomie głębszym (kiedy lektura jest znajoma widzowi) i w ekstremalnej sytuacji, kiedy widz posiada większą kompetencje kulturową od autorów i „czyta więcej” niż zamierzał pisarz czy reżyser. Analogicznie – ten, kto obejrzał *Wojnę polsko-ruską*, a nie czytał książki – może ją odebrać jako zwyczajną historię o perypetiach narkomana Silnego. Może ją też obejrzeć prawie jak teledysk: skupić się na poszczególnych epizodach, świetnie dobranej muzyce czy grepsach. Dopiero widz, który zna pierwowzór, jest w stanie zrozumieć wszystkie subtelności filmu, a przede wszystkim dostrzec strategię adaptacyjną Żuławskiego. Równoczesną, paradoksalną wierność i zdradę.

## Bibliografia

- Helman A. (1998), *Twórcza zdrada*, Poznań.
- Kołodzyński A., Zarębski Konrad J. (2008), *Słownik adaptacji filmowych*, Bielsko-Biała.
- Masłowska D. (2009), *Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną*, Warszawa.
- Ogonowska A. (2004), *Tekst filmowy we współczesnym pejzażu kulturowym*, Kraków.
- Osadnik W.M. (1995), *Adaptacja filmowa jako przekład*, [w:] *Kino według Alicji*, red. W. Godzic, T. Lubelski, Kraków.
- Słownik pojęć filmowych* (1991), red. A. Helman, 1998, t. X, Wrocław.
- Wierzewski W., (1983), *Film i literatura*, Warszawa.

## Netografia

- Żuławski X. 2009, <http://www.youtube.com/watch?v=wcCq9ik7gz4> [20.08.2009]
- Żuławski X. 2009a, [www.rp.pl/artykul/309466.html?print=tak](http://www.rp.pl/artykul/309466.html?print=tak) [20.08.2009]
- Żuławski X. 2009c, [http://film.gazeta.pl/filmnews/1,94586,6638174,Wojna\\_polsko\\_ruska\\_\\_Tak\\_bylo\\_na\\_premierze\\_wideo\\_.html](http://film.gazeta.pl/filmnews/1,94586,6638174,Wojna_polsko_ruska__Tak_bylo_na_premierze_wideo_.html) [20.08.2009]
- Klejnocki J., <http://www.tygodnik.com.pl/numer/278042/klejnocki.html> [20.08.2009]
- [http://wyborcza.pl/1,76842,6632836,Bogu\\_zrobilem\\_figiel.html](http://wyborcza.pl/1,76842,6632836,Bogu_zrobilem_figiel.html) [20.08.2009]

## Adaptation strategy in the modern Polish cinema: adaptation of "Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną" by Dorota Masłowska

### Abstract

Adaptation of the Dorota Masłowska's *Wojna polsko-ruska pod flagą biało-czerwoną* – an example of the adaptation strategy in the present-day Polish film – is an attempt to grasp the specific issues that arise in the transposition of the Masłowska's prose into the language of film.

The Xawery Żuławski's film is significantly faithful to the text, yet it is autonomous and comprehensible. It reflects the very special climate of the text which is the most difficult element in the adaptation process.

The director applied specific means – a comic strip structure, a video-clip montage and suitable music. Moreover, his personality had its impact on the final effect as thanks to his life experience he understood the atmosphere of the reality created by Masłowska. He used – which is most difficult to describe – the intuition.

The author proves that the film is the case of the "creative treason" described by Alicja Helman. The director, while taking some elements of the prose, plays a game with the viewer adding completely new elements that do not exist in the text. Thus, he creates a new and successful value.

**Key words:** Xawery Żuławski, Polish-Russian war, Dorota Masłowska, adaptation strategies

### Aleksandra Smyczyńska

absolwentka Filologii Polskiej Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, doktorantka na Wydziale Literaturoznawstwa Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

*Bogusław Skowronek*

## Warstwa językowa jako klucz interpretacyjny serialu *Włatcy móch* Bartosza Kędzierskiego

*Mało rzeczy daje tyle uciechy, co dobrze użyty język.  
Przekląć smacznie, zachować z przekleństwa to,  
co najlepsze – mało kto potrafi.*

Jerzy Bralczyk

Polski serial animowany *Włatcy móch* (2006) Bartosza Kędzierskiego, emitowany pierwotnie w telewizji TV4, należy do grupy najciekawszych produkcji mieszczących się w obszarze kultury popularnej. Mimo wyczerpywania się zaproponowanej przez twórców formuły, serial ten nadal cieszy się dużą popularnością. Przede wszystkim zadecydowało o tym wyraźne osadzenie serialu w dyskursie „kontestacyjno-kontrkulturowym”, dyskursie oporu jednostek wobec represyjnego Systemu (por. Barker 2005: 462). Semantykę *Włatców móch* konsekwentnie zatem określa (na różne sposoby egzemplifikowany) „język buntu” (Lisowska-Magdziarz 2000: 134), czyli powtarzające się we wszystkich odcinkach zespoły i konfiguracje elementów składowych, których celem jest krytyczne i prześmiewcze opisywanie funkcjonowania zastanej rzeczywistości. Podstawowe kategorie: dominacji represyjnego systemu (systemów), ich symbolicznej przemocy oraz walki z nimi budują główne znaczenia omawianego serialu. Powstają one zresztą na przecięciu różnych dyskursów: kulturowych, społecznych, antropologicznych, filmoznawczych, medialnych czy lingwistycznych.

*Włatcy móch* stanowią doskonały przykład tekstu polisemicznego, oferującego wiele potencjalnych odczytań. Jednostkowe interpretacje dokonywane w kontekście prywatnych mikronarracji są głównym powodem popularności tych filmów. Każdy z widzów – tak dziecko, jak i dorosły – nadaje oglądanej historii osobisty sens, ważny tylko dla niego. Najmłodsi odbiorcy z reguły poprzestają na prostej radości płynącej z kontestacji szkoły, ośmieszenia świata dorosłych i łamania różnorodnych tabu, natomiast dla widzów dorosłych źródło przyjemności stanowi odczytywanie dodatkowych znaczeń (obyczajowych obserwacji, aluzji kulturowych, intertekstualnych nawiązań)\*.

W płaszczyźnie formalno-genologicznej realizatorzy sprawnie odwołali się do kontrkulturowego wzorca *explotation movies* i jego części tzw. backlashu, czyli takich filmów animowanych, które negując dominujące porządki, czynią z erotyki

---

\* Przypomnieć trzeba, iż w zamierzeniu twórców ich serial był kierowany głównie dla widzów dorosłych – nie dla dzieci.

i mocnego języka główny znak rozpoznawczy\*. Można tu wskazać takie filmy, jak *Beavis i Butthead* (1993) Mike'a Judge, *Simpsonowie* (1989) Matta Groeninga czy *Family Guy* (1999) Setha MacFarlane'a. Niewątpliwie inspiracją dla realizatorów był cykl Treya Parkera i Matta Stone'a *Miasteczko South Park* (1997), choć twórcy mocno odżegnują się od tego. Sam Bartosz Kędzierski – jeden z pomysłodawców i reżyser polskiego serialu – przyznaje się również do fascynacji niektórymi kreskówkami emitowanymi w kanale Cartoon Network (zwłaszcza *Krową i kurczakiem*) oraz książkami Sempego i Goscinnego o Mikołajku. Na polskim rynku funkcjonują inne animacje podobnie profilowane jak *Władczy móch*, może nawet bardziej obrazoburcze. Są to *Kartony* Bartosza Walaszka emitowane w kanale 4FunTV\*\*.

Oszczędna plastyka oraz technika animacji także mają charakter kontestacyjny. Uproszczenie procedury rysowania, gruba kreska, śladowa mimika postaci są charakterystyczne dla animacji komputerowych, które dzięki odpowiedniemu oprogramowaniu powstają tanio, szybko, poza oficjalnym nurtem – a prezentowane są głównie w Internecie. Nie można też nie wspomnieć, iż serialowi towarzyszy muzyka rockowego zespołu Behavior. Ciężki rock jednoznacznie bywa utożsamiany z kontrkulturą i kontestacją. Dla wielu odbiorców jest jego swoistym muzycznym odpowiednikiem.

Wpisanie *Władców móch* we wzorzec kina kontrkultury ewokuje charakterystyczne dla takiego kina konceptualizacje rzeczywistości: konflikt pokoleń, organizujący relacje społeczne, świat jako system represji, apologia jednostek buntowniczych oraz przełamywanie przez nie rozmaitych tabu (jako główna forma działań opozycyjnych) (por. Lisowska-Magdziarz 2000; Klejsa 2008). Dzięki takim konceptualizacjom serialowy świat *Władców móch* stanowi spójną i stabilną konstrukcję ideologiczną, zgodną z założeniami „języka buntu”. Plakatowe przedstawianie rzeczywistości, binarna aksjologia, stereotypizacja postaci właściwe racjonalności potocznej, pozwalają widzowi łatwo się odnaleźć, są bowiem czytelne dla większości odbiorców (nie tylko młodych). Realizatorzy posługują się tu elementami tzw. perswazji koaktywnej (por. Lisowska-Magdziarz 2000: 132), czyli budują swój przekaz na założeniu wspólnej wizji świata dla nadawców i odbiorców; zbliżają zatem optykę i punkty widzenia między przekonującymi (tu: zbuntowanymi bohaterami serialu) a przekonywanymi (tu: przede wszystkim odbiorcami dziecięcymi i młodzieżowymi). Zresztą we wszystkich przekazach kontrkulturowych widzowie, do których adresowane są takie dzieła, radykalnie odrzucają inne niż całkowicie „własne” autorytety (w tym wypadku są nimi Anusiak, Konieczko, Maślana oraz Czesio – główne postaci *Władców móch*).

W niniejszym szkicu skupiam się na przede wszystkim na płaszczyźnie komunikacyjno-językowej. Moim zdaniem, jest ona jednym z obszarów kluczowych w interpretacji *Władców móch*. Język w omawianym serialu doskonale charakteryzuje nie tylko bohaterów i cały świat przedstawiony, ale stanowi jedną z głównych

\* Wcześniejszymi dziełami tego typu były np. filmy Ralpa Bakshiego, Rene Laloux, Charlesa Burnsa, Billa Plymptona (por. Konefał 2009).

\*\* Składa się na nie cykl takich filmików, jak *Piesek Leszek*, *Generał Italia*, *Człowiek Biegunka*, *Inspektor Erektor*, *Czesiek Hydraulik*, *Szarlotka i przyjaciele* czy *Robot Chrobot*. Są to krótkie dziełka, ascetyczne w rysunku i animacji, surrealistyczne lub wręcz absurdalne, pełne czarnego humoru i rzecz jasna kontrkulturowe, wręcz obrazoburcze i anarchistyczne.



składowych ideologii serialu. Mniej mnie interesuje opis formalny wypowiedzi filmowych postaci, bardziej ujawnienie ich szerszych odniesień. Posługując się narzędziami lingwistyki krytycznej (por. Otrocki 2006), będę się starał pokazać, jak poszczególne konstrukcje językowe odzwierciedlają „antysystemowy” bunt, zaprzeczają utrwalonym porządkom kulturowym i praktykom komunikacyjnym\*.

Przedstawione we *Włatcach móch* społeczne wzorce porozumiewania jawią się jako pola radykalnie zantagonizowanych dyskursów. Język jest odbiciem zwalczających się (rywalizujących) porządków ideologicznych, stąd m.in. aksjologizacja i emocjonalizacja wypowiedzi praktycznie wszystkich postaci. Język jest narzędziem przemocy – służy atakowi, jak również obronie. Cała komunikacja w rzeczonych filmach sprowadza się do stosowania retoryki dominacji (por. Wasilewski 2006). Parabola zła, przemocy i żądzy władzy stworzona przez Williama Goldinga w powieściowym *Władcy much* znalazła swój dobry odpowiednik w polskiej animacji\*\*. Określenia obraźliwe, deprecjonujące i nieprzyzwoite z jednej strony odzwierciedlają kulturę dominacji, z drugiej zaś służą do jej kontestacji – wyrażają kulturę protestu, bunt przeciw systemowi.

Szkoła, Kościół i Rodzina reprezentują główne Instytucje symbolicznej przemocy (podobnie zresztą jak we wszystkich obrazach kontrkulturowych). W przedstawieniach o tym charakterze stanowią one wzorzec oficjalnych aparatów niszczenia tożsamości, tłumiących wszystko, co odbiega od pożądanego przez nie norm. Dodatkowo instytucje te jednoznacznie symbolizują represyjny system świata dorosłych. Dorosłość jawi się w serialu jako okres straszny: czas, w którym zapomina się o dawnych wartościach, czas korupcji, egoizmu i zwycięstwa materializmu. Ukazane w filmie Kędzierskiego konflikt pokoleń i groza dorosłości stanowią kolejny podstawowy składnik kontrkulturowego „języka buntu”. Jak podkreślają sami realizatorzy: „chcieliśmy przedstawić satyryczną wizję konfliktu pokoleń” (Zuchora 2006: 63). Kinowy film, szerokoekranowa wersja serialu powstała w 2009 roku – kończy się znanymi słowami: *udało nam się, już zawsze będziemy mieć osiem lat i nie staniemy się tacy, jak te dorosłe ćmoki, czopki i mondzioły*\*\*\*.

Jak zatem wyglądają językowe realizacje poszczególnych organów opresji? Instytucja Szkoły reprezentowana jest głównie przez panią Frał – kosztowną, zasuszoną dewotkę (obok głównych bohaterów jest ona najobszerniej scharakteryzowana językowo). Wszystkie wypowiedzi pani Frał zostały przez Kędzierskiego wystylizowane na język przemocy, dominacji i represji: słowo ma na celu poniżyć, zdeprecjonować i usytuować odbiorcę w pozycji niższej (spolszczona wersja niemieckiego słowa „Frau”, poprzez nawiązanie do stereotypu etnicznej wrogości, jest kolejnym symbolem języka przemocy). Język nauczycielki stanowi klasyczne przejawy agresji psychicznej, które w lingwistyce nazywa się – za P. Brown i P. Levinsonem – „aktami

---

\* Badaniami objąłem losowo wybrane odcinki z czterech sezonów. W sumie materiał językowy pochodzi z 21 odcinków (sezon I: 1–6, sezon II: 13–18, sezon III: 25–29, sezon V: 60–64) oraz z filmu kinowego *Włatcy móch. Czopki, Ćmoki i Mondzioły*, reż. B. Kędzierski (2009).

\*\* Etyczny wymiar konfrontacji dobra i zła jest ważny w interpretacji powieści Goldinga. Semickie Baal Zebu (Belzebub) dosłownie znaczy „władca much”. Przenoszenie tej etymologii tytułu na polski serial B. Kędzierskiego byłoby jednak sporym nieporozumieniem.

\*\*\* Wszystkie przykłady zapisywałem będę kursywą i dla precyzji wywodu będę podawał je w dokładnym ich brzmieniu – *in extenso*.

zagrożenia twarzy” (nawiązanie do Goffmanowskiego pojęcia „twarzy”, będącej synonimem czci i godności osobistej).

Na charakterystyczny idiolekt pani Frał składają się głównie wypowiedzi imperatywne (bezpośrednie rozkazy), akty deprecjacji (obraźliwe etykiety, wyzwiska, obelgi, inwektywy, przekleństwa, złorzeczenia itp.)\* oraz wypowiedzi charakterystyczne dla dyscyplinującego oficjalnego żargonu urzędniczo-pedagogicznego, np.:

- *I dlatego dyscyplina jest tak ważna. Bez niej cały świat popadłby w całkowity chaos, w dodatku by się rozpleliły rozpusta i bezeceństwo.*
- *Przerwa jest nie po to, by się bawić, przerwa jest po to, by wypocząć.*
- *Mikołaja nie ma i kropka. Tak jest w programie nauczania.*
- *Żadnych dureństw, żadnych głupot, żadnych zabaw. Ład, praca, ojczyzna.*
- *Nie mówi się fajna, nie ma takiego słowa, jak fajna, gamoniu! W języku polskim nie ma!*

Najliczniejszą grupę w wypowiedziach Frał, jak już wspomniałem, stanowią obraźliwe akty deprecjacji (z potencjalnym *verbum performativum* /Peisert 2004: 30/) i emocjonalne akty wokatywne, wyrażające wprost negatywny stosunek do odbiorcy. Semantyka takich wyzwisk\*\* jest ogromna. Służą one jednostkowej ocenie naszych bohaterów lub ich zachowań, np.: *jełopy stępie!; łachudry patologizmu; bałwengi; degeneraci; parszywi zwyrodnialcy; zakały; mondzioły; abnegaci; to sodomita; heretycki pomiot; zielony Buszmen; ty chamie młodociany; ty ćwierćmózgu; ty małpoludzie; ty grzeszny padalcu; to bandyci! degeneruchy, ostatnie wykołajeńce, jedne wy; ty oszołomie, ty* (konstrukcje zaimkowe wyrażają akty deprecjacji horyzontalnej, czyli oddalającej /por. Majewska 2005/). Bardzo często wypowiedzi obraźliwe budowano w podobny sposób: rozkaznik lub forma pytajna łączona była z wokatywnym aktem deprecjonującym, np.: *za drzwi, ty gadzie!; milczeć zboczeńce!; won z klasy zboreźniku; siad na dupsku, gadzino!; z drogi, małpiiryju!; a wy gnidy, pisać temat lekcji!; ty śmierdzący, niechlujny czerwiu, won za drzwi!; zgniłe ryje, pod tablicę, sznela!* (kolejne nawiązanie do języka niemieckiego i związanego z nim stereotypu wroga); *precz mi z klasy!; siadać niedojdy! O czym ty bredzisz, gangreno?; co ty wyczyniasz degeneruchu?; czy wy macie wyprane mózgi imbecyle?; co ty majaczysz melepeto skończona?; czego, degrengolado w trampkach?; czego ty znów rechoczesz, prosińcu skończony?* Obcowanie z uczniami na lekcji to, według nauczycielki, *imposibilancja; apokalipsa; apokalipsa z belzebubią; sodomia z gomorią*.

Leksyka znieważająca pani Frał (tak leksemy ustabilizowane, jak i neologizmy) obejmuje praktycznie wszystkie aksjologiczne pola znaczeniowe, charakterystyczne dla racjonalności potocznej: mamy więc pejoratywy zwierzęce (*małpolud, gadzina, małpiiryj*), odwołania do religii i „sfer nieczystych” (*heretycki pomiot, apokalipsa z belzebubią, sodomia z gomorią*), wskazania nienormalności i cech chorobowych

\* „Przekleństwo” definiuję za Grochowskim (2008: 17) jako jednostkę leksykalną, za pomocą której mówiący może w sposób spontaniczny ujawnić swoje emocje względem czegoś lub kogoś, nie przekazując żadnej informacji.

\*\* „Wyzwisko”, to zwykle spontanicznie wypowiedziane wyrażenie, ujawniające emocje mówiącego względem adresata; może być ono użyte po to, aby adresat wiedział, że mówiący czuje względem niego coś złego, i żeby adresat czuł się źle z tego powodu (Grochowski 2008: 22).

(*gangrena, imbecyle, niedojdy*) oraz określenia nazywające zachowania dewiacyjne i upadek wartości (*cham, degeneruch, zboczeńce, zbereźniki, zwyrodnialcy*). Wszystkie te formy służą tzw. deprecjacji wertykalnej, czyli sytuowaniu siebie w pozycji asymetrycznej (por. Majewska 2005). Charakterystyczne dla pani Frał są także specyficzna wymowa oraz fleksja, np.: *ekskumancja, ewakuancja; masturbancja; kremancja; arelgia; makratura; encyndent; humjanistyczna, kretynowie; oportunisty, Murzynowie, zezwierzętowie*. Tego typu odmiana wyrazów charakteryzuje także język młodocianych bohaterów, np.: *mam stresa; stracha; we filmie; ten girland; przyszedłem pożyczyć mikrofona; powiem wam wiersza; spadnęła; kolegowie*. Błędne formy fleksyjne można w pewnym sensie interpretować jako sygnały komunikacyjnej wspólnoty między nadawcami i odbiorcami, ale przede wszystkim jest to przykład zabawnych innowacji językowych, o których będę więcej pisał w dalszej części tekstu. Na pewno nie jest to propagowanie naruszania norm poprawnościowych.

Szkoła (symbolizowana przez panią Frał) jest pokazana jako miejsce jednoznacznie wrogie, miejsce ucisku i przymusu, przestrzeń językowej agresji, ewentualnie milczenia. Nie jest to ujęcie oryginalne, ale realizatorzy świadomie odwołali się do utrwalonych społecznie wzorców opisu instytucji represji oraz do częstych conceptualizacji szkoły. Dla sporej części polskiego społeczeństwa oficjalna edukacja nadal kojarzy się z obszarem dominacji językowej, sztywnej hierarchii, stereotypu zachowań, hipokryzji, wreszcie przymusu połączonego z promowaniem uległości. Stosunek głównych bohaterów dziecięcych do swej nauczycielki jest symetrycznie równie negatywny (choć zdecydowanie uboższy w realizacji językowej): *to jest nasz największy wróg!* Formy adresatywne jej przypisane, od pozornie neutralnych (*facetka*), po odzwierzęce i reifikujące: *stara kłępa, suka, stara torba, formalina* – są wyrazem tego stosunku.

Jedynie Higienistka, choć również jako nauczycielka reprezentuje instytucję szkoły, radykalnie zrywa z jej oficjalnym dyskursem. Umiłowanie dobrej zabawy, bluesa, jointów, seksu i alkoholu lokuje ją w obszarze kultury kontestacji. Stąd też językowo (oraz plastycznie) jest inaczej charakteryzowana (jest obfitych kształtów, w odróżnieniu od przeraźliwie chudej pani Frał). Główną cechą jej idiolektu jest posługiwanie się formami deminutywnymi, spieszczzeniami, wyrażającymi stosunek uczuciowy do uczniów – wyraźnie kontrastującymi z wyzwiskami pani Frał, np.: *duperelku; bobeczku; serdelku; kabanosku; bimbasku; bamberytko; pępuszku; pierdzimączko; śnieżyńko; dzieciaczki, dziubaski; cukieraski; duperaski; pierdziaszki; rybeńki*.

Kolejne Instytucje, Kościoła oraz Rodziny, nie są już tak bogato charakteryzowane językowo (choć nadal precyzyjnie odzwierciedlają organy przemocy, ograniczające wolność jednostki). Księża, funkcjonariusze instytucji, posługują się językiem oficjalnej doktryny – chłodnym, bezosobowym i przez dzieci niezrozumiałym (*Ona gada jak ksiądz, nic nie kapuję*). Indoktrynacyjny i pryncypialny dyskurs Kościoła autorzy serialu łączą z wizją katolicyzmu opartą wyłącznie na zarządzaniu strachem, np.: *Rób tak dalej, a skończysz w piekle jako potępieniec, czarci cię wrzucą do kotła i będą smażyć w smole. Aż ci skóra zlezie, zarazol!; Czeka go spotkanie z rogatym przyjacielem Maślany*. Pusta obrzędowość wraz restrykcyjnymi wymogami instytucji Kościoła jest przez bohaterów jednoznacznie komentowana, np.: *trzeba tylko odwalić ten cyrk z komunii!*

Ostatnim wyraźnie ukazanym obszarem dominacji jest Rodzina zobrazowana w filmie jako instytucja wychowawczo niewydolna. Dorośli zajęci są wyłącznie sobą lub swoimi interesami. Rodzice „komunikują się” się z dziećmi kodem semantycznie pustym - dziwną mieszaniną narzekań, poleceń i infantylnego żargonu, np.: *won do łóżka bachorze! wstawaj mysiu-patysiu, raczku-buraczku, słonko-biedronko – wstawaj szczylu! Przeczytałam w „Stylowych radach”, że czosnek to prawdziwa bomba witaminowa – no, wtulaj synku, wtulaj! To ja się po łokcie urabiam, żeby było bardziej światowo, a ten....* Kędzierski podkreślając bezosobowość takiej komunikacji, zastosował częsty w filmach animowanych zabieg depersonifikacji dorosłych: nigdy nie widzimy ich twarzy. Do dzieci dostojnie przemawiają jedynie same korpusy\*. Rodzice głównych bohaterów jawią się jako skorumpowani, materialistyczni egoiści, pozbawieni zdolności dawania uczuć, przegrani i zmęczeni życiem (Lisowska-Magdziarz 2000: 138). Dla bohaterów (pewnie także dla sporej grupy młodych odbiorców) to właśnie rodzice najpełniej uosabiają całą „grozę dorosłości”. Topos ten stanowi kolejny standardowy element kontrkulturowych przedstawień.

Najciekawszy, najbogatszy w neologizmy, oryginalne skojarzenia i niecodzienne konstrukcje językowe jest – obok idiolektu pani Frał – język głównych bohaterów serialu: Anusiaka, Konieczki, Maślany i Czesia. Reprezentując jednostki ulegające różnym formom przemocy, jednostki w różny sposób zniewolone, posługują się oni kodem, którego główną funkcją jest wyrażanie swego niezadowolenia i niezgody na owo zniewolenie. Opór bohaterów realizuje się w sposób mało wyrafinowany, ale bardzo skuteczny i charakterystyczny dla języka buntu: poprzez ośmieszanie świata dorosłych oraz łamanie tabu językowego i obyczajowego. Niski wariant mowy potocznej, mocno nacechowane ekspresywy, wulgaryzmy\*\*, obscena (odwołujące się do obszarów anatomii, fizjologii i seksu) oraz obraźliwe przezwiska i wyzwiska stanowią dla młodych bohaterów formę emancypacji oraz sposób manifestacji walki o własną tożsamość (choć jest to tożsamość „negatywna”, oparta na kontestacji obowiązujących porządków, także językowych /Zgółkowa 2001: 146; por. Kowalikowa 2000; Kopczyńska 2007/). Twórcy filmu słusznie założyli, iż w polskich warunkach odreagowywanie na polu komunikacji może osiągnąć odpowiedni rezonans tylko w dosadności i hiperbolizacji.

Język głównych bohaterów można podzielić na kilka stabilnych znaczeniowo obszarów. Pierwszą grupę tworzą formy stosunkowo najłagodniejsze, zaczerpnięte z młodzieżowych języków środowiskowych lub na nie stylizowane, np.: *chłopacy* (chłopcy); *no jacho* (no jasne); *wujas* (wujek); *nie peniaj* (nie pękaj); *po lejbach* (po lekcjach); *włacha* (właśnie); *na polaju* (na języku polskim); *poracha* (porażka); *sprawucha*; *sprawuszka* (sprawa); *uro* (urodziny); *szczyni* (śmierdzi); *kąsać bryłkę* (rozumieć); *zajumać* (ukraść); *jareccy* (rodzice); *wypasizna* (coś super); *zamłócić mecza* (rozegrać mecz); *faktoza* (fakt); *superoza* (jest super); *racjoza* (mieć rację); *przykroza* (przykra sytuacja).

---

\* Zabieg taki stosowany był już wcześniej w kreskówkach Disneya, jest też stałym rozwiązaniem plastycznym w serii *Krowa i kurczak* emitowanej w Cartoon Network. Zastosował go również Steven Spielberg w odniesieniu do niektórych dorosłych w filmie *E.T.*

\*\* Wulgaryzmy definiuję jako jednostki leksykalne, za pomocą których mówiący ujawnia swoje emocje względem czegoś lub kogoś, łamiąc przy tym tabu językowe (Grochowski 2008: 19).

Kolejną grupę stanowią wyrazy prymarnie wulgarne, tradycyjnie odnoszące się do sfer anatomii, fizjologii i seksu, wyraźnie i celowo naruszające tabu obyczajowe. Są to formy, które już funkcjonują w systemie. W języku głównych bohaterów jest ich jednak niewiele: *mieć w dupie; kutafon; dupoliz; pinda; kurwa; cipa; ciule; matkojebcy; chujnia; pizduś; podpierdolił, sieprzaj*. Najmocniejszymi wulgaryzmami i obscenami posługuje się za to Miś Przekliniak. Postać ta (oparte na paradoksie zestawienie miłej pluszowej zabawki i jej „ordynarnego” sposobu mówienia) pełni funkcję „lingwistycznego harcownika”, swoistego „językowego wentyla”, umieszczona bowiem poza głównym światem przedstawionym, może pozwolić sobie na skrajnie niecenzuralny język, nie narażając głównych bohaterów na odrzucenie przez odbiorców (jest to jeden z przejawów konformizacji języka buntu, o czym będę jeszcze pisał). Realizatorzy Misiem Przeklinakiem posługują się w celach marketingowych, oferując nadawcom do wyboru: *Władców móch* w wersji *hard* lub *soft*.

Grupę z najliczniejszą reprezentacją językową tworzą wyrazy prymarnie neutralne oraz konstrukcje słowotwórcze, które dopiero w kontekście zdaniowym zyskują charakter wulgarnych leksemów znieważających. Twórcy seriali przekonująco dowiedli, iż każda jednostka języka może zostać użyta z intencją znieważenia odbiorcy i może odpowiadać całej gamie negatywnych emocji i pejoratywnej oceny (Peisert 2004: 46, 155), np.: *ty rowie; kompoście; pustaku; gazobetonie; czopie; frędzlu; druciany waflu; co za dekiel; ale mosiądz; ta chlora Andżelika* oraz dla wzmocnienia odwoływać się do sfer biologiczno-seksualnych: *ty sromie; moczowodzie; cycu, mięsny zgniłku; polipie, mysi bobku*.

Leksemy pól semantycznych fizjologii, anatomii, seksu (nazwy organów płciowych, ich funkcji, utworzonych od nich cech, różnych części ciała) stanowią najpowszechniejszą klasę wyrazów, które służą ekspresywizacji wypowiedzi i przełamaniu tabu (poprzez naruszenie norm obyczajowych). Tak też jest w omawianym serialu. W języku bohaterów formy te pełnią przede wszystkim funkcje zniewagi i wyzwiska, wyrażają też dominację nadawcy, np.: *jesteś pusty jak kiszki po salmonelli; jesteś pusty jak ciąża urojona; niuchaj pałę; jebaku leśny; ty wachalcu pałczany; ty perwercie; oblechu; kutafilcu; napleciaku; farbuj łonowca*. Poniżenia odbiorcy, pomniejszenia jego statusu bohaterowie dokonują również przez zastąpienie imienia lub nazwiska oponenta obraźliwą frazeologią seksualną, np.: *tyś się chyba z Wackiem na czerepy pozamieniał; tyś się Konieczko z moim klockiem na głowy pozamieniał*. Intencje znieważania dodatkowo wzmacnia używanie słownictwa skatologicznego. Wynika to z potrzeby usytuowania oponenta w sferze „dołu cielesnego” – jego poniżenia, skalania (w ujęciu Bachtina). Używanie nazw wszelkich „produktów ciała” temu właśnie służy\*. Stąd w wypowiedziach bohaterów określenia: *charkać; obesrany; przesrane; gówniarzeria; pierdziochu; ale sralnia*. Stylizowana na rytualny pojedynek słowny (bliska też dziecięcym „przezywankom”\*\*) kłótnia Anusiaka i Konieczki jest tu wielce symptomatyczna: *–Ty żresz psie kupy! –A ty potem moje!*

---

\* B. Kędzierski nie wymyślił tu nic nowego. Jest to typowe dla języka buntu oraz wszelkich form kontrykultury. Bardzo podobne formy zniewag notowano już w średniowieczu. Używał ich nawet Mikołaj Rej (por. M. Peisert 2004: 72–75).

\*\* Pojedynki słowne, będące zrytualizowanym wyrazem konfliktu, funkcjonują w wielu kulturach świata (por. M. Peisert 2004: 142–143). W środowisku dzieci agonizująca relacja uczestników komunikacji często skutkuje wzajemnym pojedyńkiem na „przezywanie się”.



–*A ty jesz kupy kup, gównojadzie!* Intensyfikacja funkcji obrażania następowała często również w wyniku duplikacji danego wyrazu lub budowania całego ich szeregu: *wy zdradzieckie gówniane gówna; gówno, gówno, dupa, dupa; Chuj, dupa, pizda, cycki\**.

Język Anusiaka, Konieczki i Maślany ilustruje nie tylko podstawowy dla ideologii omawianych filmów podział na dyskurs oficjalny i nieoficjalny (buntu), ale także wskazuje na inne typowe dla racjonalności potocznej obszary semantycznych dychotomii, np.: miasta i wsi (*z pierwszej bruzdy wyorany; buraku; wiochmenie; ćmoku, kmiecie jeden; wy nieużytki*), normy fizyczno-psychicznej i jej braku (*karzeł w brylach; ty karyplu; wączhaj pałę kurduplu; ty dańko*) oraz stereotypowego, etnicznego postrzegania swojego i obcych (*stul dziąsła mošku; jakiś mosiek w kitce; a wy moški, co tak siedzicie?*).

Wypowiedzi głównych postaci precyzyjnie ujawniają jeszcze jedną bardzo ważną perspektywę: zdeponowany w języku powszechny fallocentryzm potocznej komunikacji (*baby są głupie jak kozy w nosie*). Atrybutem męskości (pozytywności, aktywności, dominacji) jest posiadanie *wacka* (członka). Jeśli ktoś go nie ma (jak Andżelika, koleżanka głównych bohaterów), staje się wtedy wrogiem, osobnikiem „męskoujemnym” (Wasilewski 2006a: 288), określanym jako *pedałka*, np.: *–jestem Karolina, a ty? –a ja nie, pedačko!; pedaček nie przyjmujemy; pedalizna tu lezie; spieprzaj stąd pedačko*. Męskość jest więc zarezerwowana dla dominujących, a ujmowanie jej spycha na pozycje podporządkowane i wyklucza z grupy mężczyzn: *przeستاń jojczyć, cioto!; czuję się jak pedzio*. Męska dominacja – w której fallus staje się symboliczną bronią – najlepiej jest widoczna w częstych derywatach czasowników o znaczeniu uprawiania seksu, a dokładniej ujmując, seksualnej penetracji, np.: *ja pierdziu; ja pierdyle; ja pierdasze; ja pierdykam; ja pierdziulę; ja pierdoluń; ja pafnucze; ale wypierd; ale wypierdacha; wypierdzisty pomysł; ale wyjebizna; pierdoloza; zajebizna; zajebiocha; zarypiasty; zajebisty; zajebiaszczy; zajebioza*. Eksklamacje te, mocno nasycone ekspresją, wyrażają męską niezależność i dominację nad osobami lub rzeczami. Oznaczają werbalne panowanie nad nimi oraz kontrolowanie ich (przekształcanie za pomocą symbolicznego gwałtu czegoś krnąbrnego i zewnętrzznego w coś godnego lekceważenia /Wasilewski 2006a: 299/). Identyczne znaczenie – męskiej aktywności, wolności (poza wpływami systemu), niezależności oraz seksualnego kontrolowania danego obiektu czy zjawiska – posiadają liczne wykrzyknienia oceniające: *w dupę jeża; w pyte; w pytkę Zbysia; w pyte słonia; w bułkę pytową; wpyciarska sikawa; w kapsko Dziuni; w dziuplę szpaka; w kaczą rzepe; w kabzę żbika; w pyzdrę zbója*. Dodatkowo noszą one charakter zaklinającej, magicznej formuły, pozwalającej panować nad wrogim światem: dorosłych lub innych nieprzyjaciół.

Sprawność realizatorów w odzwierciedlaniu wzorców współczesnej komunikacji odzwierciedla również język Andżeliki – jedynej uczennicy, która została dopuszczona do głosu, posiada swój „własny język”. Głos to jednak ułomny – kalekie połączenie języka polskiego z angielskim. Bezmyślne wplatanie angielskich słów do wypowiedzi skutkuje powstaniem swoistego pidginu. Twórcy precyzyjnie pokazali

---

Symboliczna moc takich przeżywanek wiąże się z magiczną wiarą w moc słowa. Podobnie wygląda „kiciorowanie bluzgów” w gwarze więziennej, por. J. Wasilewski (2006: 425).

\* Twórcy zilustrowali tym samym kognitywną zasadę ikonizacji (typ ilościowy): im więcej formy (danych jednostek leksykalnych), tym więcej znaczenia.



absurdalną kolizję przaśności potocznej polszczyzny z globalną hegemonizacją angielskiego (Oleszczyk 2008: 42): *ty kmiocie, tak cheszą się stars; a parówy nie czytają magazins?; cześć gajs; wszystko mam w as; ja się chyba kolaps*. Choć taka lingwistyczna hybryda jest charakterystyczna przede wszystkim dla języka Andżeliki, to również główni bohaterowie nie unikają podobnych konstrukcji, np.: *bazę trzeba abgrejdować; nie panikuj, moronie; mam taki kłest; dziękska; nosz, mata faka*.

Nie można wreszcie nie wspomnieć o martwych bohaterach serialu i ich języku: Czesiu, Marcelu i Pułkowniku – „mieszkańcach” cmentarza. Jest to zresztą jedyny obszar wolny od przemocy języka i walk o dominację. Zastosowana przez Kędzierskiego figura osób „z zewnątrz”, które komentują poczynania innych postaci świata przedstawionego, jest częstym zabiegiem narracyjnym (nie tylko w filmach). Taka też jest główna funkcja Czesia w grupie przyjaciół. Lojalny i zawsze uśmiechnięty, ze spokojem neutralizuje największe konflikty i dramaturgiczne zapętlenia. Językowo wyróżniają go liczne neologizmy, np.: *trochę pieczące; już odbekłem* (połknięty język); *były smakowe* (smakowite); *pachniuch* (gaz ochronny). Natomiast Pułkownik z Marcelem, stereotypowi miłośnicy mocnych trunków (*ani kropelki? ani łyczeczunia? a co jeśli oni tam abstynenczą?*), często stosują zaklinające eksklamacje w funkcji emocjonalnej oceny, np.: *na pampuchy mojej starej!; na prostatę Dmowskiego!; na sanackie badyle!; na polucje Witosa!*

Skrótowno scharakteryzowany tu język wszystkich najważniejszych postaci – generalnie wulgarny, obsceniczny i agresywny – spotkał się z krytyką wielu grup odbiorczych. Autorom serialu zarzucano niski gust, prostactwo, ordynarność, wręcz nihilizm. Odczytując tekst *Władców móch* mimetycznie, nie dostrzegano jednak rzeczy oczywistej. Wszystkie te wypowiedzi zostały stworzone przez zawodowców ze znakomitym słuchem językowym, niejako na „zamówienie społeczne”, jako wzorcową egzemplifikację „języka buntu”. Mocny język bohaterów to tylko figury retoryczne, pozbawione autentyzmu i ekspresywnej mocy spontanicznego przekleństwa, w którym wyładowuje się prawdziwa agresja.

Język bohaterów ujawnia tym samym konformizację „języka buntu”, pokazuje jego wpisanie w dominujące porządki medialnego przedstawienia (por. Lisowska-Magdziarz 2000). *Włatcy móch* to klasyczny przykład pozorowanej kontestacji; kontestacji w służbie mechanizmów rynkowych; kontestacji stworzonej na użytek i potrzeby telewizyjnych nadawców (przy równoczesnej akceptacji tego stanu przez odbiorców, którzy mają odnosić wrażenie, że obcuja z buntem i autentyczną kontestacją). Owa konformizacja „języka buntu” odbywa się na kilka sposobów: po pierwsze, w wyniku łączenia tradycyjnych przekleństw z wyrafinowanymi konceptami językowymi zamienia się funkcja wulgaryzmów. Stają się one nośnikami gry językowej, humoru, żartu, dowcipu (Kowalikowa 2000: 123). Po drugie, sposobem desemantyzacji wulgaryzmów jest podawanie ich jako cytatów, np.: *–Ty śmierdzący antysemito! -Nie jestem żadnym antysemitą, jestem za mały, żeby być antysemitą. Po prostu powtarzam po dorosłych; –mamy cię dość Czesio, wypierdalaj! –a co to znaczy? –tata tak powiedział wczoraj do mamy i sobie poszła; –a drut jej w szparę! –co to znaczy? –nie wiem, mój kuzyn tak mówi*. Po trzecie, umowność całego świata przedstawionego podkreślają również metatekstowe wtręty: *bardzo, bardzo niedawno temu, bardzo, bardzo niedaleko stąd; gdzieś między odcinkiem piątym a szóstym; nie peniaj, to kreskówka tylko*. Po czwarte: u podstaw desemantyzacji i dewulgaryzacji

wulgaryzmów leży konsekwentna polityka autorska realizatorów. Łamią oni językowe tabu, ale w bezpiecznych granicach żartu, satyry, przerysowania. Poprzez wyrafinowane akty językowej kreacji, tworzenie neologizmów i nietypowych form, twórcy jedynie grają wulgarnością oraz grają z wulgarnością. Autorzy z doskonałym słuchem i ogromną świadomością zasad językowej komunikacji nader sprawnie poszerzają granice potocznej polszczyzny, świadomie z nią eksperymentują, dekonstruują równocześnie jej mechanizmy, odwracają jakby system językowy „na drugą stronę”. Innowacyjnie łamiąc normy komunikacji, dają upust werbalnej energii żywego języka. Wszystkie te zabiegi neutralizują więc obsceniczność i wulgarność poszczególnych form werbalnych.

Poza tym, nie wolno zapominać, iż ośmieszanie Systemu za pomocą dosadnego języka oraz karnawałowe odwracanie porządków, ma zawsze na celu zaklinanie świata, oswajanie trudnej i niezrozumiałej dla bohaterów filmu (oraz jego młodych odbiorców) rzeczywistości dorosłych. Jest to więc forma radzenia sobie z własną egzystencją poprzez werbalizację jej przejawów (por. Rusinek 2008). Twórcy zastosowali zabieg, w którym pozornie naiwne spojrzenie dziecka służy pokazaniu deficytów świata, ujawnia wstydlive zjawiska rzeczywistości dorosłych. Dlatego też główni bohaterowie mają 8 lat i chodzą do II klasy. Nie poddani pełnej socjalizacji, mogą pozwolić sobie na ostrą ocenę rzeczywistości. Figura dziecka, nieznającego praw rządzących dorosłym światem, jest bardzo skutecznym narzędziem krytyki. Warto też zauważyć, iż takie językowe i znaczeniowe gry, owo „przesterowanie języka”, może docenić tylko widz z wysoką kompetencją kulturową, odbiorca – który choć sytuuje się ponad bohaterami – nie wstydzi się jednak swoich anarchizujących fantazji (bezpiecznie wyrażanych przez serialowe postaci): o uwolnieniu od odpowiedzialności, represyjnych wymogów kultury wysokiej i reżimów oficjalnych dyskursów (Oleszczyk 2008: 42).

Atak na Szkołę, Kościół i Rodzinę nigdy nie przekracza w serialu granic akceptowalności i generalnie sprowadza się do krytyki powszechnie znanych wad tych instytucji, nie naruszając jednak ich logiki. Przykładowo, w odcinku poświęconym pierwszej komunii ostrze satyry skierowane na komercjalizację tego sakramentu (*szkoda Konieczki, nie dostanie prezentów ani kasy, widziałem u ojca fakturę na nowego kompa*) oraz zbiurokratyzowanie i absurdalność samych przygotowań do obrzędu (*jeśli ktoś pominie jeden mały grzeszek, będzie potępiony na wieki wieków amen*) jest asekuracyjnie poprzedzone eksplikacją Czesia: *dla niektórych osób sposób ich przedstawienia może wydać się fałszywy lub kontrowersyjny, jednak pamiętajmy, że dzieci patrzą na świat troszkę inaczej niż dorośli*. Przykład ten wyraźnie pokazuje, na czym polega konformizacja „języka buntu”.

Wpisanie serialu w mechanizmy rynku telewizyjnego zadecydowały, iż *Włatcy móch*, podobnie jak i inne „kontrkulturowe przekazy” w oficjalnych mediach, funkcjonują w dialektycznym napięciu. Twórcy tak zbudowali swój przekaz, by z jednej strony sprawiać wrażenie odważnych i buntowniczych, a równocześnie funkcjonować na oficjalnym rynku medialnym i przede wszystkim promować (i sprzedawać) markę. I to realizatorom się w pełni udało. Obok telewizyjnych filmów animowanych (w wersji *soft* i *hard*) pojawiła się bowiem pełnometrażowa produkcja kinowa (co już stanowi pewien ewenement w polskich warunkach), serie komiksów, gier komputerowych, wydawnictw DVD, profesjonalna strona internetowa, wreszcie

ogrom komercyjnych gadżetów: figurki, pluszaki, kubeczki, naklejki itp. Działaniom tym towarzyszy wiele publikacji prasowych, omówień, publicystycznych analiz, wywiadów itp. O profesjonalizmie promocji marki świadczy także międzynarodowe zainteresowanie serialem\*. Omawiane filmy oraz towarzyszące im pochodne teksty kultury stanowią więc doskonały przykład tekstu transmedialnego (por. Jenkins 2007).

*Włatcy móch* na pewno nie są przepojonym autentyzmem anarchistyczno-buntowniczym wyrazem oporu wobec Systemu. W dzisiejszych warunkach kultury popularnej włączenie tego typu przekazu w oficjalny telewizyjny *mainstream* automatycznie unieważnia prawdziwy bunt, konformizuje go i sprowadza do stereotypowych wykładników. Omawiany serial (także film kinowy) to przykłady precyzyjnie przygotowanego i w pełni profesjonalnego produktu, zrealizowanego przez zespół fachowców: zawodowych aktorów, animatorów i absolwentów szkół filmowych\*\*, którzy doskonale znając składowe „języka buntu” i kategorii „oporu”, umieli przystosować je do lokalnych polskich warunków i równocześnie wpisać w globalne mechanizmy rynku medialnego.

## Bibliografia

- Barker Ch. (2005), *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, przeł. A. Sadza, Kraków.
- Grochowski M. (2008), *Słownik polskich przekleństw i wulgaryzmów*, Warszawa.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Klejsa K. (2008), *Filmowe oblicza kontestacji. Kino Stanów Zjednoczonych i Europy Zachodniej wobec kultury protestu przełomu lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych*, Warszawa.
- Konefał S.J. *Rysunkowi władcy złego smaku. Krótki przewodnik po animowanej nieobyczajności*, „Kino” nr 2.
- Kopczyńska D. (2007), *Wulgaryzmy w mediach i literaturze z lat 2000–2001*, [w:] *Polszczyzna publiczna początku XXI wieku*, red. E. Wolańska, Warszawa.
- Kowalikowa J. (2000), *Wulgaryzmy we współczesnej polszczyźnie*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia. Język a komunikacja 1*, red. G. Szpila, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M. (2000), *Bunt na sprzedaż. Przemysł muzyczny – reklama – semiotyka*, Kraków.
- Majewska M. (2005), *Akty deprecjonujące siebie i innych. Studium pragmatolingwistyczne*, Kraków.
- Oleszczyk M. (2008), *Czesio i inne chłopaki*, „Tygodnik Powszechny” nr 10.

---

\* Prawa emisji sprzedano wielu kanałom telewizyjnym (MTV, Comedy Central) oraz nadawcom międzynarodowym (m.in. do Francji, Holandii czy nawet Meksyku).

\*\* Jeden z pomysłodawców serii Bartosz Kędzierski posiada absolutorium z reżyserii na Wydziale Radia i Telewizji Uniwersytetu Śląskiego. Przed *Włatcami móch* montował teledyski, tworzył animacje do programów telewizyjnych i filmy reklamowe. Razem z Kędzierskim serial wymyślił Paweł Pewny, szef firmy RMG produkującej filmowe efekty specjalne. Inne osoby zaangażowane w projekt (przede wszystkim Beata Rakowska, Elżbieta Golińska, Adam Cywka, Krzysztof Kulesza i Krzysztof Grębski) to zawodowi aktorzy, absolwenci PWST w Krakowie i Wrocławiu.

- Otrocki M. (2006), *Dyskurs – pojęcie jako perspektywa. W stronę modelu analizy dyskursu Normana Fairclougha*, [w:] *Oblicza komunikacji 1. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Kraków.
- Peisert M. (2004), *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław.
- Rusinek M. (2008), *Jak przeklinać. Poradnik dla dzieci*, Kraków.
- Wasilewski J. (2006), *Retoryka dominacji*, Warszawa.
- Wasilewski J. (2006a), *Fallocentryzm szarego człowieka*, [w:] *Retoryka codzienności. Zwyczaje językowe współczesnych Polaków*, red. M. Marcjanik, Warszawa.
- Zgółkowska H. (2001), *Agresja językowa jako narzędzie kształtujące tożsamość pokoleniową*, [w:] *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa.
- Zuchora A. (2006), *Dzieciństwo w wersji hard*, „Film” nr 11.

## Linguistic layer as the key to interpreting the series "Włatcy móch" Bartosza Kędzierskiego

### Abstract

In the article I discuss the linguistic layer of the animated TV series "Włatcy móch". Main characters' language realizes assumptions of the "language of rebellion" and it rebels against the society. Standards of communication functioning in the series reveal the domination of machines of reprisal: school, family and church, and forms of rebellion against them. It is expressed mainly by breaking the linguistic taboo (insults, vulgarisms) and social taboo (various obscenities). However, there is no authenticism, because these are elements of conscious linguistic creation. The examined series perfectly meets the standards of mainstream, where the language of rebellion is conforming and adjusting to the requirements of the official media market.

**Key words:** animated series, domination, language of rebellion, vulgarity, obscenity, conformity

### Bogusław Skowronek

doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny, pracuje w Katedrze Lingwistyki Kulturowej i Komunikacji Społecznej oraz Katedrze Mediów i Badań Kulturowych Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Główne zainteresowania badawcze to filmoznawstwo, medioznawstwo, lingwistyka kognitywna, studia kulturowe oraz kultura popularna. Autor wielu publikacji poświęconych mediom audiowizualnym, językowi i komunikacji oraz współczesnej szkole. Popularyzator kultury filmowej.

Małgorzata Latoch-Zielińska

## W świecie oscarowych produkcji

*Czym było i jest nadal dla nas kino? Niewątpliwie popularną formą rozrywki dla szerokich mas publiczności. [...] Sztuką o rozległych możliwościach. [...] Najbardziej uderzającą cechą kina jest jego wszechstronność i wszechobecność. Z filmami mamy do czynienia w kinach i w domach, w szkołach, na uczelniach, w pracowniach uczonych. [...] Za pośrednictwem kina nauczyliśmy się chłonąć sztukę, bawić, uzyskiwać informacje, uczyć się kontaktować z tymi sferami, które nie są dostępne w bezpośrednim oglądzie.*

Alicja Helman (2006: 5)

Ceremonia rozdania Oskarów rokrocznie budzi zainteresowanie zarówno zwykłych widzów, jak i znawców kina. 22 lutego 2009 roku Amerykańska Akademia Filmowa przyznała swoje nagrody już po raz 81. Jak zwykle werdykt członków Akademii\* wzbudził wiele emocji i był szeroko komentowany. Celem artykułu jest przedstawienie wyników badania recepcji przez młodzież – uczniów gimnazjów i liceów wybranych filmów, które otrzymały tegorocznego Oscara. Wybór filmów został podyktowany przeprowadzonym wcześniej sondażem, w którym ustalono, jakie pozycje są znane młodym ludziom i wzbudziły ich zainteresowanie. Materiał badawczy zebrano za pomocą anonimowych ankiet. Kwestionariusz składał się z sześciu pytań otwartych, które dotyczyły następujących zagadnień badawczych: ogólna ocena poziomu tegorocznych „oscarowych produkcji”, motywacja wyboru najciekawszego filmu, walory wskazanego dzieła, ocena scenariusza i kreacji aktorskich, próba interpretacji. Właściwą część ankiety poprzedzały tak zwane pytania metryczkowe, które pozwoliły na opisanie grupy badawczej. Ogółem w badaniu wzięło udział 60 osób. 30 z nich to uczniowie trzecich klas Gimnazjum nr 3 w Świdniku (20 dziewcząt i 10 chłopców), pozostali to licealiści z II i III LO w Lublinie (18 dziewcząt i 12 chłopców). W referacie przedstawiono opinie respondentów na temat trzech obrazów filmowych: *Slumdog. Milioner z ulicy*, *Ciekawy przypadek Benjamina Buttona* oraz *Lektor*\*\*. Wypowiedzi ankietowanych stworzyły dość

\* Akademia liczy ponad 6000 członków, którzy są podzieleni na trzynaście sekcji: Aktorów, Dźwiękowców, Efektów Wizualnych, Filmów Krótkometrażowych i Animowanych, Kompozytorów, Montażystów, Operatorów, Producentów, Producentów Wykonawczych, Public Relations, Reżyserów, Scenarzystów i Scenografów. Według regulaminu członkiem Akademii może zostać osoba o niezwykłych osiągnięciach na polu sztuki lub teorii filmu. Prawo głosu przysługuje 5557 członkom, którzy w pierwszym etapie wybiera kandydata do tytułu najlepszego filmu minionego roku oraz najlepszego spośród przedstawicieli uprawianego przez siebie zawodu.

\*\* Te właśnie filmy były najczęściej wymieniane przez uczniów w sondażu.

spójny i jednorodny obraz oglądanych filmów\*. Uzyskane wyniki zestawiono z opiniami sformułowanymi w wypowiedziach zamieszczonych na popularnych forach internetowych\*\*.

### Krótko o tegorocznych laureatach

Zanim zostaną omówione wyniki badań, należy pokrótce zaprezentować filmy, które stały się przedmiotem niniejszych rozważań. Obraz *Slumdog. Milioner z ulicy* Danny'ego Boyle'a był niekwestionowanym zwycięzcą w 2009 roku, zdobył osiem statuetek\*\*\* i tytuł filmu roku\*\*\*\*. *Slumdog* to historia osiemnastolatka ze slumsów Bombaju\*\*\*\*, który podczas występu w indyjskiej edycji popularnego teleturnieju „Milionerzy” szokuje wszystkich niebywałą wiedzą. Jest to o tyle zadziwiające, iż jest on analfabetą i nie posiada żadnego wykształcenia. Akcja filmu rozgrywa się w trzech płaszczyznach: teleturniej, posterunek policji, gdzie chłopak stara się wyjaśnić, że nie jest oszustem, oraz wspomnienia z dzieciństwa, będące bazą dla odpowiedzi na pojawiające się w programie pytania. W historii tej jest oczywiście miejsce na wątek miłosny, a także skomplikowane relacje braterskie.

Największym przegranym konkursu był wyreżyserowany przez Davida Finchera *Ciekawy przypadek Benjamin Buttona*\*\*\*\*\*. Z trzynastu nominacji zdobył tylko trzy nagrody w mało prestiżowych kategoriach\*\*\*\*\*. Film opowiada niezwykłą historię człowieka, który przychodzi na świat jako osiemdziesięcioletnik i stopniowo młodziwieje. „Oprócz odwróconego procesu dojrzewania jego życie przebiega zwyczajnym torem: pierwsza miłość, pocałunek, praca, pierwsze rozczarowanie i pierwsza dorosła przygoda... A w tle toczy się historia Stanów Zjednoczonych, od końca I wojny światowej poczynając. Zresztą ramę dla relacji z dziwnego przypadku Benjamin Buttona stanowi kolejna opowieść – ostatnie chwile Daisy, ukochanej bohaterki, umierającej w szpitalu tuż przed uderzeniem huraganu Karina, który zniszczył Nowy Orlean” (Szponar 2009).

---

\* Wypowiedzi zostały przytoczone w referacie w oryginalnym brzmieniu

\*\* <http://film.onet.pl>, <http://www.stopklatka.pl>, <http://www.filmweb.pl>, <http://www.dziennik.pl/kultura>, <http://www.students.pl/kultura>, <http://filmtrack.pl/>

\*\*\* W kategoriach: najlepszy film, najlepszy reżyser, scenariusz adaptowany, najlepsze zdjęcia, najlepszy montaż, najlepsza muzyka, najlepsza piosenka, najlepszy dźwięk.

\*\*\*\* Film jest także zdobywcą kilkudziesięciu nagród, w tym m.in.: Nagrody Publiczności na Festiwalu w Toronto 2008, Złotej Żaby za najlepsze zdjęcia na Festiwalu Camerimage 2008, laureat trzech nagród British Independent Award (Najlepszy Niezależny Film Brytyjski, Najlepszy Reżyser – Danny Boyle, Najbardziej Obiecujący Debiut – Dev Patel), laureat Złotych Globów w czterech kategoriach: najlepszy film, reżyseria, scenariusz i muzyka, laureat siedmiu nagród Brytyjskiej Akademii Filmowej i Telewizyjnej (BAFTA): najlepszy film roku, reżyseria, scenariusz, muzyka, zdjęcia, montaż, dźwięk.

\*\*\*\*\* Scenariusz filmu powstał na podstawie książki Vikasa Swarupa *Kto wygra miliard?*

\*\*\*\*\* Jest to adaptacja klasycznej noweli F. Scotta Fitzgeralda pod tym samym tytułem.

\*\*\*\*\* Najlepsza charakteryzacja, najlepsza scenografia i dekoracje, najlepsze efekty specjalne.



*Lektor* Stephena Daldry'ego przyniósł Kate Winslet nagrodę dla najlepszej aktorki pierwszoplanowej\*. Film jest hipnotyzującą wręcz historią zakazanej miłości nastolatka i dojrzałej kobiety. Porusza także problem odpowiedzialności za zbrodnie nazistowskie, niezgody na wybaczenie czy usprawiedliwianie „pracowników” niemieckiej maszyny zabijania. „Akcja filmu rozgrywa się w Niemczech niedługo po wojnie. Przypadkowe spotkanie 15-latka ze znacznie starszą kobietą rozpoczyna trwający kilka miesięcy romans. Pewnego dnia kobieta znika. Załamany chłopak będzie miał okazję spotkać Hannę Schmitz kilka lat później, gdy zasiądzie ona na ławie oskarżonych w procesie strażniczek obozu koncentracyjnego. On znajdzie się na sali jako student wydziału prawa” (Duś 2009).

### Oskary 2009 w ogólnej ocenie respondentów

W opinii przeważającej większości badanych (ponad 80%) tegoroczne oscarowe produkcje stały na wysokim poziomie. Respondenci podkreślali przede wszystkim różnicowanie tematyczne i artystyczne propozycji. Oto wybrane uzasadnienia:

[1] *Do rywalizacji stanęło kilka naprawdę dobrych produkcji filmowych, których poziom był, moim zdaniem, naprawdę wysoki.*

[2] *Uważam, że poziom był bardzo wysoki i każdy widz, bez względu na upodobania filmowe odnalazł wśród oscarowych propozycji coś dla siebie.*

[3] *Poziom tegorocznych Oscarów był całkiem przyzwoity. Wśród głównych nominowanych nie mieliśmy słabych filmów, jak to było na przykład w przypadku „Infiltracji” (która, co gorzej, jeszcze zwyciężyła). Dominowały filmy dobre „Lektor” i bardzo dobre – „Slumdog” oraz „Obywatel Milk”. Mimo wszystko zabrakło mi pewnego giganta, arcydzieła, którym mógłbym się zachłysnąć i do końca kibicować, tak jak w poprzednich latach np. „Królowa” czy „Tajemnica Brokeback Mountains” (obydwa, niestety, przegrały w głównym wyścigu). Reasumując, poziom tegorocznych oscarowych produkcji był dobry, ale nie oszałamiający.*

[4] *Poziom, moim zdaniem, był bardzo wysoki, chociaż byłam rozczarowana przegraną filmu „Ciekawy przypadek Benjamina Buttona”. Bardzo podobało mi się to, że tematyka filmów była w tym roku wyjątkowo różnicowana.*

[5] *Uważam, że są na wysokim poziomie. Już dawno nie było tak ciekawych propozycji.*

[6] *W tym roku, chyba w większym stopniu niż w poprzednim, w kinach pojawiło się naprawdę wiele znakomitych produkcji (ciekawe scenariusze, dobra gra aktorska, ciekawe narracje i retrospekcje, wspaniałe kostiumy i scenografie).*

Pojawiły się również nieliczne zdania, iż tegoroczne Oskary nie zaskoczyły niczym szczególnym, poziom nagrodzonych filmów jest raczej niski, a decyzje Akademii niekoniecznie merytoryczne:

[7] *Poziom nie zachwyca. Film uznany za najlepszy w tym roku nie jest filmem, który moim zdaniem zapadnie w pamięć kinomanom na parę lat. Chociaż spośród nominowanych najbardziej zasłużył na nagrodę. Ceremonia Oscarowa już od paru lat nie zaskakuje, jest raczej nudna. W świecie Hollywood nie da się już określić granicy między sztuką a biznesem, tak więc nagradzane są te filmy, których twórcy wkładają*

---

\* Scenariusz filmu oparty został na głośnej powieści Bernharda Schlinka pod tym samym tytułem.

duże pieniądze w dystrybucję i promocję ich produkcji. Często najlepsze filmy to te, które nawet nie mają szans na nominacje, bo wielu członków Akademii po prostu nie miało okazji ich zobaczyć.

[8] Tegoroczne wybory były niezwykle polityczne – w związku z wszechobecnym kryzysem, Akademia postanowiła nagrodzić produkcję, która powoduje uśmiech i tym właśnie się wyróżnia, a nie jest filmem, który coś porusza. Zamiast powiedzieć widzom „zwróćcie uwagę na to”, mówi „my zwracamy na to uwagę (kryzys)”, a to nie tak powinno wyglądać.

Wielu respondentów wypowiadając się na temat poziomu filmów, odwoływało się do własnych doświadczeń, porównywało tegorocznych laureatów do obrazów nagrodzonych w poprzednich latach. Świadczy to o sporej już, jak na wiek badanych, umiejętności krytycznego oglądu i osądu dzieł kultury popularnej.

### **Slumdog. Milioner z ulicy – niekwestionowany zwycięzca sondażu**

Za najciekawszy film tegorocznej gali uznało go 36 respondentów (60% badanych – 2/3 to gimnazjaliści). W podanych uzasadnieniach uwagę zwraca bardzo zróżnicowana motywacja wyboru. Część respondentów doceniła przede wszystkim jego egzotykę:

[9] *Slumdog to dość nowe jak na Hollywood zjawisko, a mianowicie film, w którym nie grają gwiazdy, i który dzieje się w egzotycznym miejscu. Nie jest to film wybitny, ponieważ zbyt wiele negatywnych jak dla mnie elementów czerpie z kina Bollywood i amerykańskiego, takie jak widowiskowość, pewne schematy. Jednakże na tle innych wielkich produkcji i tak się wyróżnia, szczególnie dlatego, że w pełni otwiera okno na kulturę tak odmienną od tej amerykańskiej i zachodnioeuropejskiej.*

Inni młodzi widzowie zwrócili uwagę na sposób i tempo narracji:

[10] *Miał nieprawdopodobne tempo opowieści, nie było dystansu między historią i obrazem a mną, widzem. Szczera, bezpretensjonalna historia.*

Dla niektórych istotny okazał się sam pomysł, nieskomplikowana treść filmu oraz końcowy happy end:

[11] *Szczerze mówiąc podobał mi się pomysł, a także pozytywne zakończenie. Jest to film, który można obejrzeć w wolnej chwili i nie stawia głębszych filozoficznych pytań, nad którymi widz jest zmuszony myśleć po obejrzeniu filmu.*

Byli też tacy, którzy przyznali, iż zainteresowanie filmem wywołało uhonorowanie go licznymi Oskarami:

[12] *Głównie ze względu na ilość nagród, które otrzymał. Najbardziej interesujący był fakt, że film, o którym absolutnie nic wcześniej nie wiedziałem, grał pierwsze skrzypce. Nie da się ukryć, że to jak bardzo został doceniony przez Akademię, wywołało u mnie zainteresowanie tym filmem.*

Wypowiadając się na temat szczególnych walorów dzieła Danny'ego Boyle'a, respondenci podkreślali przede wszystkim siłę opowiedzianej w nim historii i sposób jej podania:

[13] *Myślę, że siła filmu tkwi w prostocie historii w nim opowiedzianej. Typowy przykład „od zera do bohatera” ukazany w niecodzienny sposób, inny niż dotychczas.*

[14] *Historia – nawet z największego piekła można wyjść zwycięsko i tempo opowieści.*

[15] *Prostota przesłania, ale brak banału.*

Istotną wartością filmu było także to, iż jego akcja rozgrywa się w Indiach, miejscu dla wielu Europejczyków nieznanym i magicznym, o kulturze tak odmiennej od naszej:

[16] *Wydaje mi się, że osadzenie filmu w całkowicie innych realiach niż europejskie.*

[17] *Poznanie pewnych elementów całkowicie odmiennej kultury to jego siła.*

[18] *Pokazanie odmiennej kultury poprzez prostą historię trafiającą do każdego.*

[19] *Historia jest niezwykle prosta i „wałkowana” już na wiele sposobów. Największą zaletą jest jej osadzenie w realiach indyjskich. Zamiast oglądać kolejnego pacybuta wierzącego w „american dream” mamy do czynienia z czymś zupełnie nowym, choć nie tak bardzo odległym w związku z coraz większą popularnością filmów z Bollywood. Chociaż na pewno Slumdog i produkcje bollywoodzkie całkowicie inaczej przedstawiają obraz Indii.*

Jedna z ankietowanych osób wskazała natomiast na jeszcze jeden ważny aspekt:

[20] *Slumdog pokazuje, jak wielką rolę w naszym dzisiejszym życiu pełni telewizja. Moim zdaniem to trochę pomijany element tego filmu, gdyż wszyscy skupiają się na samej historii, pomijając fakt, że nie mogłaby ona istnieć bez telewizji.*

Oceniając scenariusz filmu, młodzież zgodnie podkreśliła, iż jest on jednym z największych walorów filmu:

[21] *Historia zdecydowanie wciąga i scenariusz jest bardzo dobrze napisany.*

[22] *Może trochę bajkowy, schematyczny i niemożliwy, ale co mnie to obchodzi. Ja w to wierzę i zakochuję się po uszy.*

[23] *Postacie, mimo że pochodzą z innej niż my kultury, są sympatyczne i widza może się z nimi identyfikować. A jednocześnie dają pewne poczucie wchodzenia w świat egzotyki. Slumdog, w przeciwieństwie do produkcji bollywoodzkich, pokazuje Indie takie, jakie są naprawdę. Nie wyidealizowane, ale pełne brudu, śmieci, z wszechobecną biedą, cierpieniem i śmiercią. Mimo tego wszystkiego film nie jest pesymistyczny, a wręcz przeciwnie zostawia widza z nadzieją i radością.*

W opinii respondentów żaden z aktorów grających w tym filmie nie zasłużył na szczególne wyróżnienie. Jeden z ankietowanych napisał, iż:

[24] *W Slumdogu nie aktorstwo jest najważniejsze. W filmie grają głównie prawdziwi ludzie ze slumsów Bombaju i to oni nadają temu poczucie realności i naturalności. Mnie najbardziej podobali się dziecięcy aktorzy. Dzieci-aktorzy mają to do siebie, że albo idealnie wpasowują się w język filmu, nadając mu naturalność i autentyczność albo wręcz przeciwnie czynią go sztucznym poprzez wymuszoną „grę aktorską”. W przypadku Slumdoga sprawdza się pierwszy z wymienionych schematów.*

Młodzież nie miała problemu z interpretacją filmu oraz identyfikacją wartości, jakie proponuje on widzowi. Na pierwszy plan wysuwa się nadzieja, wiara we własne możliwości, upór w dążeniu do celu i miłość. Oto przykładowe wypowiedzi z ankiet:

[25] *Brak raczej jakiegos górnolotnego przesłania. Moim zdaniem, to po prostu nie należy porzucać marzeń i wierzyć w to, że prawdziwa miłość zawsze dopnie swego. Ot, takie „duperekli”.*

[26] *Wiara w siebie i swoje możliwości, zwłaszcza mając na uwadze początek filmu, gdy główni bohaterowie ukazani są jeszcze jako dzieci.*

[27] *Nie ma tego złego, co by na dobre nie wyszło. A także, warto walczyć, bo zawsze można wygrać walkę pomimo odniesionych strat.*

[28] *Pokazuje zawziętość, odwagę, a także umiejętność bycia asertywnym i walki o swoje.*

[29] *Człowiek nie powinien kierować się pozorami w ocenianiu innych ludzi.*

[30] *Wyższość miłości i uczciwości nad materializmem i egoizmem. Szczęście można osiągnąć poprzez uparte dążenie do celu i kierowanie się uczciwością i dobrocią.*

[31] *Nie ma w życiu sytuacji, która pozwalałaby nam zapomnieć o tym, co jest najważniejsze – MIŁOŚĆ!*

[32] *Filmowa historia mówi młodym ludziom, żeby przestali myśleć, że problemy typu: stary model komórki czy posiadanie markowych ciuchów to coś istotnego, zasługującego na jakiekolwiek zainteresowanie. Życie jest gdzie indziej. Prawdziwe życie jest w człowieku.*

Komentując wypowiedzi respondentów, należy stwierdzić, że zebrane opinie na temat zwycięzcy tegorocznej oscarowej gali w większości są zbieżne z ocenami autorów licznych wypowiedzi zamieszczonych na stronach internetowych. Zauważano w nich zgodnie, iż dzieło Boyle'a ma to coś w sobie.

W przypadku *Slumdog* wygrywa świetna realizacja – montaż dźwięku i obrazu, muzyka i zdjęcia. Taki sposób przedstawienia historii sprawia, że ma ona znacznie większą siłę oddziaływania. Wciąga, wręcz wsysa swojego widza i daje mu niezłego „kopa” (Straszewski 2009).

Być może rewolucji w kinie Boyle swoim filmem nie zrobił, być może i nie powiedział nic naprawdę nowego i istotnego, ale jego film jest za to perfekcyjny warsztatowo, a przy tym ma zwyczajnie bożą iskrę niewymuszonego optymizmu (Kałużyński 2009).

*Slumdog* jest filmem naiwnym. Jednak nie przeszkadza to. Tak jak nie przeszkadza nie-co banalna historia, wyidealizowany motyw bratniego przebaczenia, które realizuje się poprzez ułatwienie ziszczenia się miłości Jamala i Latiki, czy zakrawający na kicz happy end. A nie przeszkadza, bo film od początku do końca trzyma się konwencji – ku pokrzepieniu serc. Nawet gdy jest źle, nawet gdy coś się bohaterom nie udaje, gdy doznają cierpienia i gdy dostają kolejnego kopa od życia, gdzieś w oddali pali się isierka nadziei. Właśnie nadzieja jest tutaj bardzo ważnym przesłaniem. Film mówi o tym, że zawsze warto mieć marzenia. Nigdy nie wolno w nie zwątpić ani zaprzestać próbować je realizować (Woszczyńska 2009).

M. Michalska natomiast zwróciła uwagę na dbałość reżysera o autentyzm przekazu:

Do Indii pojechał pięć miesięcy przed rozpoczęciem zdjęć. Sam na miejscu szukał lokalizacji i odtwórców głównych ról. „Moim priorytetem był realizm. Dlatego nie mogłem zgodzić się na kręcenie w sztucznych dekoracjach czy w studiu. Postawiłem kamerę w takich miejscach, które zaskoczyły nawet pracujących z nami hinduskich techników” – opowiada (Michalska 2009).

Alan Starski w jednym z wywiadów tak oto skomentował sukces *Slumdog*:

To bardzo sympatyczny film, ciekawy w oglądaniu, spoza nurtu hollywoodzkiego, a jednocześnie będący dobrą historią. Nie jestem więc zaskoczony, że zdobył najwięcej głosów Akademii. To opowieść z pogranicza bajki, ale taka, która jednocześnie przekonuje widza. *Slumdog* jest chyba także dobrym filmem na kryzys. Nie ma w nim hollywoodzkiego blichtru, jest natomiast ubóstwo indyjskich przedmieść. Kto wie, czy w czasie kryzysu widzowie nie czują się lepiej, oglądając bohaterów, których problemy są większe niż ich własne (Starski 2009).

W podobnym tonie wypowiada się inny laureat Oscara – Jan A. P. Kaczmarek:

To film, który niesie w sobie pewną trudną do zdefiniowania nowość. Jest w nim powiew egzotyki i zaangażowanie w sprawy społeczne, a jednocześnie jest niebywale atrakcyjnym widowiskiem, które sprawia, że widz kurczowo trzyma się fotela, czekając, co się wydarzy. Danny Boyle miał dużą konkurencję, ale myślę, że zrobił coś niespotykanego. Użył bardzo oryginalnego tworzywa i zrobił film, który ma w sobie powiew świeżości. To dlatego według mnie absolutnie zasłużył na nagrodę (Kaczmarek 2009)

### ***Ciekawy przypadek Benjamina Buttona* – klimatyczna opowieść dla wybranych**

Dzieło Davida Finchera nie zdobyło tak wielkiego uznania członków Akademii i respondentów jak *Slumdog*. Tylko w opinii 20% respondentów (12 osób, w połowie gimnazjaliści, w połowie licealiści) był to najciekawszy film tegorocznej edycji. Urzekła ich przede wszystkim osobliwa historia i nastrojowość. Dla niektórych magnesem okazał się odtwórca głównej roli Brad Pitt. Oto wybrane uzasadnienia:

[33] *Niewątpliwie klimat tej wspaniałej historii oraz baśniowe wręcz ukazanie życia płynącego w odwrotnym niż naturalny kierunku sprawiły, że Ciekawy przypadek... jest naprawdę ciekawy.*

[34] *Historia opowiedziana w „Ciekawym przypadku...” od początku do końca jest niesamowita. Przyciąga wyjątkowością i precyzją jej przekazania, lecz nie w sposób prosty, a taki, który zmusi nas do refleksji i zastanowieniem się nad tym co zobaczyliśmy – zupełnie jak w życiu.*

[35] *Fabula filmu wskazywała na to, że będzie to obraz wyjątkowy i niepowtarzalny, taki który warto zobaczyć chociażby po to, aby ocenić czy był to dobry pomysł na film. Dodatkowo obsada, głównie w osobie Brada Pitta, znakomitego aktora zachęcała do zgłębienia jego warsztatu.*

[36] *Muszę przyznać, że Fincherowi udało się rzecz niemal nieosiągalna: wykorzystał potencjał scenariusza i bogactwo opowieści; stworzył wielkie dzieło, zachwycające zarówno pod względem artystycznym, jak i wizualnym.*

[37] *Nieszczerólnie popularny w kinie komercyjnym temat starości pokazany nie tylko z dużą dozą szczerości, ale również z nutką poczucia humoru, nostalgii i kojącego ciepła.*

Oceniając film, ankietowani zwrócili uwagę na mądrość płynącą z baśniowej fabuły, jej uniwersalizm i ponadczasowość.

[38] *Jest to historia o przemijaniu. Akcja płynie powoli, możemy obserwować każdy kolejny dzień, zupełnie różniący się przecież od poprzedniego. Film ukazuje, że*

nieważne, w którą stronę biegnie czas i tak wszystko ma swój początek i koniec, a cie-  
szyć powinna nas zwykła codzienność.

[39] „Ciekawy przypadek Benjamina Buttona” to dzieło, które pozostanie w gło-  
wie jeszcze długo po seansie. Dzieło, które podejmuje ważny, życiowy temat. Mimo  
tej niezwykłości życie Benjamina jest dokładnie takie samo jak każde inne życie. Też  
zmierza nieubłaganie w jednym kierunku, do nieuchronnego końca. Czasu nie da się  
oszukać, nawet wtedy, gdy wskazówki zegara biegną w przeciwnym niż zazwyczaj  
kierunku. Takie dzieło warto zobaczyć, by zatrzymać się nad swoim życiem.

[40] W pamięci zapadły mi mądre słowa, jakie zostały wypowiedziane w tym  
filmie: „Żeby docenić wartość tych, których kochamy, musimy ich stracić”. I właśnie  
te słowa uważam za pewien wyznacznik, pewną naukę tego, by czasami po prostu  
zatrzymać się, rozejrzeć dookoła siebie i zobaczyć jak wielu wspaniałych ludzi nas  
otacza, a my nie potrafimy docenić tego w porę...

[41] Film dotyka bardzo wielu płaszczyzn życia. Począwszy od hedonistycznych  
zapędów, które współgrają z filozofią Osho, który twierdził że człowiek staje się praw-  
dziwie religijny, kiedy spróbuje wszystkiego czego można w życiu. Zakończywszy na  
najtrudniejszych i najważniejszych sprawach, jakimi są miłość, dobre przeżycie swoje-  
go czasu, i w końcu śmierć.

Wielu ankietowanych akcentowało mistrzostwo warsztatu reżyserskiego  
i aktorskiego:

[42] Odtwórcy głównych ról – Brad Pitt oraz Cate Blanchett stworzyli niesamowi-  
te kreacje. Brawa należą się także drugoplanowym aktorom.

[43] „Ciekawy przypadek...” jest niewątpliwie pięknie skonstruowaną, od strony  
wizualnej, historią. Podejmowany temat przemijania, samotności i chwytania chwili  
jest dobrze poprowadzony.

Zebrane wypowiedzi są zbliżone do ocen internetowych recenzentów, którzy  
także zachwycali się scenariuszem, zdjęciami, muzyką i genialną charakteryzacją:

Warto zwrócić uwagę na fakt, że dawno nie było w kinie dzieła, które by zachwyciło  
zarówno scenariuszem, obsadą, jak i stroną techniczną. To wyczyn rzadki, zwłaszcza  
w dzisiejszej kinematografii (Westman 2009).

Przeciwnicy filmu zarzucają mu melancholię, nudę i fakt, że jest za długi. Moim zda-  
niem nie udało się przekazać prawd tego obrazu, wycinając niektóre sceny. Film  
nie jest tylko historią miłosną, w której Romeo, rodząc się stary – młodsze. „Cie-  
kawym Przypadek Benjamina Buttona” to przede wszystkim dzieło pełne symboli  
i pytań, na które sami musimy sobie odpowiedzieć. To ukazanie życia jako pasma za-  
planowanych zdarzeń, w którym nawet najbardziej absurdalne wypadki są logiczne  
i ważne, a ponadto stanowią naukę dla tych, którzy ich doświadczają (BenQ 2009).

Oczywiście byli i tacy, którzy krytykowali film za cikliwość, brak głębszych sen-  
sów czy brak myśli przewodniej:

Kiedy minie pierwszy zachwyt filmem, kiedy wspomnienie cudownych zdjęć i muzyki  
zacznie blaknąć, w głowie pojawi się niepokojąca myśl: co pozostanie z niego w pamięci?  
Obawiam się, że niewiele. Filmowi brakuje wyrazistości, duszy, charakteru (Pietrzyk,  
2009).



W ankietach nie pojawiły się jednak tego typu stwierdzenia. Z pewnością wynika, to z faktu, iż respondenci pisali o swoim pozytywnym wyborze – filmie, który uważali za najciekawszy, bohaterach, z którymi się w jakiś sposób identyfikowali, historii, która ich po prostu przekonała\*.

### **Lektor – od oburzenia po łzy**

Film Stephena Daldry’ego wzbudził zainteresowanie 20% respondentów (12 osób, sami licealiści). Uzasadniając swój wybór, podkreślali przede wszystkim zaskakujący widza rozwój fabuły, inne spojrzenie na problematykę zbrodni hitlerowskich, Holokaust, wywoływanie skrajnych emocji, znakomitą kreację odtwórczyni głównej roli. Kilka osób stwierdziło, iż jest to film niezwykle trudny w odbiorze i należy do niego po prostu dorosnąć. Oto wybrane wypowiedzi:

[47] *Na początku tego filmu jest wiele scen erotycznych, choć muszę przyznać, że nie są one wyuzdane czy perwersyjne. Raczej ukazują inicjację młodego chłopaka w życie, to erotyczne także. Ale po pierwszych scenach myślałam, że to jest jakaś kolejna romansowa historia. Myliłam się. Najbardziej fascynujące w tym filmie jest to, że zaskakuje i wciąga w fabułę. Historia jednej z kobiet, które zostały oskarżone na procesie w Norymberdze za zbrodnie nazistowskie ukazana zupełnie z innej perspektywy. Film daje do myślenia...*

[48] *Trochę zraziła mnie ilość scen erotycznych na początku, dość kontrowersyjnych z racji różnicy wieku bohaterów. Film jednak rozwinął się w taki sposób, że pierwsze złe wrażenie poszło w niepamięć. Ciekawie zostały połączone fakty historyczne z historią miłości. Najistotniejszym okazał się drobny szczegół, który bohaterka starała się ukryć – brak umiejętności czytania. Wzruszyły mnie dalsze losy bohaterki. Etap przebywania w więzieniu, ale też sam proces, w którym przyjęła wszystkie winy na siebie, pomimo tego że wystarczyła przyznać się do nieznajomości alfabetu. Wstyd okazał się jednak silniejszy. Film jest ciekawy dlatego, że potrafi wywołać w odbiorcy wiele różnych emocji. Od oburzenia po łzy.*

[49] *Pokazał niezwykłą wręcz nieświadomość kobiety, analfabetki, która po prostu spełniała swoją służbę, tylko dlatego, że wstydziła się swojego analfabetyzmu. Niesamowicie przedstawiona naiwność i uczucie, które można powiedzieć, że zniszczyło życie dwojga ludzi, a szczególnie młodego chłopaka. Do końca życia nie mógł pogodzić się z tym, że kobieta, która wprowadziła go w świat miłości, okazała się pracownikiem obozu koncentracyjnego. On czuł się wykorzystany, tak jak dziewczyny z obozu, które czytały kobiecie książki, a potem szły na śmierć. Trochę mało wiarygodna była nieświadomość chłopaka o analfabetyzmie kobiety, ale pozostała część filmu była bardzo głęboka.*

[50] *Przed obejrzeniem „Lektora” nie wiedziałam dokładnie, jakiej problematyki dotyczy, dlatego emocje, towarzyszące mi w trakcie filmu, były niezwykle silne. Dzięki temu obrazowi znowu zastanowiłam się dłużej nad historią, życiem jako war-*

---

\* Ogonowska (2004: 20) zauważa, iż film jako tekst kultury zawiera pewien zbiór wieżeń, wyobrażeń, założeń dotyczących rzeczywistości społecznej. Jeśli ideologia filmu jest podzielana przez widza, zgodna z jego obrazem świata i relacji społecznych, wtedy tekst filmowy jest dla niego przedmiotem pozytywnej identyfikacji. W przeciwnym razie widz demaskuje ideologiczną wymowę tekstu jako sprzeczną z jego systemem przekonań.

tością samą w sobie, wyborami, jakich dokonali bohaterowie. Uwielbiam takie filmy. Wymienione przeze mnie dzieło dużo zyskało dzięki kreacji Kate Winslet.

[51] „Lektor” porusza kilka ciekawych problemów, przede wszystkim kwestie tzw. niemieckiej winy. Pokazuje, jak skomplikowaną istotą jest człowiek, nie można przypisać mu etykietki: doby, zły. Pyta, kto jest odpowiedzialny za zbrodnię holocaustu i odpowiada, że wszyscy, także ci obojętni. Są winni, bo wiedzieli i nie reagowali.

[52] W tym dziele najbardziej wartościowym wydaje mi się umiejętność pobudzenia widza do skrajnych emocji. Dzięki historii kobiety i młodszego od niej chłopaka, który potem spotyka ją w sądzie, odbiorca miota się wśród swoich doznań. Chce się potępić tą kobietę i za to co zrobiła temu chłopakowi (porzuciła bez słowa) i też za to kim była (strażniczką w obozie koncentracyjnym). Nagle dzięki chłopakowi zaczynamy rozumieć wiele sytuacji i z przeszłości i teraźniejszości. To on ujawnia nam, że ona po prostu nie umie czytać i pisać. Niemożliwym jest, żeby to ona podpisywała wyroki na śmierć, a jednak przyznaje się do tego i zostaje najsurowiej potraktowana. W więzieniu natomiast uczy się czytać i pisać, aby móc napisać do ukochanego z przeszłości. To niby nie umniejsza jej winy, ale jednocześnie powoduje, że jest nam jej szkoda i przeżywamy pobyt w więzieniu razem z nią. Nie można też zapomnieć o doskonałej grze aktorki.

[53] Film mówi o tym, że świat nie jest czarno-biały, że nie można osądzać nikogo, póki się nie pozna jego motywów. Ale nie usprawiedliwia okrucieństwa płynącego z głupoty i bezymyślności. Oddaje skomplikowaną naturę człowieka.

[54] To film o pamięci, o odpowiedzialności, o granicach wybaczenia.

[55] Myślę, że chodziło o inne spojrzenie na historię. Do tej pory oprawcy byli bardzo jednoznacznie określani jako ci źli. Tutaj brakowało tej jednoznaczności. Ważnym motywem był też analfabetyzm i w ogóle ta sytuacja, kiedy zamiast ratowania swego życia bohaterka przyznała się do napisania oświadczenia, nie chciała ujawnić, że jest niepiśmienna. Jej wrażliwość na literaturę pokazała, jaką rolę może mieć literatura dla ludzi, jak ogromną ma wartość.

Zacytowane fragmenty są przekonującym świadectwem odbioru tego niezwykłego dzieła. Fakt, iż film ten zainteresował wyłącznie licealistów, nie budzi zdziwienia, gdyż istotnie jest to tekst kultury niezwykle wymagający, poruszający wiele problemów, które mogą być zauważone jedynie przez odpowiednio przygotowanego i dojrzałego widza.

Opinie respondentów w dużej mierze pokrywają się z ocenami internetowych recenzentów. Jedni z nich podkreślali, iż jest to film o przekleństwie pamięci, o niemożności wybaczenia:

Na ekranie widzimy młodego mężczyznę, który nie może uwierzyć, że zakochał się w zbrodniarce. Czy kobieta, która płacze, słuchając strof z „Odysei”, potrafiłaby wydać na śmierć niewinnych ludzi? Dobytek kultury i cywilizacji nie ocali nas przed krwawą machiną wojny, tak samo jak nie złagodzi wewnętrznego bólu Michaela. Do końca życia będzie przechowywał w najgłębszych zakamarkach pamięci wspomnienie o Hannie. Wspomnienie, które skazi jego przeszłość i przyszłość niczym najgorszy komputerowy wirus. W przypadku złośliwej aplikacji można jednak sformatować dysk i zacząć wszystko od nowa. Egzystencji nie da się zresetować – pamięć to worek z kamieniami przywiązany do szyi ofiary (Muszyński 2009).

Na ekranie nigdy nie pada słowo „wybaczenie” ani nawet sugestia, że ktokolwiek może wybaczyć – bo w końcu ci, którzy mogliby to zrobić, jak słusznie zauważa bohaterka, „nie wstaną z grobów”. Obraz Daldry’ego jest jednak bardziej filmem nie o tych, którzy zbrodni dokonali, ale raczej o tych, którzy w kilka lat po wojnie musieli zmierzyć się z tym, czego dokonali „ich rodzice i sąsiedzi (Duś 2009).

Tak naprawdę po wyjściu z kina zapada w pamięć cisza, jaka panuje po skończonym filmie wśród tłumu przypadkowych ludzi zgromadzonych w sali. Bo co można powiedzieć na tak porażająca prawdę... Zbrodnia nie umiera nigdy. W moim odczuciu reżyser pokazał nam w sposób nie podlegający żadnej dyskusji, że chociaż zbrodniarz kocha, czuje, uwodzi urodą, to pozostaje zbrodniarzem. Nie ma usprawiedliwienia dla niemieckiej maszyny zabijania (Ewa 2009).

Inni zwracali uwagę, iż *Lektor* to bardzo skomplikowane, wielogłosowe dzieło:

Dziwny i fascynujący, doskonale zagrany, dramaturgicznie pokombinowany film Daldry’ego, co chwilę wymyka się z rąk. Nie chce być utworem na zadany temat. Nie jest więc ani opowieścią o kresie młodości, ani o relacji kata i ofiary, ani o „banalności zła”, ani o pamięci, ani o problemie winy oszczędzonych. „Lektor” miesza wszystkie te wątki. Jeden oświetla drugi, a drugi trzeci, a przez to żaden z nich nie grzęźnie w banale (Socha 2009).

## Zamiast zakończenia

Celem przeprowadzonego sondażu było zebranie opinii młodych ludzi na temat ich odbioru wybranych oscarowych produkcji. Przetawiony materiał pozwala na wyciągnięcie pewnych wniosków natury podsumowującej. Młodzi ludzie okazali się bardzo uważnymi widzami. Potrafili wskazać oraz uzasadnić własne wybory i obserwacje. Wypowiedzi te są oczywiście sądami amatorów, ale częstokroć bardzo trafnymi, choć połowa respondentów to gimnazjaliści, a więc ludzie bardzo młodzi, o nieukształtowanych jeszcze gustach, o ubogim jeszcze warsztacie interpretacyjnym. Wielu z nich deklarowało autentyczne zainteresowanie filmem. Należy dodać, iż w szkołach, w których przeprowadzono badanie, funkcjonują dodatkowe zajęcia edukacyjne w ramach koła filmowego. Opiekunowie wykorzystują m.in. materiały otrzymane w ramach ogólnopolskiej akcji *Filmoteka Szkolna*. Jest to przedsięwzięcie Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. Jego celem jest włączenie wiedzy o filmie do procesu edukacji szkolnej\*. Wydaje się, iż tutaj należy upatrywać źródeł owej fascynacji filmem i chęci przedstawienia własnych opinii na ten temat. Obcowanie

---

\* Do prawie 14 tys. szkół w całej Polsce wysłano pakiety płyt DVD zawierające ponad 50 filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych. Filmy dobrane zostały do 26 zaproponowanych przez specjalistów od danego przedmiotu tematów lekcji i zajęć pozalekcyjnych (j. polski, historia, wiedza o sztuce, wiedza o społeczeństwie). Nie są ekranizacjami lektur ani zestawem najważniejszych osiągnięć polskiej kinematografii, lecz dziełami, które zdaniem filmoznawców dobrze ilustrują poszczególne tematy z punktu widzenia wiedzy o filmie. Przykładowo są to: Obserwacje codzienności, Siła symbolu, Rozdroża historii, Metafory prawdy czy Portret zbiorowości. Zestaw zawiera filmy znanych twórców, są to m.in.: Krzysztof Kieślowski, Andrzej Wajda, Marek Piwowski, Jan Jakub Koloski, Marcel Łoziński, Robert Gliński, Krzysztof Krauze, Krzysztof Zanussi. Do każdego zestawu dołączono wprowadzenie prof. Tadeusza Lubelskiego oraz krótkie filmy związane z omawianym tematem, zrealizowane przez studentów Szkoły Filmowej w Łodzi.

z dobrym filmem, prowokowanie do dyskusji i samodzielnych obserwacji, kontakt z autorytetami w dziedzinie krytyki filmowej z pewnością przygotowują do aktywnego, krytycznego odbioru i znakomicie wpisują się w zadania tak wyraźnie akcentowanej w nowej Podstawie programowej kształcenia ogólnego edukacji medialnej. Zdaniem B. Skowronka (2007: 248)

jej celem we współczesnym pejzażu kultury powinno być wykształcenie krytycznej, zdystansowanej jednostki – aktywnego członka „demokracji komunikacyjnej”, wyposażonego w takie sprawności interpretacyjne, które umożliwią mu odkrywanie tak kulturowych, jak i prywatnych dyskursów, budujących znaczenia oglądanego filmu.

Wyniki przeprowadzonego sondażu sygnalizują, iż podejmowane w szkołach działania idą w dobrym kierunku.

## Bibliografia

- BenQ, *Naprawdę ciekawy przypadek*, <http://www.filmweb.pl/f123383/Ciekawy+przypadek+Benamina+Buttona,2008/recenzje?review.id=7900> [2009.07.03]
- Duś W., <http://film.onet.pl/14380,85646,1,recenzje.html> [2009.07.03]
- Ewa, <http://www.stopklatka.pl/film/film.asp?fi=33222&sekcja=recenzja&ri=5946> [2009.07.03]
- Kaczmarek J. A.P., *Slumdog. Milioner zasłużył na Oscara*, <http://www.students.pl/kultura/details/21731/Jan-AP-Kaczmarek-Slumdog-Milioner-zasluzyl-na-Oscara> [2009.07.03]
- Kałużński W., *Slumdog. Milioner z ulicy. Od herbaciara do milionera, według Danny'ego Boyle'a*, <http://www.students.pl/kultura/details/21909/Slumdog-Milioner-z-ulicy-Od-herbaciara-do-milionera-wedlug-Danniego-Boylea> [2009.07.03]
- Michalska M. *Danny Boyle – zreżysowany buntownik*, <http://www.students.pl/kultura/details/22042/Danny-Boyle-rezyser-Slumdog-Milioner-z-ulicy-to-zrezysony-rzemieslnik> [2009.07.03]
- Muszyński Ł., *Po jedenaste – nie zapominaj*, patrz: <http://www.filmweb.pl/f439584/Lektor,2008/recenzje?review.id=7586> [2009.07.03]
- Ogonowska A. (2004), *Tekst filmowy we współczesnym pejzażu kulturowym*, Wydawnictwo Naukowe AP, Kraków, s. 20.
- Pietrzyk M., *Gorzka słodycz tragedii życia*, <http://www.filmweb.pl/f123383/Ciekawy+przypadek+Benamina+Buttona,2008/recenzje?review.id=7453> [2009.07.03]
- Skowronek B. (2007), *Konceptualizacje filmu i jego oglądania w języku młodzieży. Studium kognitywno-kulturowe*, Wydawnictwo Naukowe AP, Kraków.
- Słownik wiedzy o filmie. Od braci Lumière do Pedro Almodovara* (2006), red. J. Wojnicka, O. Katafiasz, Bielsko-Biała.
- Socha J., *Miłość i żaloba*, <http://www.stopklatka.pl/film/film.asp?fi=33222&sekcja=recenzja&ri=5767> [2009.07.03]
- Starski A., *Slumdog to film na kryzys*, [http://www.dziennik.pl/kultura/article326393/Starski\\_Slumdog\\_to\\_film\\_na\\_kryzys.html](http://www.dziennik.pl/kultura/article326393/Starski_Slumdog_to_film_na_kryzys.html) [2009.07.03]
- Straszewski M., *Slumdog Swarupa – zreżysowane czytadło*, [http://www.dziennik.pl/kultura/ksiazki/article334552/Slumdog\\_Swarupa\\_zrezysony\\_czytadlo.html](http://www.dziennik.pl/kultura/ksiazki/article334552/Slumdog_Swarupa_zrezysony_czytadlo.html) [2009.07.03]
- Szponar E., *Nowe oblicze Davida Finchera*, <http://film.onet.pl/15322,85368,1,recenzje.html>, data dostępu: [2009.07.03]

Westman, *Olśniewająca opowieść o przemijaniu*, <http://www.filmweb.pl/f123383/Ciekawy-przypadek+Benjamina+Buttona,2008/recenzje?review.id=7578> [2009.07.03]

Woszczyna P., *Potężna supernowa pozytywnej energii*, <http://www.stopklatka.pl/film/film.asp?fi=34619&sekcja=recenzja&ri=5860> [2009.07.03]

## In the world of Oscar-productions

### Abstract

The aim of this article is to present the results of the research into the reception of Oscar-winning movies among teenagers (lower and upper secondary school students). Three movies, namely *Slumdog Millionaire*, *The Curious Case of Benjamin Button* and *The Reader* were the favourites of the young viewers. The students watched the films attentively and were able to present and justify their choices and opinions. The results of the survey created quite a coherent and homogenous picture of the movies. It seems that the students' interest in the cinema and the capability of critical thinking derive from the media education provided by the school.

**Key words:** movie, school, reception, media education

### Małgorzata Latoch-Zielińska

doktor, adiunkt w Zakładzie Edukacji Polonistycznej i Innowacji Dydaktycznych Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Redaktor naukowy tomu z serii *Nowoczesna edukacja kulturalna, Animacja działań kulturalnych. Wyzwanie współczesności*. Autorka ponad 50 publikacji w tomach zbiorowych i czasopismach z dziedziny dydaktyki języka polskiego i edukacji kulturalnej, ewaluacji i diagnostyki szkolnych osiągnięć uczniów.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

WOKÓŁ MEDIÓW

*Małgorzata Gajak-Toczek*

## Tożsamość a współczesne media

### Flâneur – nomada

Metafora flâneura\* – spacerowicza, postaci odrealnionej, zdecentralizowanej, pragnącej zachować anonimowość, podchwytyjącej wszystko, ale pozostającej w ukryciu, w wyrazisty sposób oddaje współczesną tożsamość medialną. Jego cechą konstytutywną stało się spojrzenie. Patrzy ciągle, jednak w sposób nienaturalny, nierzucający się w oczy. Wałęsając się po ulicach, rozglądając się po witrynach sklepowych, ma w sobie coś z poety, detektywa, spiskowca, fotografa, filozofa, etnografa, antykwariusza współczesności, kolekcjonera, a nawet zbrodniarza. Jest on wyrafinowanym estetą z uwielbieniem przypatrującym się miejskiej scenerii – wyimaginowanej sceny dramatycznej. Charakteryzuje go tajemniczość, niecierpliwość, ciekawość, czerpanie radosnej przyjemności z oglądania, przyglądania się (bezcelowego), umiłowanie niejednoznaczności i nowości, sceptyczny dystans, brak zaangażowania. Zatłoczona ulica stanowi dla niego swoiste theatrum, pełne różnorodnych masek i cieni.

Posiąść tłum – oto jego namiętność i powołanie. Wieka rokosz dla prawdziwego flâneura i rozmiłowanego obserwatora: zamieszkać w mnogości, falowaniu, ruchu, w tym, co umyka, co jest nieskończone. Być poza domem, a przecież czuć się wszędzie u siebie; widzieć świat, być w środku świata i w ukryciu zarazem, takie są drobne przyjemności tych umysłów niezależnych, namiętnych, bezstronnych, które słowo tylko nieudolnie potrafi scharakteryzować. Obserwator to książę, który wszędzie zachowuje incognito, [...] wchodzi w tłum niby do ogromnego zbiornika elektryczności. Można by go też porównać do lustra, równie ogranego jak ten tłum; do kalejdoskopu obdarzonego świadomością, przy każdym poruszeniu odsłaniającego wielorakie kształty życia i zmienny wdzięk wszystkich jego elementów. Jest to ja wiecznie niesyte wszelkiego nie-ja, w każdej chwili oddające je i wyrażające w obrazach bardziej żywych niż życie, zawsze niestałe i ulotne (Baudelaire 1998: 15).

Jego władza jest piękna, nie ogranicza bowiem ani nie ingeruje w rzeczywistość tych, którzy jej podlegają.

---

\* Źródła tego terminu sięgają XIX wieku, kiedy to rozpoczął się trwający do dziś okres domów towarowych, masowej turystyki, rozrywek, prasy itp.



Kontrola estetyczna, którą sprawuje, nie wpływa na rzeczywistość, w jakiej zanurzone są jej przedmioty. Nie ogranicza ona w niczym ich opcji. Sadza ona wprawdzie kontrolera w fotelu reżyserskim, ale aktorzy widowiska, jakie dla własnej tylko przyjemności reżyseruje, nie wiedzą o tym – nie wiedzą nawet, że są aktorami, że w czyjejs wyobraźni toczy się przedstawienie, że spoczywa na nich reżyserska uwaga (Bauman 1996: 227).

Flâneur przypomina gracza bez reszty pochłoniętego swoją zabawą:

oczywa wyobraźni widzi [...] życie jako scenę, a [...] [ludzi – M.G.-T.] jako aktorów. Czytni to na własną rękę i [...] mało go [...] obchodzi, co inni, w tym i dobrani przez niego aktorzy sztuki, jaką wymyślił, pomyśla czy uczynią. Jest on w tym przedstawieniu jednocześnie scenarzystą, reżyserem, inspicjentem, suflerem, jedynym widzom i jedynym recenzentem (Bauman 1996: 232).

Przestrzeń jego „monotonnego błędzenia”, w której wpisany jest także komponent poznawczy – wędrując nie tylko błąka się wśród płataniny dróg „ale poddaje swoje położenie refleksji, usiłuje je poznać i zrozumieć” (Paetzold 1999: 114–119) – stanowi labirynt miasta postrzeganego jako palimpsest, oznaczającego rękopis pisany na pergaminie, z którego zdarto pierwotny tekst. Metafora ta, stanowiąc przejaw współczesnej humanistyki architektury i urbanistyki czyniącą pretekstem refleksji, miasto traktuje jako wieloznaczną, niepoddającą się jednoznaczniemu odczytaniu księgę, a jego mieszkańców jako czytelników, którzy tę książkę jednocześnie piszą i odczytują. Przestrzeń ta jest całkowicie subiektywna, fragmentaryczna, ekscentryczna, nie poddaje się uznawanym kryteriom, a sama wędrówka odbywa się spontanicznie i przypadkowo, bez mapy czy przewodnika, autorytetu czy wcześniej określonego programu\*.

Dla flâneura żyjącego między frontonami budynków, [...] ulica staje się mieszkaniem. [...] Mury są dla niego pulpitem, o który opiera swój notes; kioski z gazetami służą mu za biblioteki, a kawiarniane tarasy to wykusze, z których po zakończonej pracy spogląda na swój dobytek (Benjamin 1999: 365).

Miasto jako *pars pro toto* świata w ogóle uczy uważnej obserwacji, zapraszając jednocześnie do indywidualnej lektury.

Topos wędrówki towarzyszy ludzkości od zarania dziejów, ale współczesny nomadyzm oparty jest nie na przemieszczaniu się z miejsca na miejsce, lecz na przemierzaniu „uniwersów problemów” czy „krajobrazów znaczeń” (por. Levy 1997). Dotyczy on sposobu myślenia i odczuwania przez podmiot odpowiedniej przestrzeni iluzji, która zmienia się szybciej niż sam podmiot. Czas w tej przestrzeni nie ma wymiaru einsteinowskiego, ale raczej staje się „jakościowym modelem mierzenia przestrzeni”. P. Levy podkreśla, że przemieszczanie się nie oznacza opuszczenia konkretnego fizycznego miejsca, gdyż nowy nomadyzm „nie rozwija się wewnątrz żadnych terytoriów geograficznych, instytucji ani państw, lecz wewnątrz niewidzialnej przestrzeni rozumienia, wiedzy i siły intelektu” (Levy 1997: 131 i nast.).

---

\* Koncepcja labiryntu ujmowanego w kategorii kłacza pojawia w filozofii G. Deleuze’a i F. Guattariego. Podmiot nomadyczny, podobnie jak flâneur, życie swoje realizuje w ciągłej wędrówce; por. Deleuze, Guattari (1988), zob. również Wilkoszewska (2008).

Rozdział czasu i przestrzeni, jak też rozszerzenie możliwości doświadczania uczestnictwa w rzeczywistości internetowej i telewizyjnej, zwielokrotnienie kontaktów grupowych, nieograniczonych miejscem zamieszkania czy statusem społeczno-kulturowym, odsuwa na plan dalszy „zbiorowe projekty tożsamości” w tradycyjnym ujęciu wspólnot narodowych, regionalnych czy lokalnych, a także utrudnia realizację indywidualnych projektów tożsamościowych. Niepewność ontologiczną i epistemiczną rodzą ponadto: utrata znaczących innych, dyfuzja wartości, modeli, postaw i norm zachowań oraz restrukturyzacja istniejących „kanonów kulturowych”. Dziwić nie może zatem fakt, iż współczesnej kulturze trudno przypisać funkcje tworzenia, podtrzymywania i utrwalania ładu społecznego czy odnaleźć w dawnych wartościach kulturowych, normach, zwyczajach i tradycji podstawy do tworzenia tożsamości. „Niepewność na stałe” (Bauman 2000: 44) wpisana w egzystencję każdego człowieka rodzi potrzebę kreowania nowej tożsamości i Z. Bauman tak pisze o tym fakcie:

[t]ożsamość (l'ipseite Ricoeura), owa szczególność, jaka wyróżnia jaźń od innych jaźni, „nas” od innych, nie jest już dana w przedustawnym kształcie świata ani nie dekretowana odgórnie. Trzeba ją dopiero skonstruować, i trzeba ją konstruować wciąż na nowo (Bauman 2000: 51),

gdyż

strategia konstruowania wysunęła się zdecydowanie na plan pierwszy, jako że najsolidniejsze ponoć fundamenty tożsamości (w rodzaju terytorium czy rasy) okazały się w praktyce [...] niezdolne do konsolidowania, wieloznaczne i pod wieloma jeszcze względami niewarte zaufania (Bauman 1996: 318).

Nie o to więc idzie, by określić się raz na zawsze, by

cierpliwie piętro po piętrze i cegła po cegle budować swe jestestwo, swą tożsamość – ale o to, by nie dać się zdefiniować, by każda przybrana tożsamość była szatą, a nie skórą, by zbyt ściśle do ciała nie przylegała, by można było, gdy zajdzie potrzeba lub przyjdzie chęć, pozbyć się jej równie łatwo, jak się zdejmuje przeпоconą koszulę (Bauman 2000: 143).

Rację trzeba przyznać przywołanemu powyżej socjologowi, który twierdzi, że

dziś tożsamość „ja” robi raczej wrażenie czystej iluzji, nienamacalnej, nienazywalnej i nieuchwytniej, podczas gdy jedyną, ze wszech miar namacalną i nazywaną rzeczywistością jest nasz obraz własny w oczach innych. Najgorsze jest to, że wcale nad nią nie panujemy (Bauman 2001: 11).

Uzupełnienie diagnoz Baumana dotyczących tożsamości ponowoczesnej stanowi „ja proteuszowe” R.J. Liftona, które jest płynne, wielowymiarowe i dzięki któremu przemieszczając się, tworzymy siebie na nowo (por. Lifton 1993). Propozycja zestawu tożsamościowego „zrób-to-sam” (Sarup 1996: 125) M. Sarupa mieści się też, jak sądzę, w tej charakterystyce. Tożsamość stanowi zatem praktykę poznawczą.

W kontekście powyższych rozważań jasny staje się fakt, że jednostka nabywa tożsamość w procesie przechodzenia przez furtkę semiotyczną do społeczeństwa

i samej siebie. Jeśli zatem przyjąć założenie, że poznaje ona tak, jak została poznana, to wobec tego w konfrontacji z epistemologią mediów należałoby zapytać, jak w kontekście świata medialnego wygląda proces postrzegania przez nią innych i siebie, a w związku z tym jej tożsamość?

W XXI wieku flâneura – nomadę cechują: mobilność, życie w wiecznym teraz świata medialnego, brak celu, nastawienie na przyjemności, „zbieranie wrażeń”, słowem: konsumpcja wszelkich dóbr. Nowoczesne media ze względu na swoje możliwości i charakter, czyli polio obrazowość i „pustość tych obrazów”, zachęcają do przemierzania świata telewizji i Internetu\*.

Telewizyjny *zapper* skacze po kanałach i decyduje o istnieniu pokazywanych mu obrazów. Pilot umożliwia manipulowanie oglądanym tekstem, wpływając na przebieg programu po to, aby złamać ciągłość struktury wewnętrznej, „by pomieszać ją z innymi strukturami do tego stopnia, że przeskakiwanie przypominać będzie nieład panujący w beładnej gadaninie” (Chateau 1997: 161). Praktykowanie zappingu daje człowiekowi możliwość interweniowania w program bez ponoszenia odpowiedzialności za takie działanie. Innymi przejawami „telewizyjnej tożsamości” są: *zipping*, czyli przesuwanie taśmy na tzw. podglądzie celem uniknięcia niektórych reklam, scen lub też szczególnego skoncentrowania się na niektórych z nich; *flipping*, oznaczający zmianę kanału podczas trwania jakiegoś programu bądź *switching*, sprowadzający się do przeskakiwania po wszystkich istniejących kanałach, by w rezultacie powrócić do tego, który okazał się najbardziej interesujący. Cechą wspólną przywołanych form jest dekonstrukcja tekstu, pełne panowanie nad nowymi jakościami oraz osobiste przebywanie z obrazami. Jakby jednak nie patrzeć – indywidualna ingerencja sprowadza się do biernego odbioru przekazywanych treści.

Internauta, tworząc swoją osobowość on-line, definiuje się nie przez punkt widzenia, ale poprzez punkt przebywania. Kierując się możliwościami interakcyjnymi Internetu, uwiedziony wielością tej przestrzeni, wybiera to, co dla niego jest ciekawe, swobodnie przemieszczając się tam, gdzie istnieje złożony kontakt ze światem. Elektroniczne hiperautostrady łączą się ze sobą we wspólne środowisko poznawcze, w którym indywidualny użytkownik, będący jednocześnie producentem i konsumentem, staje się neuronowo-sieciową istotą.

Istnieje tylko jedno miejsce, w którym jestem w całości: wewnątrz mojej własnej skóry, nawet pomimo tego, że owa skóra i jej technicznie wspomagane przedłużenia zmysłowe sięgają daleko poza granice wzroku, słuchu i dotyku. Mój punkt przebywania nie jest ode mnie odseparowany, lecz zawiera mnie; nie jest on perspektywiczną wizją rzeczywistości, lecz miejscem określonym przez precyzję i złożoność moich kontaktów ze światem (Siwak 1998: 159).

---

\* Wielu badaczy Internet traktuje jako nową ziemię obiecaną – nową utopię. Wierzą oni w możliwość wytworzenia wspólnej dla całej ludzkości „estetycznej i etycznej inteligencji kolektywnej” ukierunkowanej na realizację zbiorowego celu, którym ma być zespołowe tworzenie wiedzy i bycia razem. Tożsamość taka istnieje przede wszystkim w przestrzeni wiedzy (pozostałe trzy rodzaje tożsamości związane są z trzema rodzajami przestrzeni: ziemską odpowiada tożsamości nomadycznej, druga wiąże się z przypisaniem do ziemi, określonego państwa, narodu, kolejna związana z przestrzenią towarów charakteryzuje się przynależnością do określonej grupy społecznej, a jej wyznacznikami są ustrój kapitalistyczny i system ekonomiczny).

Tożsamość indywidualna jest zatem „organizowana wokół dynamicznych obrazów, które są wytwarzane poprzez eksplorację i transformację wirtualnych rzeczywistości, w których ona sama uczestniczy” (Heim 1998: 7). S. Turkle, M. Heim czy D. de Kerckhove piszą, iż tożsamość w cyberprzestrzeni może być multiplikowana, pożyczana, porzucana. Dzisiaj, co podkreśla M. Heim, „pluralizuje się tożsamości, eksploruje heterogeniczne światy, [ludzkość – M.G.-T] sama jest heterogeniczna i wieloraka, w procesie stawania się i myślenia” (Heim 1998: 7).

Wydaje się, że dla społeczeństw postindustrialnych, w tym dla społeczeństwa informacyjnego, charakterystyczne są dwa modele tożsamości podmiotu: dyskursywny i deiktyczny.

### **Tożsamość dyskursywna**

A. Giddens, poszukując odpowiedzi na pytanie, w oparciu o jakie treści jednostka buduje swoją tożsamość, podstawą wyboru czyni styl życia rozumiany jako „mniej lub bardziej zintegrowany zespół praktyk, które podejmuje jednostka nie dlatego, że są użyteczne, ale także dlatego, że nadają materialny kształt poszczególnym narracjom tożsamościowym” (Giddens 2001: 13). Wyznaczają go takie czynniki, jak moda, sposób mówienia, spędzania wolnego czasu, miejsce zamieszkania, praca oraz szereg zrutyinizowanych działań odnoszących się do codziennych przedsięwzięć, poddanych refleksji określającej, kim chce się być. Tożsamość w tym ujęciu wiąże się z planowaniem przyszłości w oparciu o przeszłe wydarzenia i fakty. Giddens rozróżnia dwa typy świadomości: a) praktyczną, ukierunkowaną na codzienne, zrutyinizowane czynności, których celem jest wytworzenie poczucia bezpieczeństwa ontologicznego; b) dyskursywną, związaną z rozerwaniem „kokonu bezpieczeństwa” i poddaniem refleksji własnej tożsamości; podmiot zatem staje się przedmiotem dla samego siebie. Z tego typu zjawiskiem mamy do czynienia w sytuacjach zanurzenia w hipertroficzej semiozie świata medialnego – jednego z najistotniejszych aspektów doświadczenia zapośredniczonego. Dyskursywna epistemologia pozwala podchodzić do siebie jak do tekstu, który sami piszemy, i którego sami jesteśmy czytelnikami. Proces poznawania samego siebie oznacza, że „samo-rozumienie jest podporządkowane szerszemu i bardziej fundamentalnemu celowi, jakim jest wytwarzanie i odtwarzanie spójnego i satysfakcjonującego poczucia tożsamości” (Giddens 2001: 105). Trajektoria tożsamości wynika ze świadomości poznawczej, która wie o różnych fazach przebiegu życia. Powstająca narracja, konstruująca nas samych na wzór i podobieństwo nas samych, ma charakter dopisywania znaku do samego siebie, wymusza twórczy wkład w dzieło. Piszemy siebie tak, jak chcielibyśmy się przeczytać. Refleksyjny projekt tożsamości obejmuje także ciało, wybór tożsamości determinuje bowiem wygląd. Wypełnienie świata możliwościami otwiera „seans eksperymentalnych gier, jakie może teraz rozpocząć jednostka, sposobami bycia i działania” (Giddens 2001: 108). Wydarzenia, sytuacje potencjalnie możliwe, znaczenia nabierają dopiero w narracji tożsamościowej, która powinna umożliwiać swobodne przejście w relacjach zewnętrzne–wewnętrzne. Konieczność takiego konstruowania tożsamości i wyłamywania się jej z określonego schematu, rodzi niebezpieczeństwa przypominające wędrówkę flâneura. W konsumenckim modelu tożsamości duży wpływ na jej ukształtowanie mają media, które lansują

wzorzec modnej, wolnej, pożądanej, szczęśliwej jednostki. A. Jawłowska wyróżnia trzy strategie proponowane przez kulturę popularną:

samookreślenie, a zarazem udział w grze zainscenizowanej różnicy dzięki kupowaniu przedmiotów i usług [...], konstruowanie siebie poprzez manipulowanie własnym ciałem – oraz „składanie” siebie z różnych cech i wzorów zachowań „bohaterów” kultury popularnej. Dzięki tym bohaterom, jak przekonują media, każdy może stać się „kimś”, uzyskać tożsamość zgodnie z tym co powszechnie akceptowane, a zarazem wyróżniające, nobilitujące (Jawłowska 2000: 72).

W „spółdzielni spożywców” identyfikacja dokonuje się przez dyskurs, który w niniejszym artykule pojmowany będzie zgodnie z założeniami M. Foucaulta jako: a) system znaków, b) pewien sposób widzenia świata; c) odpowiadającą temu sposobowi praktykę. Zakładając istnienie wielu niesprowadzalnych do siebie formacji dyskursywnych, badacz znakiem zapytania opatruje procesy ciągłości poznawczej człowieka, którego cechuje tendencja do układania spójnego obrazu rzeczywistości z rozmaitych faktów i doznań. „W miarę jak jednostka zdaje sobie sprawę z kolejnych momentów swojego doświadczenia, usiłuje dopasować ich znaczenia do spójnej struktury własnej biografii” (Foucault 1977: 110). Tendencja ta obejmuje całe spektrum ludzkich doświadczeń, gdyż historia „jest nieodzownym korelatem źródłowej funkcji podmiotu – gwarancją, że wszystko, co mu umknęło, będzie mu zwrócone” (Foucault 1977: 38). Postawa taka jednak nigdy nie zostanie zaspokojona. Nowa tożsamość wykształca się w środowisku o zredefiniowanych inwariantach procesu audiowizualnego. „Oko”, które nas poznaje i poprzez które my poznajemy, pozwala na wytworzenie pola dyskursywnego, a jego analiza ma „uchwycić wypowiedź w szczupłości i jednostkowości zdarzenia, określić warunki jej istnienia, oznaczyć jak najdokładniej jej granice” (Foucault 1977: 52). „Ślady podmiotu w przedmiocie” stanowią wszelkie możliwe wypowiedzi rzutowane na świat w danym dyskursie, świadcząc o rozproszeniu się podmiotowości. Ludzkie poznawanie nie przebiega zatem linearnie od-do, nie polega na „odkrywaniu” przedmiotu tak, jakby wypływał on ze strefy cienia po rzuceniu nań niesionego przez nas światła. To, co „wyłoni” się z przedmiotu, jest tym, co sobie o nim skonstruujemy, a wpływ na naszą wiedzę mają stosunki społeczne, instytucje, modele zachowań, normy, obyczaje itp. Praktyka dyskursu odsyła zatem do relacji, które ten dyskurs konstytuują. Podmiotem jest zatem

podmiotem pytającym według pewnego schematu pytań [...] oraz słuchającym według pewnego programu informacji. Jest podmiotem patrzącym z określonym wykazem cech charakterystycznych oraz zapisującym zgodnie z jakimś typem opisu. Sytuuje się w optymalnej odległości percepcyjnej, której granice wyodrębniają jądro informacji. Ucieka się do przyrządów, które modyfikują skalę informacji, przemieszczają podmiot względem percepcji przeciętnej i natychmiastowej (Foucault 1977: 80).

### Podmiot deiktyczny

Internet stał się współcześnie nowym domem o otwartych możliwościach. Istotną rolę w nim odgrywają nie instytucje, lecz obywatele, którym zapewniono dostęp do szerokiego przepływu informacji. S. Turkle spostrzega, że „[b]y opisać to,

co się stało, musimy powiedzieć, że przesunęliśmy się od modernistycznej kultury obliczeń do postmodernistycznej kultury symulacji” (Turkle 1997: 20). Życie na ekranie pozwala na modelowanie przez podmiot swojego charakteru, wizerunku, imienia, przeszłości, języka i innych składowych tożsamości określonej w kategoriach fragmentaryzacji, elastyczności, multiplikacji i heterogeniczności. Internet, stając się „znaczącym społecznym laboratorium do eksperymentowania z konstruowaniem i rekonstruowaniem jaźni” (Turkle 1997: 178), pozwolił na samomodelowanie i samokreowanie własnej tożsamości i ujmowanie jej w kategoriach zmiany. Podmiot wkłada wiele pracy w wykreowanie swej postaci, która może żyć wiele lat w cyberprzestrzeni, wyrabiając sobie w tym świecie własną pozycję. Tożsamość internetowa stanowi swego rodzaju tubę, przez którą w odpowiednim czasie wypowiadają się adekwatne do nastroju i potrzeb postaci i stanowi swego rodzaju dzieło sztuki performatywnej. Pozór umożliwia empiryczną egzystencję, tożsamość modyfikować można za pomocą słowa, działanie podmiotu jest działaniem performerera, który za pomocą znaku zmienia samego siebie. „Dzisiaj tożsamość – powiada Hayles – jest punktem istnienia. Przybyły nam nowe możliwości tożsamości mieszanych, tożsamości kolektywnych, tożsamości na daną okazję, tożsamości spreparowanych” (Hayles 1999: 36 i nast.). Wyabstrahowany i odrealniony podmiot określany przez badaczkę jako pov (point of view) istnieje jak substytut nieistniejącego ciała podmiotu w cyberprzestrzeni i określa się poprzez ruch – „datascape”, dzięki któremu utrzymuje swoją narrację, sprowadzoną jednak nie do ciągłości historii, lecz znajomości kodów i procedur pozwalających tworzyć siebie samego „tu i teraz”. Pytanie o „kto?” podmiotu zostało zastąpione pytaniem: „z jakiego punktu widzenia?” Ekrany tworzące współczesną kulturę kodują i dekodują treści świata, powodując, iż same podmioty stały się monitorami, a stosunki międzyludzkie stosunkami między ekranami. Podają one treści gotowe, już przerobione, martwe lub nie-umarłe, znajdujące się na krawędzi agonii albo rozpadu. Ten koniec to koniec semantycznej referencji faktu podawanego przez media. W warstwie medialnej pojawia się bowiem fakt ekranu subiektywnie istniejący w ułudzie nowo tworzonej rzeczywistości. Podmiot dokonuje absorpcji czy asymilacji jego zawartości, znaczenie ukazuje się tu jako przekładalność znaku na inny znak. Nie ma właściwie możliwości wyjścia z symulakrum. Poza tym w tej rzeczywistości – jak pisze G. Kubiński, przybliżając myśli Baudrillarda

[C]złowiek staje się monitorem dla drugiego człowieka na skutek swojej własnej percepcji informacji/komunikatów/tekstów. Tym samym staje się on ekranem, w którym odbija się tekst kultury masowej, a jednocześnie przekąźnikiem – już nawet nie nadawcą czy obserwatorem, lecz tylko przekąźnikiem potoku informacji. [...] Istota ludzka staje się znakiem-ekranem, na którym widać jak na dłoni, czym się zajmuje, czym się interesuje, w co wierzy. Skóra staje się lustrzana, odbija zjawiska otaczające człowieka, dzięki czemu jest on czytany przez drugą osobę jak znak na ekranie. Swoboda ogranicza się do wyboru możliwości, a nie kreatywności. Sztuczne podtrzymywanie iluzji innowacji, jakie podmiot może wprowadzić w swoje życie, to tylko bricolage pewnych subtelnie podsuwanych i dopuszczanych konwencji (Kubiński 2008: 184–185).

Pułapką zastawioną na podmiot przez dzisiejszy świat jest przybliżenie indywidualności, ale za ceną zabronienia dostępu do odrębności.



Współczesność w swej grze uwodzenia, w perwersji wpisanej w przestrzeń ekranu/rzeczywistości oferuje możliwą, określoną w danych granicach, wyhodowaną i wypielegnowaną pozorną odrębność, kontrolowaną perwersję. Iluzyt tego działania to nieustanny ruch wicia i skręcania, dopasowywania i przelewania, braku i nadmiaru. Perwersja odsyła poza siebie, perswazja przyciąga ku sobie – to dwie strony deiktetyczności jako chwilowego *eventum*. Takożsamość zamiast tożsamości (Kubiński 2008: 188).

Kubiński, podejmując próbę określenia cech podmiotu wirtualnego, odwołał się do psychoanalizy Lacana. Jego podmiot wyłania się w kilku krokach. Pierwsza faza wizji „ja” jako „les corps morcele” – ciała pokawałkowanego – to moment, w którym „ja” nie czuje swego ciała. Wszystkie jego części traktowane są z osobna, nie jako jeden organizm. Druga faza – faza lustra – umożliwia podmiotowi spojrzenie na siebie jako całość. Podmiot, wchodząc w porządek Symbolicznego, stając po stronie kultury, społeczeństwa, dostrzega swoje odbicie w lustrze, co powoduje iluzoryczne podwojenie (*reduplicatio*). Powstanie owego iluzorycznego obrazu ma za zadanie ustanowić relacje między zewnętrznym światem a wnętrzem podmiotu (ciało ortopedyczne). Zakończeniem tej fazy jest pełna socjalizacja jednostki. Jednak to „ja” istnieje jedynie w porządku Wyobrazonego, w którym podmiot dokonuje „fałszywego rozpoznania”. Istotne w tej koncepcji jest istnienie podwójnego lustra. Pierwsze odbija Realność, pierwotny chaos, przed którym należy się ukryć, drugie natomiast ustala porządek Wyobrazonego. Podmiot zatem postrzega *de facto* świat tam, gdzie go nie ma, w sferze odbicia. Jednocześnie w tym odbiciu dostrzega Wielkiego Innego, który jest pojęciem tożsamym z językiem. Symboliczne zrównane zostało z językiem, socjalizacja jednostki dokonuje się zawsze poprzez przejście z pokawałkowanego Realnego w struktury Symboliczne. Jednak – co podkreśla badacz, modyfikując myśl J. Lacana – we współczesnym świecie

podmiot przechodząc przez lustro widzi nie tylko w nim swe odbicie i z nim się utożsamia, lecz co ważniejsze, nie wychodzi po drugiej stronie jako całość. Podmiot, iluzoryczne „Ja”, które od tej chwili żyje zamiast podmiotu prawdziwego, [...] rozbija się na wielość strumieni, mnogość porządków Symbolicznych. Jednak wolimy tu mówić o wielości Uniwersów Symbolicznego, w którym każda z iluzorycznych tożsamości znajduje swoje symboliczne i wyobrażone. Początkowa duplikacja w lustrze staje się multiplikacją poza Lustrem, a tym samym podmiot unika wpisania w strukturę jednostronną i narracyjną, a zyskuje możliwość stania się zdarzeniem deiktetycznym, chwilowym (Kubiński 2008: 207).

Kultura stechnicyzowana, zapośredniczająca, symulakryczna, kultura wysokiej semiotyczności jawi się jako sprzymierzeniec Wielkiego Innego zakorzenionego w podmiocie. Kultura techniki uwodzi, sprowadzając istnienie jednostki do konsumowania artefaktów wytworzonych przez rynek czy przedmiotów proponowanych przez reklamy. Najważniejszym jej nakazem jest konsumowanie modeli tożsamości. Pamiętać przy tym należy, że wyparcie kultury Symbolicznej (dominowało w niej pojęcie ciągłości warunkowane tradycją, historią i narracyjnymi opowieściami) przez kulturę Znak powoduje imitację, iluzję, wielość dyskursów. Przejście przez lustro wprowadza podmiot w nową przestrzeń, jaką jest przestrzeń obrazu, audiowizualności, medialności, teleobecności, zapośredniczenia. Metonimiczny język Znak

sprawa, że podmiot jest opisywany, a nie opowiadany, procesy interpretacji zostają odrzucone. Podmiot staje się podmiotowością, ruchem i procesem. Ciało przestało być zwornikiem tożsamości w cyberprzestrzeni, a cielesność stanowi n-wymiarową macierz stanów, jakie to ciało może przybrać. Ciężar określenia podmiotu spada z ciała na oko, które staje się skupiskiem możliwości i działania w przestrzeni (Spojrzenie Przestrzeni). „Ciało elektroniczne jest wyposażone w świadomość serwera i pragnie swego własnego rozmycia się w przestrzeni szybkich sieci. Czysta wirtualność, elektroniczne ciało jest zawsze w locie” (Kroker, Weinstein 1994: 51).

W cyberprzestrzeni tożsamość opisują te same stałe: brak ciał, operowanie słowami i znakami, łatwość komunikacji, zmiana i anonimowość, wielość możliwych rzeczywistości. Określają ją obrazy telewizyjne, interakcje w Sieci, czyli nieustanny przepływ obrazów. Wirtualna przestrzeń jawi się przestrzenią oka, podmiot złożony z fragmentów jest zanurzony w wielu rzeczywistościach, wśród których dominująca rola przypada rzeczywistości wizualnej. Podmiot widzi i jednocześnie jest widziany przez język. Jest on zawładnięty przez Przestrzeń Znaczących w kulturze symulakrum bez możliwości wyjścia. Zostaje wprowadzony w świat w akcie spotkania spojrzenia Innego z nim samym, w wyniku którego powstaje obraz, który nie istnieje, ale na który on wyraża zgodę, „[c]złowiek bowiem wie, jak grać z maską, poza którą jest spojrzenie. Ekran jest tutaj tylko miejscem mediacji” (Lacan 1997: 107). Konstytuujący się podmiot wchodzi w konkretny obszar języka niejako wybierając odpowiednie przestrzenie pola innego. Tożsamość podmiotowi nadaje zmiana uniwersum Znaczącego, zmiana przestrzeni.

Czasy współczesne stawiają podmiot nie tylko w sytuacji granicznej – pomiędzy maszyną a organizmem, techniką a biologią, ale stawiają go przede wszystkim wobec niemożności określenia siebie. Kubiński podkreśla, że w społeczeństwie informacyjnym dawne narracje uległy dewaluacji, a dyskursywne praktyki, namnażając się, coraz mocniej panują nad podmiotem. Podmiotowość nie określa siebie, lecz raczej przystosowuje się do przestrzeni: a) dzięki zanikaniu ciała i przekształcaniu go w wielkie oko, w sposób widzenia i bycia widzianym; b) procesowi *duplicatio*, prowadzącemu do prymarnego podwojenia w Znaku; c) *ilusio*, rozumianemu jako widzenie podmiotu w formie wyobrażonej, przejawiającej się w rutynie działania ukierunkowanego na uzyskanie świadomości konsekwencji.

## Konkluzje

Pejzaż współczesnego świata w znaczącym stopniu tworzony jest przez media, które stały się elementem codziennego życia, stanowiąc bogate źródło nowych zachowań i kształtując sposób myślenia współczesnego człowieka. Ich wszechobecność sprawia, jak twierdzą niektórzy badacze, że rola, jaka im przypadała, daleko wykracza poza funkcje *stricte* komunikacyjne. Nie będzie więc przesadą twierdzenie, że media tworzą światy, w których dziś żyjemy, swoiste symulakra, w których trwa egzystencja nowoczesnych społeczeństw.

W świecie współczesnych mediów tożsamość staje się indywidualnym wyborem uwolnionym od wpływu tradycją określonych kontekstów. Obraz, z którym identyfikuje się jednostka, wytworzony jest przez nią samą i podlega ciągłym zmianom. Czas, wieczne teraz, nie jest już wpisany w cykl zmian pokoleniowych, miejsce nie stanowi istotnego wyznacznika obszaru życia jednostki. Indywidualne projekty

tożsamości, niekiedy mgliste i chybotałiwe, strukturyzują życie wokół otwartych progów doświadczenia, które zastępują dawne rytuały przejścia. To na jednostkę zostają przesunięte ciężary podejmowania decyzji życiowych. Niedookreśloność zmusza ją do ponawiania aktu samookreślenia, a także pozbawia opoki, która nada egzystencji stałe, konkretne ramy.

Taka sytuacja wywołuje z kolei obawę przed wykluczeniem, stres związany z niepewnością jutra i agresję wobec innych. Negatywne zjawiska warunkowane nieustanną odpowiedzialnością za własne decyzje sprawiają, że niektórzy sięgają po gotowe schematy tożsamościowe, oddając się pod opiekę instytucji sankcjonujących wybrane porządki wartości. Z drugiej strony jednak niekończąca się konieczność doprecyzowania tożsamości zapewnia ponowoczesnemu człowiekowi upragnioną swobodę wyboru oraz wynikającą ze zmian atrakcyjność. Oczywiście sytuacja, w której możemy przebierać w całej gamie różnorodnych ofert, nie angażując się długotrwale w żaden z proponowanych tymczasowych modeli tożsamości, sprzyja powierzchownemu ich traktowaniu w „płynnych czasach” (Bauman 2007). Rozproszenie tożsamości, jej migotliwość i potencjalność prowadzą jednak podmiot do prób konstruowania samego siebie, do stworzenia iluzji zaspokojenia, która pozwoli „przylegać do samego siebie”. Podmiot musi wykonać gest stwarzania siebie w świecie zmienności i niepewności, jeśli chce zaistnieć w swojej odrębności, bez względu na to, czy poddanej praktykom refleksyjnej świadomości czy działaniu „oka” stwarzającego go w nieograniczonej, wciąż pulsującej rzeczywistości cyberprzestrzeni. Pamiętać jednak stale należy, że o tym, czy unikniemy pułapek samookreślenia i w jaki sposób wykorzystamy oferowane przez świat możliwości, zdecydować nasza świadomość – świadomość tego, że tożsamościowe wybory zawsze pozostaną uwikłane w niestałą sieć ponowoczesnych ambiwalencji.

Konkludując, pragnę stwierdzić, że w artykule starałam się określić tożsamość w świecie współczesnych mediów, nie roszczę pretensji do ostatecznych rozstrzygnięć. Problemy społeczno-historyczne są otwarte, niedookreślone, wciąż na nowo formułowane, żadna zaś werbalna, teoretyczna odpowiedź nigdy nie zdoła ich definitywnie rozstrzygnąć. Wydaje się, że ciągle prowizoryczne odpowiedzi są częścią całego procesu społeczno-technicznego, angażując każdego z nas i ukierunkowując możliwości działania.

## Bibliografia

- Baudelaire Ch. (1998), *Malarz życia nowoczesnego*, przeł. J. Guze, Gdańsk.
- Bauman Z. (1996), *Etyka ponowoczesna*, przeł. J. Bauman, J. Tokarska-Bakir, Warszawa.
- Bauman Z. (2000), *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa.
- Bauman Z. (2001), *Tożsamość – jaka była, jest i po co?*, [w:] *Wokół problemów tożsamości*, red. A. Jawłowska, Warszawa.
- Bauman Z. (2007), *Płynne czasy. Życie w epoce niepewności*, Warszawa.
- Benjamin W. (1999), *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*, wybór i oprac. H. Orłowski, Poznań.
- Chateau D. (1997), *Efekt zappingu*, [w:] *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, red. A. Gwóźdź, Kraków.
- Deleuze G., Guattari F. (1988), *Kłaczce*, przeł. B. Banasiak, „Colloquia Communia” nr 1–3.
- Foucault M. (1977), *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Warszawa.
- Giddens A. (2001), *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa.
- Hayles N.K. (1999), *How We Became Posthuman. Virtual bodies in cybernetics, literature and informatics*, The University of Chicago Press, Chicago-London.
- Heim M. (1998), *Virtual realism*, Oxford University Press, Nowy York-Oxford.
- Jawłowska A. (2000), *Tożsamość na sprzedaż*, [w:] *Strategie i system. Polacy w obliczu zmiany społecznej*, red. A. Giza-Poleszczuk, M. Marody, A. Rychard, Warszawa.
- Kroker A., Weinstein M.A. (1994), *Data Trash. The Theory of the virtual Class*, New World Perspectives, Montreal, [www.ctheory.net](http://www.ctheory.net).
- Kubiński G. (2008), *Narodziny podmiotu wirtualnego. Narracja. Dyskurs. Deixis*, Kraków.
- Lacan J. (1981), *The Four Fundamental Concepts of Psychoanalysis*, W.W. Norton&Co., New York-London.
- Levy P. (1997), *Collective Intelligence. Mankind's Emerging World in Cyberspace*, Perseus Books, Cambridge, Massachusetts.
- Lifton R.J. (1993), *The Potean Self*, Basic Books, New York.
- Paetzold H. (1999), *Miasto jak labirynt. Walter Benjamin i nie tylko*, [w:] *Przestrzeń, filozofia i architektura. Ośiem rozmów o poznawaniu, produkowaniu i konsumowaniu przestrzeni*, red. E. Rewers, Poznań.
- Sarup M. (1996), *Identity, Culture and the Postmodern World*, University of Georgia Press, Athens.
- Siwak W. (1998), *Hipertekstualna podróż przez wirtualne światy*, [w:] *Intermedialność w kulturze końca XX wieku*, red. A. Gwóźdź, S. Krzemień-Ojak, Białystok.
- Turkle S. (1997), *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*, Touchstone, New York.
- Wilkoszewska K. 2008, *Wariacje na postmodernizm*, wyd. 2, Kraków.

## Identity and the contemporary media

### Abstract

In the article *Identity and the contemporary media* the author reflects on the subject of influence of new technologies on the contemporary man's spiritual life. She discusses the issue of creation of an individual identity in the context determined by cultural anthropology, sociology and philosophy. The author asks about the possibilities and ways of identity creation in the conditions of fluidity, variability and instability of the world. Looking for elements which can be recognized as constant in the identity subject, she introduces constitutive features of a discursive (by A. Giddens) and deictic (by modifying Lacan's theory) subject.

**Key words:** media, philosophy, anthropology of culture, sociology

### Małgorzata Gajak-Toczek

doktor, adiunkt w Zakładzie Dydaktyki Języka i Literatury Polskiej na Uniwersytecie Łódzkim.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

Monika Górską-Olesińska

## Poezja w ekologii mediów (na przykładzie hybrydycznego projektu V)

*Poezja się zmieniła  
Bo ja się zmieniałem  
Bo my wszyscy się zmieniliśmy  
Bo świat się zmienił*

Pierre Garnier

Kulturę współczesną kształtowaną przez media elektroniczne opisuje się w powiązaniu z kategorią hybrydyczności. Jednym z przejawów (a zarazem generatorem) owej hybrydyczności jest fakt współwystępowania i wzajemnego warunkowania się form tradycyjnej piśmienności, opartej na druku oraz elektronicznych tekstów, funkcjonujących na platformach cyberdyskursywnych. Zdarza się też (przykładów takich dostarcza poezja wchodząca w mariaż z mediami cyfrowymi), że obie te formy (druk oraz elektroniczna tekstualność) zderzane są ze sobą celowo, a doświadczenie odbiorcze pełnię swej intensywności zyskuje w otwartych w ten sposób między-przestrzeniach. Interesującą egzemplifikację tego typu działań stanowi hybrydyczny projekt V autorstwa Stephanie Strickland, artystki, która konsekwentnie przesuwając granicę literatury poza marginesy drukowanej strony.

W roku 2002 Stephanie Strickland opublikowała dwuczęściowy tomik poetycki zatytułowany *WaveSon.nets/Losing L'una*. Pierwsza część tego tomiku, *WaveSon.nets*, obejmuje 47 utworów respektujących układ wersowy 4 + 4 + 4 + 3 i pomimo wyraźnie zaznaczonego podziału na poszczególne sonety tworzy koherentną falującą strukturę logiczną. Myśl rozpoczęta w jednym sonecie, kontynuowana jest w kilku następnych i porzucana na rzecz kolejnej, pozostającej jednak w bezpośredniej korespondencji z podejmowanymi wcześniej wątkami. W ten sposób pojedyncze utwory układają się w większe całości, by następnie spleść w gęstą sieć sonetów wypełnioną rozważaniami inspirowanymi filozofią oraz wyobraźnią Simone Weil (*For Simone Weil, Her Life & Thought; her need to touch; her gut, her mouth* – głosi dedykacja).

Druga część tomiku, *Losing L'una*, zawiera 18 utworów wyróżnionych odrębnymi tytułami, których cechą wspólną jest podział na opatrzone numerami trójwersy. Skomplikowany schemat numeracji trójwersów sugeruje czytelnikowi istnienie algorytmu ukrytego w porządku liczb, pozwalającego na swobodną rekonfigurację poetyckiej struktury (patrz Hayles 2006: 198–201). Potencjał tkwiący w kombinatorycznych strategiach warunkowanych kodem numerycznym zmienia *WaveSon*.



*nets/Losing L'una* w analogową maszynę do produkcji wierszy wchodzącą w swój dialog z tradycją zapoczątkowaną eksperymentami legendarnej grupy OuLiPo. Na szczególną uwagę zasługuje trzynasty utwór tej części tomu zatytułowany *Errand Upon Which We Came*, pełen „pogłosów” dobrze już oswojonej, by nie rzec wyeksplloatowanej na gruncie studiów nad e-literaturą poststrukturalnej teorii krytycznej – istotny nie z powodu problematyki, której dotyczy (wolność czytelnika swobodnie poruszającego się po tekście), lecz przez wzgląd na równoczesne istnienie w wersji elektronicznej, w formie poematu cyfrowego o tym samym tytule, zaprojektowanego przez Marjorie Coverley i dostępnego w Internecie\*. Elektroniczna wersja *Errand Upon Which We Came* poszerza doświadczenie drukowanego tekstu o możliwości nawigacyjne związane z technologią hiperłącza oraz o dodatkowe sensory uwolnione za sprawą technik animacji słowa (wykorzystano w tym celu technologię Flash) (Ryc. 1). Po załogowaniu do Sieci użytkownik natrafi na strofy przepływające po ekranie, na wyróżnione taktownie aktywne słowa informujące, zgodnie z konwencją, o potencji przeniesienia do kolejnej leksji, stanie też wobec wyboru: czy poddać się rytmowi wyznaczonemu tempem animacji oraz kolejnymi zmianami ekranów, czy unieruchomić tekst w celu oddania się „tradycyjnej” lekturze (interfejs poematu wyposażono w narzędzie w postaci graficznej reprezentacji „motylka” zastępującego kursor, które pozwala „przyszplić” ruchliwe słowa). Przede wszystkim jednak będzie miał możliwość uświadomienia sobie konsekwencji odmiennej materialności poszczególnych technologii słowa, dostrzeżenia różnic pomiędzy tekstem drukowanym a jego ekranową, uprzestrzennioną, immersyjną i interaktywną inkarnacją.

## WaveSon.net 2

If you understand red, you understand ruby,  
you understand light bubbling up struck seam  
first morning cliff; you do not  
mock the real

as you watch it subside and divide and then run  
like morning into the virtual.  
If you understand vulva, you understand lens,  
you understand an entrance

to unsuspected, fertile, labyrinthine darkness,  
the power of ex-opponents or logs. If you put  
your meander/zigzag/ric-rac  
on this fabricated lens-shape, if indeed you dip

your lens into water and discover that the water  
you meant to mark the lens with as a sign  
of vulval moisture

-2-

## WaveSon.net 3

is itself a lens, this clear drop beading up  
on your lens stone, and you can see through it  
to a life in the stone, to a depth  
you did not suspect, do you bother to go back

to your old ox-head, its uterine face,  
its Fallopian horns, to mark them  
with meander, once you have discovered  
wells open at the bottom leading to the next world

wormholes, keyholes, the high  
road to heaven, the flying carpet, the cataract?  
You might. You might  
go back,

stunned – for you no longer live  
but Rather remember what is a suddenly long-ago  
childhood: Marks

-3-

Podjęta przez Stephanię Strickland decyzja o translacji i przeniesieniu utworu *Errand Upon Which We Came* do Sieci odślawia cel, jaki przyświeca całemu

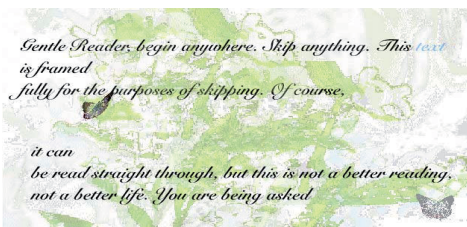
\* <http://www.thebluemoon.com/coverley/errand/home.htm>,

projektowi V. Cel ten nie jest skrywany, poetka wyraża go wprost w tekstach teoretycznych i w udzielanych wywiadach: stworzyć laboratorium pozwalające zbadać, jak zmienia się doświadczenie literatury pod wpływem mediów elektronicznych (jak może się zmieniać w przyszłości wraz z implementacją kolejnych nowinek technicznych).

Errand Upon Which We Came  
7.113

[www.thebluemoon.com/coverley/errand/home.htm](http://www.thebluemoon.com/coverley/errand/home.htm)

Gentle Reader, begin anywhere. Skip anything.  
This text is framed  
fully for the purposes of skipping. Of, course,



7.114

it can  
be read straight through, but this is not a better  
reading,  
not a better life. You are being asked

7.115

to move with great

rapidity. As if it weren't there. As if you were  
a frog,  
a frog that since it's disappearing

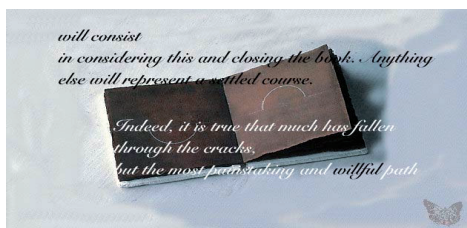


7.116

thinks to ask,  
for the first time, in which element it really does  
belong. Leaping progress

7.117

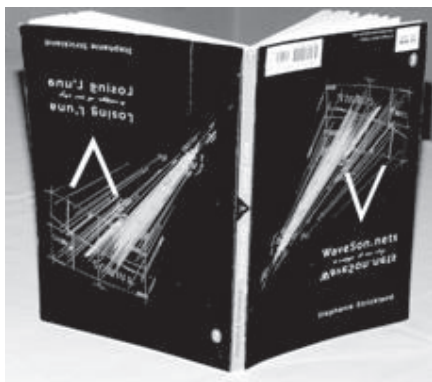
will consist  
in considering this and closing the book. Anything  
else will represent a settled course.  
[...]



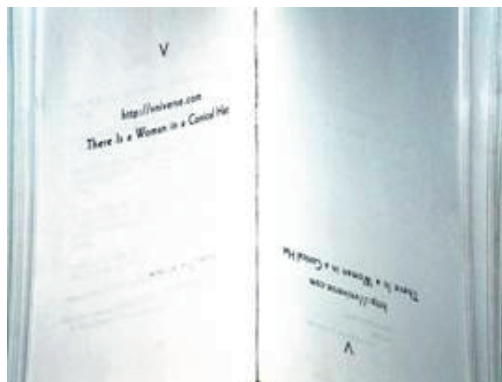
**Ryc. 1.** Zestawienie drukowanej wersji *Errand Upon Which We Came* ze zrzutami ekranowymi elektronicznej wersji poematu

Obie części omawianego tomiku (*WaveSon.nets* oraz *Losing L'una*) połączono w układzie *tête-bêche*. Ustanawiono tym samym równorzędną relację pomiędzy nimi. Po zakończeniu lektury utworów składających się na jedną część, tomik należy odwrócić o 180 stopni, by rozpocząć czytanie utworów umieszczonych w drugiej części (Ryc. 2). W miejscu zetknięcia dyskursu sonetów *WaveSon.nets* z ciągiem trójwersów *Losing L'una* czytelnik napotyka na powtórzoną informację o URL (Ryc. 3), pod którym dostępny jest kolejny komponent projektu – zdigitalizowana i uprzedstżenniona wersja *son.netów* – *Vniverse*.\*

\* <http://www.cynthialawson.com/vniverse/>, URL [4.01.2010].



Ryc. 2. Okładki tomiku *WaveSon.nets/Losing L'una*



Ryc. 3. Środek tomiku *WaveSon.nets/Losing L'una*.

*Vniverse*, cyfrowy poemat stworzony przez Stephanie Strickland we współpracy z odpowiedzialną za kodowanie Cynthią Lawson, posługującą się oprogramowaniem Adobe Director, zaprojektowany został jako interaktywne, immersyjne środowisko graficzne otwierające się przed użytkownikiem na kształt bezkresnego nocnego nieba, rozświetlonego konstelacjami gwiazd (literalne nawiązanie do koncepcji konstelacji słów postulowanych przez konkretystów nie jest bynajmniej przypadkowe). Gwiazdy te, „omiatane” w odpowiedni sposób kursorem, wyłaniają z siebie teksty *son.netów*, którym jednak brak stabilności i „zamrożenia” typowych dla ich drukowanej formy (w środowisku *Vniverse* przestrzenna aranżacja *son.netów* znajduje się w stanie ciągłej oscylacji pomiędzy kilkoma układami, które opisane zostaną w dalszej części artykułu). Interakcja użytkownika z cyfrowym ciałem poematu *Vniverse* polega na kinetycznym zaangażowaniu, bowiem kursor staje się przedłużeniem dłoni wykonującej rozmaite gesty w procesie intuicyjnego eksplorowania przestrzeni migotliwych signifiantów oraz podczas mozolnych prób odkrycia pewnych prawidłowości warunkujących pojawianie się kolejnych stancy.

Stephanie Strickland i Cynthia Lawson celowo zrezygnowały przy tym z typowych i dobrze już oswojonych konwencji obowiązujących w designie interfejsów graficznych (np. z czytelnego taktylnego wyróżnienia aktywnych elementów), stwarzając kontekst, wprawiający użytkowników w zakłopotanie, w którym zadawane są zagadki i ustawiane przeszkody, ale też nagradzani ci, którzy potrafią porzucić zastane przyzwyczajenia odbiorcze i chcą otworzyć się na nowy rodzaj doświadczenia tekstu „między” jego kolejnymi „inkarnacjami”.

Projektantki w ten sposób piszą o swojej koncepcji (Strickland, Lawson 2003: 167–171):

Czytanie w środowisku interaktywnym przybiera zazwyczaj formę dwukierunkowej komunikacji. Kiedy użytkownik/czytelnik zaczyna rozumieć przebieg interakcji z maszyną, podejmuje działania i widzi ich rezultaty, to w wyniku takiej aktywności poznawczej dochodzi do powstania mentalnej więzi pomiędzy nimi [pomiędzy człowiekiem i maszyną – dop. M. G.-O.], ta zaś pogłębia zaangażowanie użytkownika. *Vniverse* jest interaktywnym interfejsem, który działa właśnie w taki sposób, a my byliśmy zainteresowane

nie tyle bezpośrednim/intymnym charakterem opisywanej powyżej relacji, ale tym, by zachęcić czytelnika do jej odkrywania i przedłużania kontakt z poematem. Dlatego też *Vniverse* pozbawiony jest animowanych elementów wskazujących na „gorące” obszary ekarnu. Klikalne elementy nie są opatrzone etykietami, czytelnik nie słyszy też efektów dźwiękowych, które dawałyby mu sygnał do natychmiastowego sprzężenia zwrotnego. Przede wszystkim zaś w poemacie *Vniverse* brak klikanych słów. Zamiast tego pojawiają się inne opcje, dostępne tylko dla tych użytkowników, którzy zdecydują się poświęcić odpowiednią ilość czasu, by je odkryć. Uważni użytkownicy zauważą na przykład delikatne migotanie kursora, kiedy ten znajdzie się w aktywnym obszarze. Odkryją też, że czasami to nie kliknięcie na wybraną gwiazdę, lecz dopiero cofnięcie z niej kursora inicjuje zmianę w środowisku. Działania, których wymagamy od użytkownika, nie przypominają tych, jakie programuje się standardowo dla czytelnika tekstów cyfrowych.

Projektując interakcję z elektronicznym tekstem w środowisku *Vniverse* jego autorki wdrożyły rozwiązania informatyczne umożliwiające podejmowanie następujących form aktywności\* (odkrycie ich wszystkich wymaga bez wątpienia cierpliwości i wytrwałości w kontakcie z cyfrowym poematem działającym tu jak potężna „maszyna organizująca czas” /patrz Hayles 2006; Strickland 2007/):

1. „Omiotanie” nieba kursorem, w wyniku którego na monitorze pojawiają się diagramy będące zarysami konstelacji (Ryc. 4).

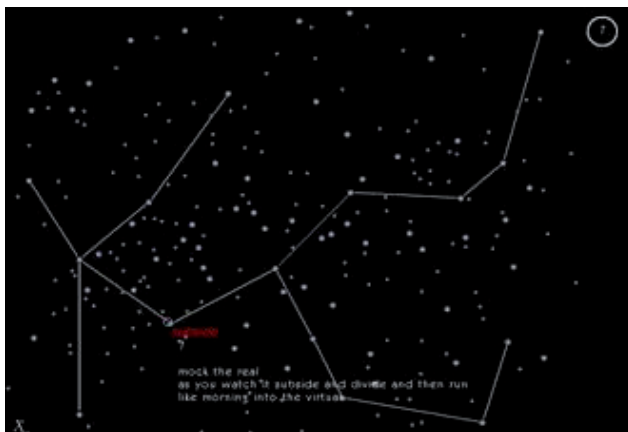


Ryc. 4. Efekt „omiotania” ekranu kursorem

2. Zatrzymanie kursora na jednej z gwiazd w diagramie sprawia, że w jej bliskim sąsiedztwie pojawia się słowo klucz oraz trójwers, któremu przypisano numer widoczny w kółku umieszczonym w prawym górnym rogu ekranu (Ryc. 5). Należy przy tym wyjaśnić, że w usieciowionej wersji *WaveSon.nets* całość tekstu rozbito na trójwersy, które potraktowane zostały jako najmniejsze całości wchodzące ze sobą w rozmaite relacje zarówno semantyczne, jak i przestrzenne (ponieważ drukowana wersja *WaveSon.nets* obejmuje 46 sonetów z piętnastoma wersami oraz

\* Rozbudowane możliwości interakcji z poematem *Vniverse* zostały opisane przez Stephanię Strickland i Cynthię Lawson w eseju *Making the Vniverse*. <http://www.cynthialawson.com/vniverse/essay/index.html>.

jeden niepełny „sonet” zawierający 6 wersów, poemat *Vniverse* operuje materiałem aranżacyjnym w postaci 232 trójwersów). Kiedy konstelacja ustabilizuje się, możliwe jest także przemieszczanie się po jej zarysie od gwiazdy do gwiazdy. Jeśli zaniecha się przy tym klikania, to takiej wędrowce towarzyszyć będzie pojawianie się kolejnych słów kluczowych; „spacer po niebie” wyłoni utwór przybierający kształt i charakter wiersza o gnomicznej formule.



Ryc. 5. Efekt zatrzymania kursora na jednym z punktów w konstelacji

3. Kliknięcie na gwiazdę, na której uprzednio zatrzymano kursor, wywołuje całość *son.netu*. Pojawiający się *son.net* jest w tym wypadku zaprezentowany w sposób respektujący klasyczny układ wersowy wersji drukowanej; istnieje jednak pewna różnica, polegająca na tym, że proces wyłaniania się *son.netu* w środowisku elektronicznym przełamuje tradycyjną sekwencyjność następowania po sobie kolejnych strof – jako pierwszy wyświetlony zostaje bowiem wyróżniony odmiennym kolorem trójwers, dopiero po chwili dołączone zostają kolejne fragmenty (Ryc. 6).

4. Ponowne kliknięcie na tą samą gwiazdę powoduje rearanżację *son.netu*, który zaprezentowany zostaje w układzie pięciu trójwersów (Ryc. 7). Warto zwrócić uwagę na pojawiające się możliwe napięcie pomiędzy takim sposobem organizacji displayu *sonnetu* a pamięcią użytkownika o formie drukowanej, wzmocnione dodatkowo świadomością tego, że w przypadku tomiku *WaveSon.nets/Losing L'una* kadencja oparta na trójwersie organizowała strukturalnie drugą (nie zaś pierwszą) jego część, czyli *Losing L'una* (napięcie to może stać się źródłem dodatkowych znaczeń).

5. Uporczywie ponawiane klikanie na tę samą gwiazdę skutkuje oscylacją *son.netu* pomiędzy dwoma opisanymi powyżej stanami.

6. Kliknięcie na słowo „next” powoduje przejście do kolejnego *son.netu* powiązanego z daną konstelacją. Przejście to ma charakter animacji – *son.net* stopniowo błędnie tracąc litery i ustępuje miejsca kolejnemu, który stopniowo nabiera wyrazistości i zaczyna przeziierać przez wyblakły tekst swojego poprzednika. W pewnej fazie tego procesu obszar ekranu, na którym pojawiają się sonety, przybiera kształt intrygującego palimpsestu (Ryc. 8). Alternatywę dla takiego sposobu przemieszczania się pomiędzy *son.netami* stanowi wpisanie liczby z zakresu od 1 do 232 w kółko znajdujące się w prawym górnym rogu ekranu (Strickland, Lawson 2003: 5).



Ryc. 6. Efekt kliknięcia na wybrany punkt konstelacji



Ryc. 7. Efekt ponownego kliknięcia na tę samą gwiazdę



Ryc. 8. Efekt aktywowania opcji „next”.



7. Kliknięcie w czarne tło pomiędzy gwiazdami powoduje powrót poematu do stanu wyjściowego i całkowite zniknięcie elektronicznego tekstu.

Stephanie Strickland i Cynthia Lawson podkreślają (Strickland, Lawson 2003: 5):

Na ekranie utwory *WaveSon.nets* podlegają całkowicie odmiennym reżimom – jeden z nich nazywamy interakcją poprzez dotyk (*interactivity by touch*), drugi czytaniem za pomocą liczb (*reading by numbers*). Takiej interaktywności nie postrzegamy w kategoriach współautorstwa; widzimy w niej raczej inny sposób lektury. Gesty wykonywane nadgarstkiem przez czytelnika uwalniają pismo oparte na trójwersach [...]. Upór czytelnika, który konsekwentnie powtarza kliknięcia, przynosi efekt.

Powyższe omówienie opcji interakcyjnych dostępnych w środowisku *Vniverse* odsłania przede wszystkim ścisłą zależność pomiędzy ruchami użytkowników a pojawiającymi się w związku z nimi czasoprzestrzennymi mikrostrukturami znaczeniowymi, niedostępnymi podczas lektury drukowanego tomu. Ruch słów w poemacie, w konsekwencji ruch sensów i znaczeń zasilany jest energią użytkownika (procesy kognitywne pozostają zaś w bezpośrednim związku z napięciem mięśni). Potencja wszystkich możliwych bezosobowych schematów działań zaprojektowanych przez Stephanie Strickland i Cynthię Lawson na etapie programowania interfejsu *Vniverse* zamienia się nagle w bezpośrednie jednostkowe doświadczenie „przefiltrowane” przez ciało (por. Morris 2006: 17). Przypomnijmy, że właśnie w ten sposób ciało interaktora, które staje się warsztatem i miejscem służącym przekształceniu autozróżnicowania mediów w skonkretyzowane doznanie otoczenia informacyjnego, postrzega Mark Hansen (por. Ross 2007: 47).

Ponawiany kontakt z poszczególnymi komponentami projektu V (z drukowanym tomikiem *WaveSon.nets/Losing L'una*, z flaszowym poematem *Errand Upon Which We Came* oraz z immersyjnym środowiskiem *Vniverse*) pozwala odkryć przyjemność (już nie tekstu, a doświadczenia), ułożoną w kolejnych międzyprzestrzeniach, przekraczających swoim rozmiarem i złożonością wyobrażenia konkretystów i poetów awangardowych (por. Mon 2006), w kolejnych „rozsunięciach/espacement” (por. Markowski 2005), miejsca, jakie zajmuje czytelnik/użytkownik w przemieszaniu i jednoczesnym wzajemnym warunkowaniu elementów retoryki druku oraz cyberdyskursywności, w płynnej ekologii mediów i ich gatunków.

Analizująca V Katherine N. Hayles zwróciła uwagę na to, że refleksja ograniczona do problematyki strukturalnej i odmiennych możliwości rearanżacji układu wersów jest ważna, lecz niewystarczająca. W zgodzie ze stosowaną przez siebie metodologią ujęła więc V w perspektywie, dla której centralną kwestią jest materialność tekstu.

Układ odnajdywany na stronie WWW – pisze K.N. Hayles – zostaje przesłonięty (*overshadowed*) przez doświadczenie użytkownika, który wchodząc w interakcję ze stroną WWW widzi, jak tekst pojawia się i znika, stabilizuje się i rozpada, narzuca się gwałtownie ostrym kolorem słów, a następnie szarzeje, niknie i rozpuszcza się w nocnym niebie [...]. Opisanemu doświadczeniu towarzyszą liczne oscylacje pomiędzy stanami,

kórych bieguny określają następujące pary pojęć: widzenie/czytanie, stabilne litery/migotliwe znaczenia, obecność/nieobecność, stabilność/rozpad, obraz/słowo, część/całość, czas zatrzymany/czas upływający. [...] Ich wspólny efekt polega na zaktualizowaniu sensu terytorium oznaczonego przez ukośnik („/”), który może być rozumiany jako przestrzeń *pomiędzy* drukowaną książką i stroną WWW. Owa przestrzeń [międzyprzestrzeń – dop. M.G.-O.], niewidzialna, jak fale wysokiej częstotliwości przekraczające zakres naszych możliwości percepcyjnych, jest wszakże naładowana energią i znaczeniem (Hayles 2006: 203–204).

## Bibliografia

- Garnier P. (2006), *Stanowisko nr 1 ruchu międzynarodowego*, przeł. J.M. Kłoczowski, „Literatura na Świecie” nr 11–12.
- Hayles K.N. (2006), *The Time of Digital Poetry. From Object to Event*, [in:] *New Media Poetics. Contexts, Technotexts and Theories*, (eds.) A. Morris, T. Swiss, Cambridge, Mass. : London, England.
- Markowski M.P. (2005), *Nicość i czcionka. Wprowadzenie do lektury „Rzutu kośćmi” Stéphane Mallarmé*, [w:] S. Mallarmé, *Rzut kośćmi nigdy nie zniesie przypadku*, Kraków.
- Mon F. (2006), *Dwa teksty o tekstach*, przeł. A. Kopacki, „Literatura na Świecie” nr 11–12.
- Morris A. (2006), *New Media Poetics. As We May Think/How to Write*, [in:] *New Media Poetics. Contexts, Technotexts and Theories*, (eds.) A. Morris, T. Swiss, Cambridge, Mass. : London, England.
- Ross Ch. (2007), *Hybrydyczność sztuki nowych mediów: sztuka, nauka o emocjach i rzeczywistość rozszerzona jako naczynia (nie)połączone*, przeł. U. Śniegowska, „Przegląd Kulturoznawczy” nr 3.
- Strickland S. (2007), *Quantum Poetics: Six Thoughts*, [in:] *Media Poetry. An International Anthology*, ed. E. Kac, Bristol: Chicago.
- Strickland S., Lawson C. (2003), *Making the Vniverse*, <http://www.cynthialawson.com/vniverse/essay/index.html>
- Strickland S., Lawson C. (2006), *Vniverse*, [in:] *New Media Poetics. Contexts, Technotexts and Theories*, (eds.) A. Morris, T. Swiss, Cambridge, Mass. : London, England.

## Poetry in the ecology of the media: the hybrid project V

### Abstract

Contemporary culture, shaped by electronic media, is described in the context of the category of hybridity. Such hybridity is manifested in the coexistence and mutual conditioning of the traditional forms of literacy based on print as well as texts produced in an electronic environment. This article discusses *V*, a multimedia poetry project by Stephanie Strickland, in which print and electronic textuality are purposefully brought together, placing the recipient's experience in the inter-spaces (*in-between*) which are thus opened. Issues relating to the materiality of media technologies used by the authors of experimental poetry as well as the question of combining the bodily perception with the architecture of electronic text are particularly important to the matters discussed in the article.

**Key words:** electronic literature, digital poetry, cyberdiscursivity, hybridity

### Monika Górską-Olesińska

doktor, adiunkt w Zakładzie Teatru, Filmu i Nowych Mediów Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Opolskiego. Zajmuje się problemami kultury audiowizualnej, teorią mediów elektronicznych i literaturą elektroniczną. Publikowała w „Przeglądzie Kulturoznawczym”, „Kulturze Współczesnej”, „Kulturze Popularnej” i magazynie „Ha!art” oraz w pracach zbiorowych. Autorka książki *Słowo w sieci. Elektroniczne dyskursy* (2009).

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

Janina Hajduk-Nijakowska

## Indygenizacja treści współczesnych przekazów medialnych

Kultura współczesna, zdominowana przez media elektroniczne, wyznacza antropologom kultury i etnologom nowe obszary badawcze, bez uwzględnienia których nie można odpowiedzialnie interpretować procesu odbioru treści przekazywanych przez mass media. Dlaczego jednak mówię o indygenizacji, a nie po prostu o „ulokalnieniu” tychże treści? Przede wszystkim dlatego, by nie kojarzyć tego zjawiska z przestrzenną lokalizacją, zbiorem elementów „zewnętrznej” kulturowej specyfiki powiązanej z określoną społeczną wspólnotą. Nie ukrywam, że zwracam na to uwagę pod wpływem rozważań Arjuna Appaduraia (2005), który pisał między innymi:

Większość etnograficznych opisów, zagłębiając się w dokumentowaną lokalizację, traktuje lokalność jako terytorium, a nie jako formę, nie uwzględniając ani jej kruchości, ani jej etosu jako *właściwości życia społecznego*. Prowadzi to etnografię do bezrefleksyjnej współpracy z tym poczuciem bezwładu, na którym lokalność jako struktura uczucia zasadniczo się opiera (s. 269).

Dla Appaduraia, wybitnego współczesnego antropologa, śledzącego proces kształtowania się pod wpływem mediów tożsamości w czasach współczesnej globalizacji, ważny jest przede wszystkim proces „wytwarzania lokalności” (owej immanentnej właściwości życia społecznego), a na ten proces współcześnie wpływa zarówno „globalna wyobraźnia” – „nowa władza wyobraźni nad procesami wytwarzania społecznych form życia jest związana w sposób nieunikniony z obrazami, ideami i możliwościami, które napływają zewsząd, często przenosząc się za pośrednictwem masowych mediów” (s. 85)\*, jak i zjawisko „wytwarzania sąsiedztwa”, które wcale nie musi już wiązać się z rzeczywistą scenerią życia danej zbiorowości. To tyle wstępnych ustaleń.

I jeszcze jedno oczywiste stwierdzenie: współcześnie mamy do czynienia z nowym typem kultury, zdeterminowanym przez zaistnienie w niej mediów elektronicznych, albowiem stworzyły one nowe, „nieustanne i automatyczne”, jak to

---

\* Pasjonująca jest analiza Appaduraia indygenizacji gry w krykieta, która doprowadziła tego, że „krykiet stał się narodowa pasją” i „całkowicie opanował hinduską wyobraźnię” (rozdz. 5: *Gra z nowoczesnością: dekolonizacja hinduskiego krykieta*).

określił Manuel Castells (2007: 341), relacje między ludźmi, będące wynikiem interakcji komunikacyjnych łączących „ludzi z mass mediami i [z] sobą nawzajem” (Lull 1990:33). Ten mechanizm, moim zdaniem, wyznacza ważny antropologiczny kontekst funkcjonowania mediów. Nadto audiowizualność współczesnej kultury zdecydowała o pojawieniu się nowej formuły poznawania świata – doświadczenia zapośredniczonego. Tym samym w znaczący sposób wzrosła rola i znaczenie odbiorcy w kulturze, co wymaga od badaczy, jak wspomniałam na wstępie, objęcia refleksją nowych przestrzeni.

1. Współczesna antropologia mediów coraz większą uwagę zwraca na aktywność publiczności skupionej wokół mass mediów, eksponując sposób odbioru przez nią przekazywanych treści oraz mechanizmy ich interpretacji i rozumienia, albowiem kulturowe wyznaczniki postrzegania i interpretowania treści polegają głównie na ich indygenizacji, to znaczy nadawaniu sensu globalnym treściom przez „sprowadzanie” ich do zrozumiałego, „oswojonego” obrazu (wizji) świata. Proces ten polega również na popularyzowaniu w bezpośrednim obiegu treści przekazywanych przez mass media, interpretowaniu obrazów oraz idei – i jako taki staje się czymś naturalnym. Zjawisko to, nazywane przez socjologów kultury procesem dwustopniowego przepływu informacji (*two-step-flow*), szczególnie widoczne jest w trakcie przekazywania informacji społecznie ważnych, inspirujących wyobraźnię i atrakcyjnych. Rodzi się wówczas potrzeba pogłębienia informacji, przedyskutowania jej z innymi, uzgodnienia sposobu jej oceny i interpretacji, osadzenia w znanej (oswojonej) tradycji. Z tego też względu odbierane (przyjmowane, akceptowane lub odrzucane, negowane) treści i obrazy przekazywane przez media służą „wytwarzaniu lokalności” i uzyskują wyraźne środowiskowe zróżnicowanie. W efekcie owego procesu (indygenizacji) cała obserwowana (analizowana) zbiorowość dysponuje nie tylko wspólnotą informacyjną, ale również wspólnotą wyobraźni, która oczywiście ma „rodowód” globalny. Przywołajmy jeszcze raz Appaduraia:

w dzisiejszym życiu społecznym władza wyobraźni uległa zwielokrotnieniu [...]. Ważnym źródłem tej zmiany są mass media prezentujące bogaty i nieustannie zmieniający się zasób możliwych wersji życia, z których część bardziej skutecznie od pozostałych wpisuje się w rozbudzoną wyobraźnię zwyczajnych ludzi. [...] wyobraźnia i fantazja stanowią antidotum na skończony charakter społecznego doświadczenia. [...] Więcej ludzi na całym świecie zaczęło postrzegać swoje życie przez pryzmat możliwych sposobów życia oferowanych przez wszystkie rodzaje mediów (Appadurai 2005: 83).

Wspólnota informacji i wyobraźni inspiruje powstawanie powtarzalnych w obiegu społecznym tekstów i przekazywanie znanych już informacji (relacji, opowieści), czyli jakby „dopracowywanie” (uwierzytelnianie lub weryfikowanie) wspólnotowej wersji wytwarzanej lokalności o wyraźnym emocjonalnym wymiarze. Teksty te są zatem silnie „zdialogizowane” z tekstami funkcjonującymi już w obiegu masowym, choćby przez możliwość konfrontowania ich z tekstami prezentowanymi w mediach. Warto w tym miejscu przypomnieć koncepcję dialogowości Michaiła Bachtina, a przede wszystkim eksponowane w niej słowo „zwrócone i zwracające się”, czyli ukierunkowane na innego człowieka, zatem „skierowanie tego, co przeżyte, ku innemu” (1986: 61). Bachtin dowodził, iż „żywa wypowiedź, sensownie sformułowana w jakimś momencie historycznym w społecznie określonym środowisku,

musi zacząć tysiące żywych dialogowych nici, które wokół danego przedmiotu wypowiedzi opłotła świadomość społeczno-ideologiczna, musi stać się aktywnym uczestnikiem społecznego dialogu" (1982: 102).

Zatem pierwszy obszar obserwacji procesu indygenizacji treści współczesnych przekazów medialnych wyznaczony jest przez aktywność odbiorców pozostających w stałej interakcji komunikacyjnej z mediami i z sobą nawzajem. Pamiętajmy jednak, iż specyfika przekazów medialnych powoduje, iż wytwarzanie – w efekcie owej aktywności – lokalności zawsze toczy się w określonym kulturowym kontekście, jest procesem trwającym w czasie i przestrzeniach (zarówno realnych, jak i wirtualnych) i dlatego wymaga nieustannego „podtrzymywania” poczucia emocjonalnego oparcia dla wytwarzanej lokalności\*.

2. Nowy wymiar zmysłowego doświadczania przez jednostkę rzeczywistości, tzw. doświadczenie zapośredniczone (*mediated experience*), polega, jak to określił Anthony Giddens, między innymi na „wtargnięciu odległych wydarzeń do sfery codziennych doświadczeń”, zdarzeń, o których może nigdy byśmy nie wiedzieli, gdyby nie ich medialna wizualizacja:

Jednostka może odbierać wiele relacjonowanych w programach informacyjnych wydarzeń jako zewnętrzne i odległe, ale wiele innych może też regularnie wpływać na jej codzienne czynności. Towarzyszące doświadczeniu zapośredniczonemu wrażenie swojskości może odpowiadać za powszechne poczucie „odwrócenia porządków”, gdy napotkany rzeczywisty przedmiot lub wydarzenie wydają się mniej realne niż ich medialne przedstawienie. Co więcej, liczne doświadczenia, które w życiu są rzadkością (jak na przykład bezpośredni kontakt ze śmiercią i umierającymi), są regułą na poziomie przedstawień medialnych, podczas gdy rzeczywiste zetknięcie z samymi zjawiskami jest psychologicznie trudne. [...] W sumie w warunkach nowoczesności środki przekazu nie tyle odzwierciedlają rzeczywiste zdarzenia, ile częściowo je tworzą (Giddens 2007: 38–39).

Włączanie owych odległych „wytworzonych” przez media zdarzeń w sferę indywidualnych doświadczeń wymaga oczywiście od jednostki skomplikowanej procedury „przekładu” i oswojenia tych zdarzeń, z którymi styka się ona za pośrednictwem mediów; swoistego „negocjowania” i „porządkowania” znaczeń. Odbywa się to w trakcie procesu odbierania tychże wiadomości i to najczęściej przy „użyciu” wyznawanej koncepcji zdrowego rozsądku oraz zgodnie z regułą „oczywistości”. A także, na co zwrócił uwagę Roch Sulima, kategorii potoczności, która pełni funkcję regulacyjną struktur codzienności: „informacje «nowe» «przekładane są» *a vista* na «zastane», które tym samym ulegają «przeredagowaniu» i funkcjonalnemu przekształceniu, potencjalnemu otwarciu na nowe okoliczności” (Sulima 2003: 239).

Warto – za Zbigniewem Bauerem – zwrócić uwagę i na to, że także dziennikarz coraz rzadziej jest świadkiem zdarzeń, o których informuje, staje się

---

\* Na ważną rolę aktywności odbiorców kultury globalnej zwraca też uwagę Waldemar Kuligowski, jednak proces indygenizacji, „nadawania sensów w warunkach lokalnych”, rozumie on nieco inaczej, akceptując raczej koncepcję globalizacji: postrzegania globalnych trendów z perspektywy lokalnej, „przez pryzmat lokalnych inicjatyw i wartości” (Kuligowski 2007).



dosłownie rozumianym „medium” przekazującym relacje świadków rzeczywistych, niekiedy zupełnie mu nieznanych, bo oddalonych odeń o tysiące mil. W naturalny sposób pojawiały się więc pytania o wiarygodność takich zapośredniczonych relacji i w równie naturalny sposób zjawiały się również odpowiedzi na podobne wątpliwości – prawdziwe stawiało się to, co za prawdziwe uznali odbiorcy (Bauer 2009: 178).

Dodatkowo podnosi to rangę audytorium, do którego adresowane są przekazywane treści oraz uzasadnia potrzebę wnikliwej analizy procesu odbioru tychże treści.

Przywołajmy jeszcze raz Giddensa: „dostępne w nadmiarze informacje są sortowane dzięki rutynowym zabiegom wykluczania lub reinterpretacji potencjalnie niepokojących wiadomości” (2007: 257), ale również, jak sądzę, są sortowane dzięki zabiegom wykluczania lub reinterpretacji informacji nie poddających się procesowi „wytworzenia lokalności” oraz włączania ich w kulturowo zdeterminowaną wizję świata. Zwracał na to uwagę już Umberto Eco, podkreślając, iż odbiorcy medialnych przekazów wypełniają je „aberracyjnymi znaczeniami, zgodnie ze swoimi szczególnymi kodami kulturowymi” (Castells 2007: 342). Przekonującym uzasadnieniem takiej konstatacji jest zjawisko izolacji świadomościowej w znaczeniu nadanym mu przez Ludwika Stommę (1986).

Drugi obszar obserwacji procesu indygenizacji treści współczesnych przekazów pochodzących z mass mediów wyznacza zatem ta przestrzeń kultury, która staje się głównym miejscem „tworzenia sensów”. Ramy społeczne tej przestrzeni określa kategoria sąsiedztwa, oczywiście w rozumieniu nadanym jej przez Arjuna Appaduraia, który stwierdza, że sąsiedztwa „w sposób nieunikniony implikują relacyjną świadomość innych sąsiedztw, ale jednocześnie funkcjonują jako autonomiczne sąsiedztwa interpretacji, wartości i materialnych praktyk” (Appadurai 2005: 275), gwarantujące skuteczność wspólnego działania. Oczywiście chodzi zarówno o sąsiedztwa skupione przestrzennie, jak i o sąsiedztwa wirtualne.

3. Obie wskazane perspektywy analizy indygenizacji, czyli aktywność odbiorców pozostających w stałej interakcji komunikacyjnej z mediami i z sobą nawzajem, a także przestrzeń kultury wyznaczająca miejsce dla „tworzenia sensów”, muszą uwzględniać fakt, iż proces odbioru przekazów medialnych jest „czynnością usytuowaną” – jak to nazywa John B. Thompson – w kontekście kulturowym (trwającą w czasie) i wymagającą od odbiorcy poświęcenia uwagi i podjęcia działań interpretacyjnych, czyli „przyswojenia” przekazu, co zdaniem Thompsona oznacza „uchwycenie jego znaczenia i przyjęcie jako własnego”.

Przyswajanie form symbolicznych – a zwłaszcza przekazów wyrażanych przez produkty medialne – jest procesem, który może rozciągać się daleko poza pierwotny kontekst i czynność odbioru tych form. Ludzie często dyskutują o produktach medialnych i ich treści; w ten sposób przekazy medialne są poddawane obróbce i dzielone z większym kręgiem osób, które mogły, lecz nie musiały, brać udziału w odbiorze oryginalnego przekazu. W ten sposób przekazy medialne są przenoszone poza oryginalny kontekst ich odbioru oraz mogą ulegać zmianom w ciągłym procesie opowiadania i powtarzania, interpretacji i reinterpretacji, komentowania, wyśmiewania i krytyki. [...] Wraz z powtarzaniem przekazu medialnego i związanych z nim reakcji do głosu może dochodzić narracja, w której ludzie mogą przywoływać swoje myśli, odczucia, doświadczenia

i wiążące się z danym tematem aspekty własnego życia. [...] Odbierając i przyswajając przekazy medialne, ludzie angażują się w proces samotworzenia i samorozumienia – chociaż często tego wcale nie zauważają (Thompson 1998: 47–48).

Ów proces, analizowany przez medioznawcę, nie jest niczym innym jak wytwarzaniem lokalności, „tworzeniem” narracji podporządkowanej nadawaniu sensu odbieranym przekazom medialnym, co w konsekwencji prowadzi do „wnikania” ich w strukturę przekazów potocznych, wzmacniając jednocześnie i nadając rangę określonym treściom. Jak podkreślałam wcześniej, akceptacja (przyjmowanie) lub negacja, niezrozumienie (odrzućenie) wynika z przebiegu procesu „dostrojenia” treści do akceptowanej wizji świata. Zwraca na to uwagę, choć w innej perspektywie, także Agnieszka Ogonowska: „wizowie wnoszą w proces oglądania «współrzędne pozycji społecznej», własne doświadczenie oraz indywidualny obraz świata wpisany w ich reprezentacje poznawcze” (Ogonowska 2006: 136).

Stuart Hall, który dogłębnie przeanalizował kulturowy kontekst procesu kodowania treści (wydarzeń) w dzienniku telewizyjnym, uznając go za „moment determinujący” późniejszy proces dekodowania (odbioru), stwierdził, iż owo dekodowanie jest wyraźnie kulturowo zdeterminowane, a wiele kodów jest „głęboko zinternalizowanych” i dlatego „uzyskiwana dzięki nim wiedza przyjmowana jest jako naturalna i oczywista” (Hall 1987: 63), dająca poczucie swojskości i bezpieczeństwa. Tym samym przekaz medialny „po rozkodowaniu wnika w strukturę praktyk społecznych [...], ale także struktur rozumienia, które modelują ich realizację stanowiącą finał odbioru i pozwalają na przenoszenie określonych sensów zawartych w dyskursie w sferę praktyki lub świadomości” (tamże: 61).

Z tej perspektywy zatem przebadanie procesu indygenizacji musi być wyjątkowo pasjonujące, bowiem pozwoli odkryć mechanizm internalizacji przekazów medialnych oraz analizowania narracji jako sposobu rozumienia świata. Szczególnie wyraźnie, jak sądzę, występuje to w przypadku współczesnych wydarzeń medialnych, funkcjonujących jako zbiorowe świętowanie. Daniel Dajan i Elihu Katz wykorzystali do analizy takich wydarzeń badania prowadzone przez antropologów nad ceremoniami, a zwłaszcza koncepcję drammy (gry społecznej) Victora Turnera, dzięki czemu zwrócili baczną uwagę na sam proces rytualny realizowany w toku przeżywania wydarzenia medialnego, a przede wszystkim na fazę liminalną tego procesu. Umieścili ją w momencie zawieszenia codziennego, rutynowego oglądania telewizji, zawieszenia wywołanego przez samo medium w celu wprowadzenia widzów w stan napięcia i oczekiwania. Owa „wszechogarniająca przerwa” kreuje wydarzenia medialne, które zdaniem Dajana i Katza są „obrzędami przychodzenia i odchodzenia”:

Główne postaci dokonują rytualnych wejść w uświęconą przestrzeń, a jeśli los się do nich uśmiechnie, dokonują także rytualnych powrotów [...]. W stopniu nie mniejszym niż główni uczestnicy także my – świadkowie tych wydarzeń – przechodzimy te same stadia obrzędu. Jeśli przyjęliśmy zaproszenie do odegrania roli w obrzędzie, wraz z naszymi bohaterami bierzemy niejako urlop od codziennej rutyny; doświadczamy liminalności ich sytuacji; wstrzymujemy oddech i denerwujemy się, wyczekując ich powrotu. Wracamy do codzienności po zakończeniu wydarzenia (Dajan, Katz 2008: 190–191).

Tak więc to telewizja z jednej strony transmituje „na żywo” rytuał przejścia bohaterów masowej widowni, staje się dla widzów (świadków) swoistym tekstualnym przewodnikiem (koronacja, zaślubiny, pogrzeb, inauguracje igrzysk olimpijskich itp.), z drugiej stwarza widzom równoległą przestrzeń\* celebracji, stan liminalny, wywołujący ich przemianę w aktywnych uczestników ceremonii. Tak rozumiany stan liminalny bez wątpienia wzmacnia wśród widzów poczucie wspólnoty, współtworzy stan sąsiedztwa zarówno przestrzennego, jak i wirtualnego, przesądza o zinternalizowaniu wartości i zachowań. Niektóre z wydarzeń medialnych mogą być nawet źródłem przemian i refleksji, pełnić „funkcję wyzwalającą” (Dajan, Katz 2008: 61)\*\*.

W ślad za przemianami zachodzącymi w widowni uczestniczącej w ceremonii (przejmującej rolę aktywnego uczestnika), w przestrzeń lokalną (domową, ale i sąsiedzką, wspólnotową, wyznaczoną granicą placu lub świątyni) zdecydowanie wkracza przestrzeń publiczna, zapośredniczona przez telewizyjny przekaz „na żywo”. Może to oczywiście być dowodem na to, że „arena domowa” (precyzyjnie – lokalna) dostosowuje się do wymagań mediów (Morley 2003:8). Ale może również oznaczać „zrekonstruowanie przestrzeni świętowania” w domu (czyli wytwarzania lokalności przestrzennej), co Daniel Dajan i Elihu Katz nazywają „ceremonią diaspory”:

To prawda, że członkowie publiczności są w tym wypadku radykalnie oddzieleni od miejsca celebracji wydarzenia, a także izolowani od siebie nawzajem; nie tworzą już masy ani tłumu. [...] Olbrzymi rozmiar widowni telewizyjnej paradoksalnie sprowadził świętowanie do rejestrów intymnych. Uczestnictwo przebiega w małych grupach zgromadzonych wokół odbiornika telewizyjnego. Koncentruje się na symbolicznym centrum, wszyscy są w pełni świadomi tego faktu, iż miriady innych grup postępują w tym czasie analogicznie, w podobny sposób. [...] ceremonia została wykreowana tak, by uchwycić niejako w pigułce doświadczenie „nie byłem, ale widziałem”. Nie jest to doświadczenie zubożałe ani fałszywe. Jest po prostu całkiem inne (Dajan, Katz 2008: 222–223).

Inność tego doświadczenia mocno podkreśla Arjun Appadurai, dla którego jest to przejaw wytwarzania się „sąsiedztw wirtualnych”, którym oczywiście „brakuje więzi typu *face-to-face*, przestrzennego skupienia i złożonych form interakcji społecznej, cech tak ważnych dla koncepcji sąsiedztwa” (Appadurai 2005: 289), ale ich siła polega na umiejętności mobilizowania i przekształcania relacji między ludźmi w przestrzennych sąsiedztwach życiowych: „lokalność jako wymiar ludzkiego życia

---

\* I tak właśnie – zgodnie z koncepcją V. Turnera należy to rozumieć: „Faza liminalna jest **czasem i przestrzenią** pomiędzy dwoma różnymi kontekstami, które wyznaczają ramy znaczeń i działań” (Turner 2005: 189, podkr. JHN).

\*\* Potwierdzeniem tej prawidłowości jest dla autorów m.in. pierwsza pielgrzymka do Polski w 1979 roku papieża Jana Pawła II (Dajan, Katz 2008: 227–280). Kolejny dowód na współuczestniczenie mediów w duchowym przeżywaniu *sacrum* przyniosła dwudniowa telewizyjna transmisja z Rzymu, rejestrująca umieranie papieża. Specyfikę polskiej indygenizacji tych chwil dogłębnie uchwycił Roch Sulima: „Widziałbym w tym odnowienie i danie świadectwa wielkiej tradycji umierania wśród bliskich, a nie w obczyźnie szpitala. Takie umieranie było naturalne w polskiej tradycji, było zawsze jawne, nierzadko pogodne, pełne nadziei. Umierający był świadom swojego dopełniającego się losu, otoczony domownikami, bliskimi sąsiadami, często umierającego trzymało się za rękę. Ten gest został przywrócony przez Jana Pawła II” (Sulima 2005).

i jako wyartykułowana wartość poszczególnych sąsiedzkich układów, nie jest jakimś transcendentnym standardem, który poszczególne społeczeństwa mogą utracić lub od którego mogą odstąpić. Lokalność nieprzerwanie wyrasta z praktyki lokalnych podmiotów w konkretnych sąsiedztwach” (tamże: 293).

4. Zasygnalizowany proces „wytwarzania lokalności” w kulturze współczesnej w zasadzie przesądza o konieczności zaistnienia odbioru typu fanowskiego, charakteryzującego się m.in. rytualizacją przeżywania wydarzeń medialnych\*, którą opisać można przy użyciu kategorii nierozróżnialności. Zdaniem Joanny Tokarskiej-Bakir nierozróżnialność to taki moment w kontakcie odbiorcy z obrazem, kiedy niepostrzeżenie dochodzi do „zrównania tego, co przedstawiające, z tym, co przedstawiane, [...] ów moment uznać trzeba za uniwersalny warunek wszelkiej *mimesis*, nie tylko tej, jaką posługuje się ludowa gra religii” (Tokarska-Bakir 2000: 231). We współczesnej kulturze masowej odnajdziemy dziesiątki dowodów na to, że nierozróżnialność dominuje na przykład w odbiorze seriali telewizyjnych, kiedy widzowie identyfikują aktorów z granymi przez nich postaciami:

W mocy nierozróżnialności pozostaje zarówno ktoś, kto płacze nad książką, jak i ktoś, kto wzrusza się w kinie, ktoś, kto całuje zdjęcie ukochanej i ktoś kto, pali kukłę lub flagę podczas demonstracji. Zachowania te nie mają charakteru religijnego, a jednak mechanizm, do którego się odwołują, ociera się o *sacrum*, ponieważ właśnie w okolicy *sacrum* był od tysiącleci wykorzystywany (tamże: 40).

Proces ten nie ogranicza się wyłącznie do wymiany emocji i werbalizacji przeżyć przez widzów w obiegu bezpośrednim (*face to face*), ponieważ wyzwała jednocześnie potrzebę „obsesyjnego przywiązania do obiektu swojej fascynacji”, co skłania do podejmowania zachowań charakterystycznych dla fanów.

Fenomen fanów najlepiej rozumieć jako zjawisko o charakterze zbiorowym – świadomie podzielane uczucie mniej lub bardziej intensywnej fascynacji. [...] Klimat zbiorowej fascynacji jest również generowany przez samych fanów, którzy spotykają się i publicznie wyrażają swoje uwielbienie (McQuail 2008: 438).

Takie wspólnoty emocjonalne najpełniej ujawniają się w internecie, gdzie w sposób naturalny dochodzi do uaktywnienia się grup w przestrzeni wirtualnej, a teksty, choć przyjmują postać słowa elektronicznego, nie pozbawione są ładunku emocjonalnego. W tej przestrzeni dochodzi przecież także do „wytwarzania lokalności”, chociaż tam wyjątkowo silnie ujawnia się jej kruchość.

\*

Wszystkie wskazane obszary badawcze znacznie poszerzają pole zainteresowań współczesnej antropologii i etnologii, które z powodzeniem mogą wykorzystać własne metody do analizy zjawisk z obszaru kultury popularnej i masowej.

Pamiętajmy, że sama zmiana sposobu konstruowania przekazu, oferowanie przez media elektroniczne coraz nowszych wielogłosowych i wielopoziomowych tekstów, nie oznacza zmiany postawy odbiorcy, dla którego nadal sprawą

---

\* O rytualizacji procesu odbioru przekazu telewizyjnego pisałam [w:] *Tabu, etykieta, dobre obyczaje*, pod red. P. Kowalskiego, Wrocław 2009.

najważniejszą jest zrozumienie tego, co widzi i słyszy. A sam proces zrozumienia jakiegoś tekstu – co mocno eksponuje Paul Ricoeur – „to jednocześnie oświecenie naszej własnej sytuacji”. Zdaniem francuskiego filozofa „świat jest dla nas zespołem odniesień otwieranych przez teksty”; to odbiorca z własnych osobistych odniesień, własnego kontekstu społecznego aktualizuje i wypełnia świat „projektowany przez nieostensywne odniesienia każdego tekstu, który przeczytaliśmy, zrozumieliśmy i pokochaliśmy” (Ricoeur 2006: 1004–1005).

Czyli to od nas tak naprawdę zależy, co „zrobimy” z danym przekazem, którego znaczenie pozostaje „w zawieszeniu”, czy dostrzeżemy możliwość „nowych wymiarów naszego bycia-w-świecie”. Po prostu indygenizacja treści przekazów medialnych umożliwia nam systematyczne, płynne wytwarzanie lokalności, gwarantujące zdobycie przeświadczenia o faktycznym istnieniu kulturowego sąsiedztwa.

## Bibliografia

- Appadurai A. (2005), *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. Z. Pucek, Kraków.
- Bachtin M. (1982), *Problemy literatury i estetyki*, przeł. W. Grajewski, Warszawa.
- Bachtin M. (1986), *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, Warszawa.
- Bauer Z. (2009), *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków.
- Castells M. (2007), *Spółeczeństwo sieci*, przeł. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Warszawa.
- Dajan D., Katz E. (2008), *Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo*, przeł. A. Sawicz, Warszawa.
- Giddens A. (2007), *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa.
- Hall S. (1987), *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie” nr 1–2.
- Kuligowski W. (2007), *Antropologia współczesności. Wiele światów, jedno miejsce*, Kraków.
- Lull J. (1990), *The Social Uses of Television*, [w:] tegoż, *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*, London and New York cyt. za Halawa M. (2006), *Życie codzienne z telewizorem. Z badań terenowych*, Warszawa.
- McQuail D. (2008), *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.
- Morley D. (2003), *Być w domu w mobilnym świecie*, przeł. M. Halawa, „Kultura Popularna” nr 3.
- Ogonowska A. (2006), *Voyeurizm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewizyjną*, Kraków.
- Ricoeur P. (2006), *Model tekstu. Znaczące działania rozważane jako tekst*, przeł. B. Baran, [w:] *Współczesne teorie socjologiczne*, wybór i oprac. A. Jasińska-Kania, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski, t. II, Warszawa.
- Stomma L. (1986), *Antropologia kultury wsi polskiej XIX w.*, Warszawa.
- Sulima R. (2003), *Znikająca codzienność*, [w:] *Życie codzienne Polaków na przełomie XX i XXI wieku*, pod red. tegoż, Łomża.
- Sulima R. (2005), *Czas na chwilę zatrzymany*, z antropologiem kultury rozmawia E. Czaczkowska, „Rzeczpospolita”, dodatek z 5 kwietnia.
- Thompson J.B. (1998), *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, przeł. I. Mielnik, Wrocław.

Tokarska-Bakir J. (2000), *Obraz osobliwy. Hermeneutyczna lektura źródeł etnograficznych. Wielkie opowieści*, Kraków.

Turner V. (2005), *Od rytuału do teatru. Powaga zabawy*, przekł. M.J. Dziekanowie, Warszawa.

## Indigenisation of the content of contemporary mass media message

### Abstract

The nature of the mass media functioning in the contemporary culture provides new research opportunities for a cultural anthropologist: the analysis of the message content indigenisation process. Drawing on the writings of Arjun Appadurai, the author speaks about indigenisation and not "localisation", so as not to associate this phenomenon with a specific spatial location, but to put the emphasis on the locality as an indispensable element of human life. The author analyses the process of the "production of locality" under the influence of the mass media. The audience gives meaning to global content by "reducing" it to a comprehensible, "familiar" image of the world; thus, this content differs locally. As the result of indigenisation, the audience share not only the same information but also imagination. The activity of the audience, which maintains sustained communication interaction with the mass media and among audience participants, as well as the culture space making it possible to "create meanings" of approved content, determine the necessity to regularly "sustain" the process of the "production" of locality, and thus to ensure durability of a specific audience. Thereby, new phenomena emerge in the culture: the "production" of locality leads to the emergence of virtual neighbourhoods, and the fan type prevails in the reception of the content of contemporary mass media messages.

**Key words:** global message content, indigenisation, production of locality, virtual neighbourhoods, fans

### Janina Hajduk-Nijakowska

profesor Uniwersytetu Opolskiego, Katedra Teatru, Filmu i Nowych Mediów, folklorysta, kulturoznawca, interesuje się zagadnieniami pamięci społecznej i potocznej świadomości historycznej, genologią folklorystyczną oraz funkcjonowaniem folkloru w dobie rozwoju środków masowego przekazu i nowych mediów.



*Jan Stasieńko***Peepshow, prompter, bluebox – trzy meta-metafory relacji podmiot – infosfera**

W wielu badaniach w obszarze nowych mediów ujawnia się tendencja do poszukiwania wyjaśnień ich funkcjonowania w przeszłości. Strategia ta każe autorom tych koncepcji szukać, często bardzo głęboko w historii mediów, egzemplifikacji, które mogą się przydać w wyjaśnianiu teraźniejszych fenomenów. Wiąże się ona tym samym z postulatem wykazywania ciągłości między tradycyjnymi środkami komunikacji a obecnymi cyfrowymi technologiami komunikacyjnymi. W takiej perspektywie warto umieścić rozważania Lva Manovicha poświęcone archeologii ekranu komputerowego (2006) czy np. eksplorowanie przez Zigfrida Zielinskiego (2006) medialnych technologii z przeszłości, które okazały się nieudane lub zapomniane, bo to one zdaniem autora mogą dzięki swoistemu recyclingowi wiele powiedzieć o rozwoju mediów. Omawiana perspektywa towarzyszy także przedsięwzięciom badawczym Lisy Gitelman. Wraz Geoffreyem B. Pingreem zredagowała ona tom pt. *New Media 1740–1915* (2003), w którym autorzy lansują tezę, że historia mediów warta jest opisu, ponieważ każde medium było kiedyś nowe i śledzenie owych warunków „bycia nowym” może przydać się w opisie obecnie „nowych” (albo może „jeszcze” nowych) mediów. W kolejnej książce Gitelman (2007) pojawia się warta uwagi perspektywa porównawcza pomiędzy opisem dziewiętnastowiecznych technologii rejestracji dźwięku a rozwojem Internetu.

W cytowanych źródłach medialna przeszłość jest okazją z jednej strony do de-mentowania unikalności „nowych mediów”, które w perspektywie medialnego długiego trwania nie muszą jawić się jako całkowicie wyjątkowe czy odrębne. Z drugiej strony można uznać te historyczne potwierdzenia za takie, które formułowane są *expressis verbis* poprzez wskazywanie na bezpośrednie analogie między technologiami z przeszłości a technologiami obecnymi. W niniejszym tekście również chciałbym przyjąć opisywaną strategię odwoływania się do medialnej przeszłości dla lepszego rozumienia statusu nowych mediów, ale technologie, na których się koncentruję, chciałbym wykorzystać nie jako źródła bezpośrednich analogii, lecz jako metafory relacji pomiędzy użytkownikiem mediów cyfrowych a generowanymi przez te media znaczeniami. Owe metafory można wręcz określić jako meta-metafory, bo technologie służą tu wyjaśnianiu funkcjonowania innych technologii. W pracy postaram się zaprezentować trzy medialne „wehikuły”, jakimi są peepshow, prompter i bluebox.

**Infosfera = informacyjny bezmiar**

Zanim przejdę do opisu wymienionych technologii, chciałbym zdefiniować kategorię infosfery, ponieważ to jej relacje z użytkownikiem będą komentowały formowane w tekście metafory.

Infosferę będę rozumiał jako:

- hiperzłożoną przestrzeń utrwalanych i generowanych cyfrowo informacji;
- tę część cyberprzestrzeni (noosfery – de Chardin 1995), która jest miejscem nieskończonego rejestrowania i cyrkulacji informacji.

Trudno w syntetycznym tekście zaprezentować wszystkie konteksty i inspiracje tej definicji. Osobnym i bardzo istotnym zadaniem, na które również brakuje w tym artykule miejsca, jest też przebadanie ewolucji infosfery, która stopniowo poszerzała się na przestrzeni dziejów. W kontekście jej „długiego trwania” teza o wyjątkowości naszych czasów jest oczywiście ryzykowna, jednak mimo wszystko ta wyjątkowość wydaje się do obrony w perspektywie obecnej, a wcześniej niespotykanej ilości generowanych za pomocą technologii cyfrowych informacji. W niniejszym artykule chciałbym się ograniczyć do wskazania podstawowych społecznych i kulturowych konsekwencji obcowania podmiotu z informacyjnym „bezmiarem”, poszukać metodologicznych wytycznych badania tej relacji, a wreszcie uformować sygnalizowane wcześniej meta-metafory, by zaakcentować wybrane aspekty tej relacji.

Owe konsekwencje to przede wszystkim nieuchronność bycia w relacji z przestrzenią informacyjną – porządki społeczne, kulturowe, polityczne czy interpersonalne zakorzenione są bardzo ściśle w infosferze i nie da się od niej uciec. Ponadto sprawą nieuchronną jest także przyrost informacji, wiążący się z rozwojem różnorodnych technik cyfrowej rejestracji, która często połączona jest z natychmiastową dystrybucją przekazu. Na ten przyrost ma wpływ także to, co Nicholas Negroponte określa jako bity o bitach (1997), a N. Kathrine Hayles jako stan wirtualności\* (2009). Informacje obrastają kolejnymi meta-danymi, które pozwalają na łatwiejsze ich wyszukiwanie (tagi), sterowanie nimi (rozwój interfejsów) i ich badanie (gdy stają się złożonymi systemami danych). Nieuchronną sprawą staje się także nadawanie statusu cyfrowego (a więc informacyjnego) coraz to nowym porządkom, obiektom i strukturom, a niebagatelne znaczenie ma też fakt, że cyfrowo generowane znaczenia stają się strukturami hiperzłożonymi, wymagają więc specyficznej perspektywy badawczej uwzględniającej wszystkie elementy i procesy informacyjnego ekosystemu.

Opisywana nieuchronność bycia w infosferze może sygnalizować potrzebę skoncentrowania się na analizie strategii, jakie podejmuje podmiot wobec informacyjnego bezmiaru, rozumianych jako społeczne i kulturowe praktyki radzenia sobie z nim i w nim. Istotną sprawą jest także dyskusja nad psychologicznymi, a nawet neurologicznymi efektami owego bezmiaru dla ludzkiego podmiotu. Literatura przedmiotu obejmuje refleksję badawczą prowadzoną z punktu widzenia bardzo wielu dyscyplin szczegółowych. Często jednak opinie, które warto wykorzystać w opisie relacji podmiot–infosfera, wypowiedane są nie wprost, przy okazji analiz, w których akcent pada raczej na analizę relacji podmiot–technologia, podmiot

---

\* „...wirtualność stanowi kulturową percepcję faktu, że obiekty materialne są przeniknięte układami informacji” (Hayles 2009: 237).

indywidualny – wiedza i aktywność kolektywna, podmiot–„ogólna” złożoność rzeczywistości. Trzeba je więc czasem z trudem wyłuskiwać, ale wydaje się, że pozwalają na wyróżnienie trzech typów postaw wobec informacyjnego bezmiaru.

Spora grupa ocen, formułowanych między innymi przez psychologów i neurologów, to opinie negatywne, które wiążą się z traktowaniem infosfery jako przestrzeni, mogącej doprowadzić do przytłoczenia podmiotu, redukcji jego możliwości poznawczych, nawet do sprowadzenia go do roli algorytmu (Kittler 1993). Pojawiają się tezy o jego sformatowaniu, wyrażane między przez Jarona Laniera, który przy okazji krytyki systemów Wiki (2003) wypowiada tezę o konieczności redukowania się ludzkiej inteligencji do poziomu interakcji z komputerem, co w perspektywie relacji podmiot–generowany cyfrowo sens daje się uzupełnić o wniosek, że ta redukcja pozwala lepiej sensy absorbować\*. Ciekawe opinie na temat reakcji na „technologiczną zmianę”, jaka wiąże się z rozwojem technologii cyfrowych, formułują Samuel J. Umland i Karl Wessel (2003). Ich koncepcję da się również rozszerzyć na relację podmiot–infosfera. Posługują się oni kategorią podmiotu autystycznego, pokazując, że reakcją na złożoność utechnologizowanej współczesności jest postawa autystyczna – przejawiająca się silną specjalizacją i obsesyjnym zamiłowaniem do detali oraz do tworzenia kolekcji, potrzebą redukcji systemów złożonych do najprostszych elementów, naukową potrzebą „mówienia prawdy” oraz zapewnianiem sobie bezpieczeństwa przez kultywowanie regularności. W perspektywie relacji podmiot – dane ta koncepcja może służyć wyjaśnianiu zachowań kompensacyjnych, które mogą być taką autystyczną reakcją na hiperzłożoną przestrzeń informacyjną.

Reakcje na informacyjny bezmiar opisywane w perspektywie korzyści i przystosowania (raport CIBER 2008) oraz częściowo badania przygotowane dla Disneya (2009) są diagnozą dobrego radzenia sobie z infosferą przez przedstawicieli generacji, która dorasta w sytuacji powszechności technologii cyfrowych i Internetu. Użytkownicy wielkich ilości danych, nazywani w raporcie CIBER generacją Google, a w raporcie Disneya generacją XD, nabierają według tych raportów specyficznych zdolności. Generacja Google posiada zdaniem autorów badań takie umiejętności, jak *multitasking*, chomikowanie (*squirreling*), czyli gromadzenie dużych ilości danych „na później” itp. Można by do tego dodać jeszcze powszechność odbioru „zapperskiego” (który pozwala na równoległe śledzenie wielu różnych ciągów narracyjnych) czy też odbioru „przez lidyzację”, a więc traktowanie lidów, początków, abstraktów czy nawet tytułów jako całości dzieł muzycznych, filmowych czy tekstów. Podmiot ujmowany jest także jako nosiciel znaczeń. U Oliviera Dyensa (2001) pojawia się koncepcja ciała kulturowego jako takiego właśnie nośnika, które stanowi swoisty ekosystem składający się z ściśle ze sobą powiązanych elementów biologicznych, technologicznych i informacyjnych.

Trzecia z postaw określana może być przez strategię konkurencji – podmiot wchodzi w relacje z cyfrowo generowanymi znaczeniami, które przypominają rywalizację, pojawia się sytuacja przegranej i wygranej, a co równie istotne, można mówić także o wchodzeniu obu wymienianych instancji w specyficzne i okresowe sojusze z technologią. W takiej sytuacji chciałbym usytuować swoje badania, ponieważ

---

\* Lanier ma skłonność do silnego przeciwstawiania sfery cyfrowej podmiotowi w postaci manifestów, podobne sądy i kształt wywodu pojawiają się w jego późniejszej książce pt. *You Are Not a Gadget. A Manifesto* (2010).

omawiana strategia oprócz tego, że mniej obecna w refleksji badawczej, pozwala też zająć mniej skrajne (optymistyczne lub pesymistyczne) stanowisko.

Omawiane wyżej specyficzne cechy podmiotu zanurzonego w „morzu danych” w szerszym sensie można by określić jako nabycie umiejętności cyfrowego, a więc nieciągłego postrzegania rzeczywistości i działania w niej. Cyfrowość wydaje się bowiem paradygmatem „głębokim”, a więc obecnym nie tylko na poziomie technologii formującej przekaz, ale staje się też dość często wykładnikiem warstwy symbolicznej. Owa nieciągłość ujawniająca się na tym głębszym poziomie praktyk społecznych i kulturowych dla niektórych przestaje być problemem, u innych natomiast wywołać może sprzeciw wobec cyfrowości, wynikający z chęci przywracania aktom komunikacji i zachowaniom kulturowym charakteru ciągłego – analogowego.

### **Badania nad relacją podmiot-infosfera – propozycje metodologiczne**

Przytoczone wyżej koncepcje dają też okazję do podjęcia rozważań na temat aparatu badawczego, który mógłby służyć opisowi relacji podmiot – informacyjny bezmiar. Ów aparat jest w niektórych obszarach już dosyć rozwinięty, w innych zaś ledwie zarysowany. Spróbujmy zestawić podstawowe metodologiczne kręgi budowane wokół tej relacji.

Pierwszy nurt badań można by określić jako dyskurs krytyczny i to często w dosłownym sensie, kiedy to rozwój infosfery i pogłębianie się jej skomplikowania jest ukazywany jako sytuacja niekorzystna. W tak określone ramy wpisywałyby się np. badania informacyjnego przeładowania reprezentowane obecnie głównie przez: psychologię, teorię zarządzania (McKinnon and Bruns 1992), ekologię informacji (Davenport 1997) czy architekturę informacji (Wurman 2000), a także cała gama bardziej lub mniej ścisłych naukowo koncepcji, które zamykane są metaforami: smog danych (Shenk 1997), bomba informacyjna (Virillo 2006), przepełniony mózg (Klingberg 2008) itp.

Kolejną perspektywą badawczą, którą warto byłoby przyjąć, jest etnografia wielkich magazynów informacji budowanych indywidualnie lub kolektywnie przez użytkowników, czyli baz danych w sensie najogólniejszym, które mogą przyjmować formę kolekcji utworów muzycznych, pdf-ów, plików wideo. Istotne będzie w tej perspektywie określanie związków użytkowników z tymi kolekcjami, sposobów korzystania z nich, jak również form i kanałów ich magazynowania (np. w perspektywie rozwoju chmur danych). Podejście etnograficzne byłoby w tym wypadku istotne z tego względu, że pozwalałoby poprzez rejestrację specyficznych kulturowych praktyk określić intymny stosunek użytkowników do danych.

Relacja podmiot – informacyjny bezmiar mogłaby być również interpretowana w perspektywie hiperzłożoności. W takiej sytuacji kolejnym kręgiem dosyć intensywnie rozwijanym na świecie jest infoestetyka, zajmująca się opracowywaniem nowoczesnych metod prezentacji danych. Jej związek z badaną relacją wynika z faktu, że bardzo często poszukuje się nowych form wizualizacji wielkich ilości danych, dzięki czemu udaje się je w oryginalny i być może bardziej precyzyjny sposób interpretować, nie mówiąc o sytuacjach, w których wizualizacje te pozwalają sformułować zupełnie nowe, wcześniej niemożliwe wnioski. Ten sposób korzystania z wielkich ilości danych (kulturowych? społecznych?), które interpretowane są przez wykorzystanie z jednej strony algorytmów, z drugiej zaś oryginalnych form

wizualizacji, wpisuje się w koncepcję postrzegania technologii cyfrowych jako narzędzi pozwalających opanować (w wypadku infoestetyki zrozumieć) złożoność. Takie sądy formułuje między innymi L. Qvortrup (2003), a od strony praktycznej wprowadza w życie m.in. L. Manovich\*.

W sytuacji postępującego rozwoju infosfery, przyrostu ilości danych bez wątpienia cyfrowo generowane znaczenia można uznać za taką determinantę funkcjonowania ludzkiego podmiotu, jaką wcześniej były i nadal są natura czy technologia. Uciekając jednak od jednokierunkowego determinizmu w analizowaniu relacji podmiot–infosfera, należałoby przebadać wiele złożonych i dwukierunkowych relacji pomiędzy tymi instancjami, budując aparat analityczny choćby na podstawie schematu skonstruowanego w ramach nurtu Social Shaping of Technology (por. Williams, Edge 1996). Tak zbudowany aparat można by w tej perspektywie określić jako Social Shaping of Information.

W niniejszym artykule chciałbym tytułem swego rodzaju wstępu poszukać pewnych wytycznych do analizy relacji podmiot–infosfera w jeszcze innym miejscu, czyli właśnie w historii mediów, a ściślej ująć tytułowe technologie w perspektywie ich ewolucji, tak aby ich stan obecny tłumaczył pewne aspekty tej relacji. Metodologiczną podbudową analizy będzie także odwołanie się do dwóch sfer, które w teorii nowych mediów mają już pewne reprezentacje. Pierwszą z nich jest refleksja nad teatrem (Laurel 1993, Murray 1997), natomiast drugą obszar badań nad nowomiedialnymi kontekstami seksualności (Heim 2001, Waskul 2005, Lynn 2005). Perspektywa teatralna wynika z wpisanej w funkcjonowanie omawianych urządzeń sytuacji odgrywania roli, a nierzadko mistyfikacji. Natomiast seksualność wydaje się być nierozłącznie związana przede wszystkim z pierwszym z omawianych urządzeń, jakim jest peepshow, ale w sensie ogólniejszym wpisuje się w nurt rozważań nad erotycznym charakterem technologii podejmowanych w perspektywie posthumanistycznej i technokulturowej.

## Peepshow – cyfrowy wehikuł rozkoszy

Peepshow jest szczególnym rodzajem wizualnej atrakcji, której historia przecina się z rozwojem przemysłu erotycznego. Związki te będą miały bardzo istotne znaczenie dla potraktowania peepshow jako metafory relacji podmiot – infosfera, w której to relacji da się odnaleźć wiele aspektów erotycznych.

Pod koniec XIX wieku prace nad ruchomym obrazem filmowym doprowadziły m.in. do powstania takich urządzeń, jak edisonowski kinetoskop oraz jego lepsza wersja – mutoskop, wynaleziona przez Hermana Caslera. Będą one przedłużeniem popularności wcześniejszych urządzeń stanowiących atrakcję wizualną, takich jak rare show, boite d'optique, mondo nuovo, które prezentowały obraz nieruchomy (choć niektóre odwoływały się do symulacji trzeciego wymiaru). Ich kariera rozpoczyna się w XVII wieku. Pokazy tego typu będą popularne zarówno w Europie jak i w Azji, gdzie do dzisiaj można spotkać wędrownych artystów posługujących się peepshowami. Ręcznie malowane przezrocza pokazywane w tego typu urządzeniach

---

\* Manovich jest koordynatorem projektu *Analityka kulturowa* w ramach programu Software Studies, który polega na użyciu interaktywnych wizualizacji i analizie dużych ilości danych kulturowych, co pozwala wychwytywać ukryte wzory i trendy kulturowe zob. <http://lab.softwarestudies.com/2008/09/projects.html>

powoli zastępowały w XIX wieku fotografie. Pewną ich część stanowiły z czasem zdjęcia erotyczne. Interesującym aspektem funkcjonowania wszystkich tych urządzeń jest sytuacja odbiorcza. Ujawnia się w niej charakterystyczna podwójność, która wiąże się z jednoczesnym podglądaniem i byciem w sytuacji publicznej\*.



1. Reklama mutoskopu z 1899 r.

Źródło: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/a/a8/Mutoscope%2C\\_1899.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/a/a8/Mutoscope%2C_1899.jpg) [24.01.2010]



2. Człowiek zaglądający do peepshowu

Źródło: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/d6/DonaldsonvillePeepShow1938.jpg/150px-DonaldsonvillePeepShow1938.jpg>, [24.01.2010], lic. Attribution-Share Alike 2.0 Generic.

Mutoskop i kinetoskop pojawiły się zaledwie kilka lat przed kinematografem braci Lumière i musiały, jak pisze Richard Balzer (1998), z nim rywalizować, proponując repertuar erotyczny (popularny w Anglii cykl filmów *What Butler's Saw*). Początkowo warunki odbioru były w tym wypadku podobne do tych, które wiążą się z używaniem klasycznego peepshowu prezentującego nieruchome obrazy. Wynalazek ten więc przez swoje warunki odbioru idealnie pasował do realizacji potrzeb seksualnych, zwłaszcza że z czasem powstawały coraz bardziej komfortowe wersje, pozwalające odseparować się od otoczenia. Ważnym momentem w „erotycznej” historii takich maszyn było bez wątpienia wprowadzenie do nich aparatów wrzutowych, używanych w automatach wydających gumę do żucia czy w budkach telefonicznych. Automatyzacja doświadczenia seksualnego związana z samodzielnym uiszczaniem opłat amatorów tego typu pokazów dawała poczucie bezpieczeństwa, ponieważ wyeliminowała kontakt z obsługą urządzenia.

Moment ten wydaje się ważny także dlatego, że obok wideobudek erotycznych zaczęły pojawiać się budki z żywymi tancerkami. Pokazy erotyczne polegające na striptizie czy uwodzicielskim tańcu przed widzami nie są oczywiście niczym nowym, ale nowa jest sytuacja wpisania tego aktu w porządek technologiczny, kiedy to tancerka staje się „widzialna” po wrzuceniu monet. Warto zauważyć, że w tym wypadku

---

\* O prywatno-publicznym charakterze pokazów świadczy seria rycin zamieszczonych w pracy *Peepshows. A Visual History* Richarda Balzera (1998), które utrwalają powtarzający się zwyczaj okradania widzów zaglądających w obiektyw peepshowu.



erotyczny porządek zawłaszczył także samą nazwę peepshow, która obecnie jest używana głównie w odniesieniu do tych pokazów.

Niezwykle interesującym materiałem pozwalającym analizować relacje między podmiotem a technologią (a jak się okaże także „przekazem”) ujawniające się w trakcie erotycznego peepshowu są wyczerpujące i bardzo precyzyjne wpisy na blogu Pagan Moss, tancerki, która kilka lat pracowała w takim miejscu ([www.peepshowstories.com](http://www.peepshowstories.com)).

Spójrzmy, jak odbywa się ta technologiczna redukcja podmiotu. Moss opisuje warunki funkcjonowania (egzystowania?) tancerki w budce:

Budka, w której pracujemy, ma mniej więcej metr na metr. [...] Budka składa się z jednej ściany, dwóch okien (jedno wychodzi na korytarz, drugie na klienta) i drzwi do garderoby. Po lewej stronie, naprzeciwko klienta znajduje się głośnik, przez który możesz do niego mówić. Na szczęście klient słyszy cię nawet wtedy, kiedy jesteś daleko od mikrofonu. Po prawej stronie okna znajduje się ekran, na którym pokazywany są cztery pierwsze litery twojego imienia. Świetnie, kiedy twoje imię składa się z czterech liter. W pracy posługuję się imieniem Natalia, więc na ekranie można przeczytać Nata. Prawdopodobnie zmieniłabym imię, gdybym wiedziała o tym wcześniej, ponieważ ciągle muszę wyjaśniać, że mam na imię Natalia, a nie Nata. A i tak są faceci, którzy tego nie „łapią”, więc kończą nazywając mnie Natalie albo Natasza. Znam kilka dziewczyn, które mają naprawdę wspaniałe imiona, ale klienci nigdy nie potrafią ich wymówić albo je przekręcają, więc kończy się na tym, że tancerki je zmieniają (Moss 16.06.2003, <http://peepshowstories.com/2003/06/inside-my-booth-outside-booths-inside.html>)

Następny fragment jest rozwinięciem opisu kondycji podmiotu „cyborgicznego”

Poniżej ekranu znajdują się przyciski. Kiedy pojawiaasz się w pracy, wpisujesz kod tymi przyciskami, dzięki czemu twoje imię pojawi się na wyświetlaczu. Budki są podłączone do programu komputerowego, który śledzi ilość pieniędzy wpadających do maszyny. Komputer jest na ladzie przed budkami i sprzedawcy monitorują go. Pod koniec dnia sprzedawcy płacą nam. Patrzą w komputer i sprawdzają, ile pieniędzy figuruje pod naszymi imionami. Potem idą do budek, wydobywają pieniądze i liczą je [...]. Jest też guzik do wyzerowania czasu, który pozwala klientowi skończyć wcześniej i przycisk do zamknięcia budki na koniec dnia (Moss, j.w.)

Kolejny fragment ukazuje redukcję doświadczenia seksualnego, któremu zostają wyznaczone konkretne ramy czasowe:

Kiedy klient opłaca występ, ilość czasu, który wykupił, pokazuje się na wyświetlaczu, gdzie normalnie wyświetla się twoje imię. W ten sposób możesz śledzić, ile jeszcze czasu zostało i przypominać klientowi, kiedy czas mu się kończy... szczególnie wtedy, kiedy jeszcze nie doszedł. Jest wielką sztuką sobie z tym poradzić. Nie chcesz przecież być zbyt obcesowa (lub w zasadzie nie chcesz), bo facet może stracić wątek albo nawet erekcję. (Moss, j.w.)

Peepshow jawi się w prezentowanych fragmentach jako skrajnie technologiczny wehikuł rozkoszy, który wyznacza, a może nawet narzuca podmiotowi ściśle

ramy działania. Analiza funkcjonowania owej maszyny daje jednak również okazję nie tylko do formułowania wniosków z poziomu podmiot – technologia, ale także na poziomie podmiot – znaczenie, w którym pojawiają się dwa istotne aspekty.

Po pierwsze, peepshow wskazuje na możliwość zaistnienia takiej technologicznie wspólnej płaszczyzny, na której sens wygenerowany przez medium może być zestawiony z żywym, działającym podmiotem. Ta rywalizacja może mieć charakter bezpośredni, jak pokazuje Moss:

(Tam gdzie pracuję) znajduje się również mniej więcej 10 budek wideo. Powinam je policzyć przed napisaniem tego posta, ale co tam. Wideobudki są prywatne i bardzo podobne do budek z peepshowem na żywo. Kosztują 1\$ za kilka minut [...]. Kiedy wchodzisz do takiej budki, widać dwa ekrany telewizyjne – jeden na drugim. Kiedy wideo się zaczyna, ekrany dzielą się na kilka sekcji, więc właściwie oglądasz kilka filmów w tym samym czasie. Wydawało mi się to trochę dziwne, dopóki nie odkryłam, że są tam przyciski, którymi możesz zaznaczyć wybraną sekcję, wtedy wciskasz następny guzik i wideo rozciąga się na cały ekran. Pokazywane filmy co jakiś czas się zmieniają, żeby klient nie musiał oglądać tego samego filmu cały czas (Moss [21.06.2003] <http://peepshowstories.com/2003/06/wall-of-porn-video-booths-there-is.html>).

A więc amator tego typu doświadczeń seksualnych ma możliwość wyboru mechanizmu zadowolenia seksualnego – raz jest nim żywa tancerka, a raz film wideo. W sytuacji określonej wyżej jako informacyjny bezmiar da się pokazać bardzo wiele przykładów zaistnienia takiej sytuacji rywalizacji podmiotu i znaczenia.

Drugi aspekt relacji podmiot – cyfrowy sens, ujawniający się w funkcjonowaniu peepshowu, należałoby określić jako nieciągłość działania komunikacyjnego. Peepshow z aparatem wrzutowym jest swoistym wehikułem digitalności rozbijającej sytuację odbioru na część związaną z pokazem (bycie – cyfrowe jeden) i część braku aktywności (niebyt – cyfrowe zero) Można powiedzieć, że tancerka „ożywa” jedynie na kilka minut opłaconych wrzucanymi monetami, ta binarność dotyczy zarówno klienta jak i tancerki. Sama Pegan Moss wskazuje na ową binarność związaną z pracą w kabinie, opisując ów okres braku aktywności i chęć wykraczania poza ramy określone „machiną”.

Zwykle na jednej zmianie pracują trzy dziewczyny, bo są tylko trzy budki. [...] Są dni, kiedy siedzimy cicho i zajmujemy się sobą. Wiele z nas przynosi książki i czyta je w naszych budkach. Miałam w zwyczaju zapalać świecę i czytać lub pisać przy niej. Niestety, pewnego dnia zapaliła mi się peruka, kiedy położyłam się obok płomienia, żeby porozmawiać z klientem przez mikrofon. [...] W dniach, w których dziewczyny mają ochotę się integrować, rozmawiamy ze sobą przez ścianę albo wystawiamy głowy poza budki i rozmawiamy w ten sposób [...]. Czasem, gdy nie ma ruchu, przechodzimy do sąsiedniej budki i gramy w jakieś gry, np. w karty lub po prostu malujemy kredkami. [...] Są momenty, kiedy któraś z dziewczyn prosi mnie, żebym wymasowała jej szyję albo plecy. Wspinam się wtedy do jej budki i robię jej miły masaż.[...] Ogólnie wolę te ciche chwile w mojej budce. Lubię przynieść sobie jakieś rzeczy z domu (koce, poduszki itd.), żeby było mi tam przyjemnie. (Moss [16.06.2003], <http://peepshowstories.com/2003/06/inside-my-booth-outside-booths-inside.html>).

Cytowane fragmenty pokazują ogromną potrzebę oswajania nieprzyjaznej technologii, ale przechodzenie z budki do budki, a także omawiana przez autorkę w innym poście jej opuszczenie, żeby pomóc jednemu z klientów wybrać „transwestycką” garderobę w pobliskim sklepie, można by nazwać potrzebą przywracania analogowości ucyfrowionej (tzn. nieciągłej) międzyludzkiej relacji.

Owa nieciągłość wpisana w funkcjonowanie peepshowu może być metaforą wspominanego wyżej głębokiego rysu digitalnego praktyk kulturowych, który obejmuje nie tylko warstwę kodu, ale także warstwę symboliczną.

### Prompter – tam gdzie krzyżują się ogniskowe

Prompter, jak mówią patenty, powstał niezależnie we Francji i w Stanach Zjednoczonych w 1959 roku. Choć chyba wcześniej prace nad nim rozpoczęły się w USA, bo właściciel patentu Jess Openheimer zgłosił wniosek do urzędu patentowego już w 1954 roku. Wcześniej w użyciu były oczywiście kartki zmieniane przez pomocników prezentera oraz mechanicznie przesuwane scrolle znajdujące się obok kamery.



3. Dziennikarka Judy Licht używa telepromptera (fot. Paolo Margari)

Źródło: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Teleprompter\\_in\\_use.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Teleprompter_in_use.jpg), [31.01.2010], lic. Attribution-Share Alike 2.0 Generic.

Prompter jest przykładem urządzenia, w którym po raz kolejny ujawnia się aspekt teatralny bardzo ściśle związany z mistyfikacją. Używanie tej technologii łączy się ze specyficzną sytuacją komunikacyjną. Przesuwający się tekst widziany przez prezentera w obiektywie kamery nie jest widziany przez widzów, w związku z tym doznają oni złudzenia, że występujący przed nimi prezenter mówi do nich z pamięci. Konsekwencje takiego układu komunikacyjnego są dość zaskakujące – widownia ma wrażenie komunikowania się z prezenterem (kontaktu wzrokowego),

ale prezenter patrzy na tekst (wyobrażając sobie odbiorców), zamiast komunikacji *one to many* mamy widownię jako mimowolnego świadka relacji *one to text*.

Teatralność czy wręcz aspekt mistyfikacji, który pojawia się w tej relacji, odsyłałaby metaforycznie do powszechności medialnego zapośredniczenia komunikacji, pozornie kontaktu i jego samozwrotności, migotliwości „innego”, z którym się kontaktujemy za pośrednictwem mediów. To wszystko są jednak wnioski, które można sformułować wobec wszystkich mediów. Istotniejsze wydaje się to, że funkcjonowanie promptera może stanowić metaforę przytłaczającego charakteru tekstu (a więc szerzej informacji). Relacja podmiot–tekst (informacja) staje się ważniejsza od relacji podmiot–podmiot. Kontakt podmiot–podmiot jest symulowany przez relację podmiot–informacja.

Charakterystyczna właściwość urządzenia pozwalająca czytać tekst z ekranu jest można by powiedzieć, finałem poszukiwania zbieżności – tu znów ujawnia się omawiany przy okazji peepshowu proces zrównywania podmiotu i sensu. Można by też powiedzieć, że kamera wyposażona w prompter ogniskuje dwie osie – oś kontaktu prezentera z tekstem i oś kontaktu prezentera z widzami. Wcześniej obie osie się nie przecinały – widzowie wiedzieli, kiedy prezenter czyta z kartki, którą ma przed sobą albo obok kamery. Teraz stanęli w tym samym miejscu co tekst, symbolicznie się w nim roztapiając.

### Bluebox – demiurgiczny niebyt

Pod pewnym względem „krewnymi” blue- czy coraz częściej greenboxa były misternie budowane w atelier hollywoodzkich studiów pseudoplenery, których wymagała niedoskonała rejestracja dźwięku na planie. Tak naprawdę jednak początki tej technologii należy wiązać z takimi technologiami trickowymi, jak glass shot i travel mattes, kiedy to zdjęcia naturalnych obiektów były łączone z namalowanymi na szkle elementami.

Warto wskazać także na popularne fotograficzne symulacje „innych rzeczywistości” wywoływane już w latach 30. wielkoformatowymi fototapetami. W 1964 roku Petro Vlahos otrzymał Oscara za opracowanie bluescreenu. Ewolucja od glass shotów do greenboxa pokazuje charakterystyczną redukcję: aby powołać do życia nowe obiekty, nowe światy, ewolucja tej techniki odbywała się od wyrugowywania pojedynczych elementów rejestrowanego obrazu aż do kompletnego wyjałowienia sceny, na której pozostał już tylko aktor.

I tu dochodzimy do najważniejszej właściwości omawianej technologii: bluebox to środowisko, które pozwala ukonstytuować całkowicie nową rzeczywistość dla pokazywanego podmiotu, ale odbywa się to przez wejście w przestrzeń bez właściwości, przez rezygnację ze świata fizycznego; wiarygodność przedstawienia budowana jest przez konieczność poddania się wizji innej rzeczywistości, wyobrażania sobie bycia gdzie indziej.

Bluebox rozumiany jako przestrzeń niebytu czy też nicości ma wiele konotacji z bardzo różnych porządków, poczynając do biblijnych, przez filozoficzne (np. nicość Sartre'owska), a skończywszy na współczesnej kulturze popularnej, gdzie np. w komiksie Rosińskiego i Van Hamme'a *Szninkiel* pojawia się przestrzeń określana jako nie-świat, który nie posiada żadnych własności fizycznych i nie zawiera niczego. Bytują tam jedynie zesłani do owego nie-świata bohaterowie historii. Aby wyjaśnić

pozycję podmiotu – użytkownika infosfery wobec niej, chciałbym wyzyskać znowu konotację teatralną. Poniższe zestawienie prezentujące warunki kręcenia jednej z najbardziej sugestywnych wizji symulowanej rzeczywistości, jaką jest *Matrix*, obok kadru z głośnej inscenizacji *Snu nocy letniej* Petera Brooka z 1970 roku, kieruje prezentowane tu rozważania na kategorię pustej przestrzeni w teatrze, którą ukonceptualizował Brook (1977).

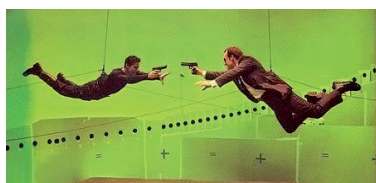
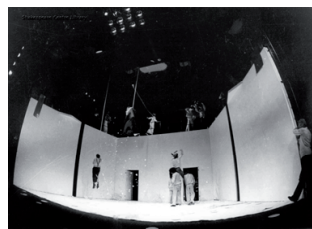


4. Przykłady glass shotów Emilio Ruiza do filmu *Legiony Nilu* z 1960 roku

Źródło: <http://domingo-lizcano.blogspot.es/> [31.01.2010].

Brookowska pusta przestrzeń jest przestrzenią demiurgiczną – pozwala ukonstytuować na scenie świat, byleby tylko stanął w niej aktor. Tymczasem podmiot zawieszony w blueboxie rezygnuje ze swojej „teatralnej” demiurgii, aby stać się „warstwą” kompozytowanego obrazu filmowego. Tu znowu pojawia się opisywana wcześniej płaszczyzna zrównania generowanego cyfrowo znaczenia i podmiotu. To zrównanie wraz ze swego rodzaju „technologicznym paktem”, jakim jest przyzwolenie, aby kreowana inna rzeczywistość zaistniała dzięki technologii cyfrowej, to cena za prawie nieograniczoną swobodę kreowania światów. W porównaniu z teatrem technologie takie jak bluebox kierują się w odwrotną stronę – Grotowski i Brook sprawdzają, co jeszcze da się „fenomenologicznie” zredukować, aby istniał jeszcze teatr (świat), twórcy efektów specjalnych badają, co jeszcze dodać, aby wizja świata była jak najbardziej wiarygodna.





5. Kadry rejestrujące pracę z greenscreenem przy *Matrixie* i zdjęcia z inscenizacji *Snu nocy letniej* w reżyserii Petera Brooka z 1970 roku

Źródło: ujęcia z planu *Matrixa*: [http://farm2.static.flickr.com/1141/1232363252\\_edff9de816.jpg](http://farm2.static.flickr.com/1141/1232363252_edff9de816.jpg) [25.01.2010] oraz [http://www.portlandart.net/archives/EMM\\_Bullet-Time-Set-Up.jpg](http://www.portlandart.net/archives/EMM_Bullet-Time-Set-Up.jpg) [25.01.2010]; kadry z inscenizacji Brooka: fot. Joe Cocks, <http://www.touchstone.bham.ac.uk/exhibition/MND/Bottom/Bottom.html>, [25.01.2010].

\*\*\*

Rozważając przełamywanie granic między ludzkim podmiotem a światem, refleksja nad posthumanizmem przyjmuje obecnie dwa główne nurty. Pierwszy akcentuje fazę symbiozy istoty ludzkiej z technologią czy też z drugiej strony ujmuje ludzką biologię w kategoriach technologicznych (Haraway 1991, Wengenstein 2006). Drugi nurt natomiast, reprezentowany między innymi znów przez Haraway (2008) i Latoura (2009), szuka podstawy do ujmowania w jednej płaszczyźnie człowieka i elementów natury – zwierząt czy całego ekosystemu (lub antropocenu). Trzeci z nurtów wskazuje na ową symbiozę z wieloma różnymi porządkami, tak jak w koncepcji metaczłowieka Stocka (1993), który jest swoistym superorganizmem składającym się z elementów biologicznych, technologicznych, artefaktów i produktów kultury\*. Wydaje się, że posthumanizm w perspektywie prezentowanych tu rozważań może być też rozumiany w jeszcze inny sposób – jako znajdowanie płaszczyzny dla wspólnej refleksji nad istotą ludzką i informacją, traktowanymi w niniejszym tekście jako równorzędne instancje. Wykorzystane w tym tekście jako metafory trzy technologie medialne są świadectwem wysokiej komplikacji owych relacji. W teatralno-seksualnym wdzięku peepshowu, promptera i blueboxu podmiot zostaje uwiedziony, oszołomiony i zmylony, ale również otrzymuje szansę realizacji wcześniej niemożliwych do spełnienia marzeń.

\* ANT Latoura (2005) wydaje się w pewnych punktach zbieżny z tą koncepcją, można więc uznać, że Latour podobnie jak Haraway odbywa wycieczki w bardzo różne strony posthumanizmu.



## Bibliografia

- Baltzer R. (1998), *Peepshows. A Visual History*, New York.
- Brook P. (1977), *Pusta Przestrzeń*, przeł. W. Kalinowski, Warszawa.
- Chardin de T. (1985), *Zarys wszechświata personalistycznego i inne pisma*, przeł. J. i G. Fedorowsy, Warszawa.
- CIBER (2008), *Information Behaviour of the Researcher of the Future. Executive Summary*, <http://www.ucl.ac.uk/infostudies/research/ciber/downloads/ggexecutive.pdf>
- Davenport T.H., Prusak L. (1997), *Information Ecology: Mastering the Information and Knowledge Environment*, New York.
- Disney Press Release, Generation XD-Disney Releases Biggest Ever Study of Tweens in Europe, 2010, <http://www.smartmoney.com/news/pr/?story=PR-20100111-000088>
- Dyens O. (2001), *Metal and Flash. The Evolution of Man: Technology Takes Over*, MIT Press, Cambridge Mass.
- Gitelman L., Pingree G.B. (2003), *New Media, 1740–1915*, Cambridge Mass.
- Haraway D. (1991), *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*, [w:] *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York, pp. 149–181, dostępne na <http://www.stanford.edu/dept/HPS/Haraway/Cyborg-Manifesto.html>.
- Haraway D. (2008), *When Species Meet*, Minneapolis–London.
- Hayles N.K. (2009), *Stan wirtualności*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, przeł. J. Mach, Warszawa.
- Heim M. (2001), *Erotyczna ontologia cyberprzestrzeni*, przeł. A. Piskorz, [w:] *Widzieć, myśleć, być*, red. A. Gwóźdź, Kraków.
- Kittler F. (1993), *Es gibt keine Software Draculas Vermächtnis: Technische Schriften*. Leipzig, w angielskiej wersji (*There is No Software*) dostępny na <http://hydra.humanities.uci.edu/kittler/software.html>
- Klingberg T. (2009), *The Overflowing Brain Information Overload and the Limits of Working Memory*, New York.
- Lanier J. (2006), *Digital Maoizm. The Hazards of New Online Collectivism*, "Edge. The Third Culture" 30.05.[http://www.edge.org/3rd\\_culture/lanier06/lanier06\\_index.html](http://www.edge.org/3rd_culture/lanier06/lanier06_index.html) [25.01.2010].
- Lanier J. (2010), *You Are Not a Gadget: A Manifesto*, Allen Lane.
- Latour B. (2009), *Polityka natury*, przeł. A. Czarnecka, Warszawa.
- Latour B. (2005), *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford.
- Laurel B. (1993), *Computer as Theatre*, Reading MA.
- Lynn R. (2005), *The Sexual Revolution 2.0: Getting Connected, Upgrading Your Sex Life, and Finding True Love -- or at Least a Dinner Date -- in the Internet Age*, Amorata, Berkley CA.
- Manovich L. (2006), *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Warszawa
- McKinnon S.M., Bruns W.J. (1992), *The Information Mosaic*, Boston Mass.
- Moss P., *Peepshow Stories*, <http://peepshowstories.com>
- Murray J.H. (1997), *Hamlet on the Holodeck. Future of Narrative in Cyberspace*, Cambridge Mass.
- Negroponte N. (1997), *Cyfrowe życie: jak się odnaleźć w świecie komputerów*, przeł. M. Łakomy, Warszawa.

- Naughton R., *Adventures in Cybersound, The Peep Show and Toy Theatre*, [http://www.acmi.net.au/AIC/PEEP\\_SHOW.html](http://www.acmi.net.au/AIC/PEEP_SHOW.html) [5.10.2009].
- Qvortrup L. (2003), *Hypercomplex Society*, New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt/M., Oxford, Wien.
- Smith M.R., Marx L. (1994), *Does Technology Drives History. The Dilemma of Technological Determinism*, Cambridge Mass.
- Virillo P. (2006), *Bomba megabitowa*, przeł. J. Staszewski, Warszawa.
- Umland S.L., Wessel K. (2004), *Cassandra Among the Cyborgs, or, the Silicon Termination Notice*, [w:] *Prefiguring Cyberculture, An Intellectual History*, A. Cavallaro, D. Tofts, A. Jonson (red). MIT Press, Cambridge Mass.
- Williams R., Edge D. (1996), *The Social Shaping Of Technology*, "Research Policy" 25, s. 856–899,
- Weynants T., Peepshow. *Boîte d'optique. Xi yang jing. Rarekiek mondo nuovo. Schene rariteten. Guckkasten "what the butler saw"/optical viewing boxes and their images/ 3-d day & night effects*, <http://www.visual-media.eu/vue-optique.html> [25.10.2009].
- Waskul D.D. (ed.) (2005), *Net.Sexxx: Readings on Sex, Pornography, and the Internet*, Lang, Peter Publishing, Incorporated.
- Wengenstein B. (2006), *Getting under the Skin: Body and Media Theory*, Cambridge Mass.
- Wurman R.S. (2000), *Information Anxiety 2*, Indiana.
- Zielinski Z. (2006), *Deep Time of Media, Toward an Archeology of Hearing and Seeing by Technical Means*, Cambridge Mass.

## Peepshow, prompter, bluebox – three meta-metaphors of the subject – infosphere relation

### Abstract

The article describes a specific kind of relation between the subject (considered to be a user of the new media) and digitally created meanings (which build the infosphere) that can be seen as competition. An opportunity to look for dimensions and ranges of this competition is offered by the analysis of history and the way of functioning of three media technologies: peepshow, blue box and prompter. These are treated in the paper as metaphors of the contemporary infosphere prosumer's condition. The author studies methodological possibilities of analyzing this relation and focuses on presenting the problem in the historical perspective.

**Key words:** history of new media, peepshow, prompter, bluebox, media anthropology, subject-infosphere relation

### Jan Stasieńko

doktor, kierownik Zakładu Nowych Mediów w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, autor książki *Alien vs. Predator? Gry komputerowe a badania literackie*, członek International Digital Media and Arts Association, organizator (wraz z Agnieszką Dytman-Stasieńko) cyklu konferencji „Język a multimedia”, w roku akademickim 2010/2011 visiting professor w Department of Communication State University of New York College at Brockport. Obszar zainteresowań: historia i antropologia nowych mediów, ludologia, cmc, nowe media w programach akademickich, wizualizacja informacji.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

WOKÓŁ KULTURY

*Agnieszka Ogonowska*

## „Król popu nie żyje! Zapraszamy Państwa na spektakl”.

### Śmierć i umieranie w kulturze celebrytów

*Od czasów Elvise Presleya nie było nikogo, kto tak mocno wpłynął na kulturę popularną. Nikogo, czyj wygląd, ubrania, ruch stały się tak powszechnie rozpoznawalnym na całym świecie kodem. Jego szamerowane złotem epolety nie były jedynie elementem stroju scenicznego – król stopił się z własnym wizerunkiem. Jak inni wielcy musiał borykać się ze sławą. Był uwielbiany, ale samotny jak wszystkie gwiazdy. Nie udało się ucieczka do Nibylandii. Może dopiero teraz? Król jest gdzieś tam. Tam, gdzie Elvis. Tam, dokąd poszli Hendrix, Lennon, Brown. Gdzie zawsze jest u szczytu kariery.*

*Michael Jackson 1958–2009, Król odchodzi, „Twój Styl”, sierpień 2009*

### Gry z tożsamością i narodziny gwiazdy

Śmierć Micheala Jacksona z pewnością poruszyła jego fanów i dziennikarzy na całym świecie oraz jak zawsze żądnych sensacji paparazzich, którzy niemal na stałe koczowali przed jego posiadłością Holomby Hills w Los Angeles. I niezależnie od sympatii lub antypatii w stosunku do amerykańskiego gwiazdora ludzie mediów stanęli wobec konieczności komentowania tego wydarzenia; w slangu marketingowym eventu, istotnego dla całego świata popkultury, muzyki, a nawet (rozumienia) współczesnych przemian społeczno-kulturowych czy politycznych. Publikacje pomyślane jako zapowiedź wspaniałego come-backu gwiazdora, a przy okazji syntetyczne przypomnienie jego dotychczasowej kariery, niespodziewanie stały się epitafrum mu poświęconym (Heatley 2009). Niektórzy polscy sprawozdawcy podkreślali rolę Jacksona w kształtowaniu współczesnego oblicza Ameryki, w tym m.in. wyboru Baracka Obamy na prezydenta Stanów Zjednoczonych oraz udziału sławnych ludzi w promowaniu akcji charytatywnych, zgodnie z wyśpiewaną przez Michaela ideą ‘Heal the World’.

Choć pierwsza teza (odnośnie elekcji) być może brzmi kontrowersyjnie, to jeśli przywołać kontekst historyczny (choćby prawa Jima Crowa), który determinował pierwszy okres kariery muzyka, a następnie kolejne metamorfozy jego image’u, okazuje się całkiem uzasadniona. Jackson zaczynał „rodzinne” występy w kraju dalekim od swobód obywatelskich, przede wszystkim warto przypomnieć, że prawo sankcjonujące segregację rasową dyskryminowało Afroamerykanów, czyniąc z nich obywateli co najwyżej drugiej kategorii. Klasyczny film Davida L. Warka Griffitha *Narodziny narodu* z 1915 roku, zaliczany do klasyki amerykańskiego kina, doskonale oddaje uprzedzenia rasowe panujące w Ameryce przez następne 60 lat, a nawet

dłużej. Mimo zniesienia regulacji prawnych sankcjonujących jawny rasizm, musiało upłynąć wiele czasu, by analogiczne zmiany pojawiły się w świadomości zarówno amerykańskich obywateli, jak i emigrantów. To kino (w dużej mierze kreowane przez żydowskich uciekinierów z Europy Wschodniej) stworzyło całą mitologię Stanów Zjednoczonych, m.in. umacniając wiarę emigrantów ze Starego Kontynentu w tzw. American Dream, ale też pominęło milczeniem, iż ów „sen” dotyczył, przynajmniej do lat 60. XX wieku, wyłącznie ludzi białych.

Jackson jest w pewnej mierze spełnieniem amerykańskiego snu; analiza kariery scenicznej gwiazdora pozwala ujawnić jednak ukryte założenia tej wielkiej, pozornie ponadnarodowej i ponadrasowej mitologii, która przy okazji składa się na imperialną ideologię Stanów Zjednoczonych. Nadzieje Amerykanów na lepszą przyszłość przede wszystkim symbolizuje tzw. kino drogi oraz kultowa Route 66.

Diagonalną trasę długości niemal czterech tysięcy kilometrów wytyczono w latach 20. XX wieku, by połączyć Chicago i Los Angeles. Stała się ona drogą w świat dla mieszkańców setek miasteczek i farmerskich osad leżących na jej szlaku. Za Steinbeckiem nazwano ją drogą – matką, drogą ucieczki i drogą nadziei – w nazwie tej zastygła pamięć o tysiącach emigrantów, którzy w latach kryzysu i wielkiej suszy wędrowali do Kalifornii, mając nadzieję na poprawę swojego losu (Wieczorkiewicz 2008: 13–14).

Kalifornia, nowa amerykańska ziemia obiecana, szybko zaczęła przywoływać nie tylko skojarzenia z wolnością, postępem i dobrobytem, jednostką, która dzięki ciężkiej pracy osiąga awans społeczny (mit cudownej kariery pucybuta czy Kopciuszka), ale także z niespełnionymi marzeniami, ambicjami, zwłaszcza wśród osób pragnących zrobić karierę w tzw. show biznesie. Tę ambiwalencję doskonale uosabia Los Angeles, przedstawiane w wielu filmach właśnie jako miasto upadłych aniołów, ludzi borykających się z niespełnionymi nadziejami, kojących swoje frustracje narkotykami, lekami i alkoholem. Kino ukazując niezwykle sugestywnie strategie osiągania powodzenia życiowego, zarazem wzmocniło w świadomości społecznej kult gwiazd, magnetyczny urok idoli, którzy stali się nimi kosztem wielu ustępstw i kompromisów.

Jackson, świadomy ograniczeń wynikających ze swojego pochodzenia i rasy, stopniowo ‘wkupywał’ się w łaski białej publiczności, stając się – także w sensie dosłownym – odzwierciedleniem marzeń wielu Amerykanów o awansie społecznym i oszałamiającej karierze. W 1992 roku ABC wyemitował premierowy film biograficzny pod znamienym tytułem: *The Jacksons: An American Dream* przedstawiający historię powstania zespołu The Jacksons Five. Oczywistym wymiarem wspomnianej ewolucji były zmiany wyglądu, którym się poddawał szczególnie intensywnie od połowy lat 80.; Jackson stał się nie tylko białym Murzynem, ale dzięki operacjom plastycznym twarzy osobą na pozór androgyniczną. Nie był już ani mężczyzną, ani kobietą, ani białym, ani czarnym Amerykaninem – był tworem jedynym w swoim rodzaju, a zatem bytem ludzkim wymykającym się jednoznacznej kategoryzacji.

O ile kino (praktycznie od swoich początków) stworzyło silny negatywny stereotyp czarnoskórego, o tyle brakowało gotowej formuły, w jakiej umieścić można było Micheala. W społecznym odbiorze funkcjonował on zatem jako osoba ‘pomiedzy’ utrwalonymi kategoriami, co wcale nie oznaczało, że przestał budzić kontrowersje i powszechne zainteresowanie społeczne. Fani stopniowo wyzbywali się

świadomości jego pochodzenia, a przynajmniej nie była to kwestia priorytetowa przy ocenie jego osiągnięć muzycznych; biali Amerykanie zaakceptowali tym szybciej fakt, że Jackson – przedstawiciel afroamerykańskiej części społeczeństwa, stał się idolem ich własnych dzieci. Muzyka Jacksona wyszła z getta, zaczął nagrywać dla wszystkich Amerykanów niezależnie od koloru skóry, choć z pewnością przedstawiciele różnych ras odnajdywali w jego propozycjach coś innego, co korespondowało z ich życiowymi doświadczeniami, marzeniami o karierze i awansie społecznym.

Niezależnie jednak od płci, wyznania czy pochodzenia społecznego odbiorcy muzyki potrzebowali pomocy mediów w zdefiniowaniu tego, co nieznanie: zrozumieniu fenomenu gwiazdora, jego statusu w ramach uznanych dystynkcji społecznych, a w końcu ustalenia jego tożsamości: muzycznej, scenicznej i „czysto” ludzkiej. Brak jednoznacznego „przypisania” do płci czy rasy rodził wciąż niepokój, zwłaszcza że Jackson wyrazistymi przemianami swojego wyglądu, a także stylem muzyki i tańca przypominał swoiste *work in progress*. Obawa Amerykanów wynikała nie tylko ze skali spektakularnych przeobrażeń, ale także z niemożności określenia ich progu, punktu docelowego, a także rzeczywistych motywów popychających gwiazdora do tak radykalnych kroków. Tym bardziej że wiele z podawanych przez niego samego wyjaśnień i licznych sprostowań dotyczących kontrowersyjnych elementów jego życia, np. bielactwa czy wyraźnych preferencji heteroseksualnych, wydawało się mało realne. Ponadto *emploi* Jacksona przywoływało skojarzenia z całą sferą istot humanoidalnych, które od zawsze zarówno fascynowały, jak i przerażały ludzi. Do tego panoptikum osobliwości przynależy choćby: manekin, lalka, marionetka, cyborg czy replikant. Elementy osobistej fasady piosenkarza, jak powiedziałby Goffman, korespondowały także z bogatą sferą wyobrażeń wykreowanych przez literaturę i kino z gatunku *science fiction*. Zwłaszcza że do tych konwencji nawiązywały tworzone przez niego teledyski z pamiętnym *Thrillerem* na czele. Jackson w znaczący sposób unieważnił zatem pracę pierwszego ziemskiego Kartografa – biblijnego Adama, sytuując się poza dualistycznym systemem klasyfikacji (Wilber 1996: 34–35). W sumie podejmowane przez niego akty transgresji zakończyły się tragicznie – uzależnieniem od leków i śmiercią; co pośrednio umocniło wiarę ludzi w ograniczone możliwości manipulowania – danemu człowiekowi przez naturę – wyposażeniem psychofizycznym.

Z jednej strony pojawiły się próby uwierzytelnienia jego dziwactw; prasa i telewizja nagłaśniały sprawy wybielania skóry, kolejnych operacji plastycznych upodabniających jego twarz do przyjaciółki Diany Ross, spania w namiocie tlenowym (rzekomo celem zachowania wiecznej młodości) czy wreszcie afery seksualnej, w której posądzono go o molestowanie nieletnich chłopców. Z drugiej strony te same media skwapliwie rozpowszechniały informacje czyniące z gwiazdy właśnie bohatera „amerykańskiego snu”; do najczęściej dyskutowanych kwestii należały: trudne dzieciństwo w wielodzietnej rodzinie mieszkającej w Indianie, despotyczny ojciec torturujący psychicznie i fizycznie swoje dzieci, motywując je do intensywnej pracy u początków kariery The Jacksons Five, czy trudne związki małżeńskie w dorosłym życiu, które niejako Jackson równoważył dobrymi relacjami z własnymi dziećmi.

We wspomnieniach przyjaciół i osób publicznych, z którymi spotykał się niezależnie lub przy okazji tournée na całym świecie, jawił się jako osoba skromna i wyciszona; jednocześnie jednak jego sceniczne *emploi*, między innymi upodobanie do strojów imitujących mundur, pozostawało niezmienione także w przestrzeni życia prywatnego. Twórca całkowicie utożsamiał się ze swoim scenicznym wizerunkiem. Gdy 3 i 6 lutego 2003 roku w Wielkiej Brytanii i USA wyemitowano dokument przedstawiający 18 miesięcy życia Micheala Jacksona, gwiazdor poczuł się zdradzony przez ekipę Martina Bashira. Udzielając zgody na produkcję filmu wierzył bowiem, że negatywne mity dotyczące jego życia zostaną dzięki tej produkcji raz na zawsze obalone. Tym czasem *Living with Michael Jackson* potwierdził lęki Amerykanów związane z zachwianiem systemu moralnego współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego. Opisując fenomen Stanów Zjednoczonych, wybitny francuski neomarksista Jean Baudrillard pisał:

Najnowszą obsesją amerykańskiej opinii publicznej jest wykorzystywanie seksualne dzieci (*sexual abuse*). Jedno z ostatnich rozporządzeń głosi, iż w celu przeciwdziałania seksualnemu molestowaniu dzieci opiekę nad nimi sprawować powinny dwie osoby. Jednocześnie zakupy we wszystkich supermarketach pakuje się do siatek przyozdobionych zdjęciami zaginionych dzieci. Wszystko ochronić, wykryć, ograniczyć – społeczeństwo obsesyjne. *Save time. Save energy. Save Money. Save our souls* – społeczeństwo lękowe. *Low tar. Low energy. Low calories. Low sex. Low speed* – społeczeństwo anorektyczne (Baudrillard 1998: 54–55).

Jackson próbował przełamać ten negatywny wizerunek w przynajmniej dwóch programach: *Michael Jackson: The Footage You Were Never Meant to See* i *Michael Jackson's Private Home Movies*. Zaostrzyły one jednak konflikt między zagorzałymi przeciwnikami gwiazdora i jego równie oddanymi fanami, obrońcami niewinności piosenkarza.

Micheal Jackson próbował nie tylko fizycznie, ale także mentalnie odseparować się od trudnej rzeczywistości, tworząc swój Neverland, odzyskany raj, arkadię, krainę imitującą utracone dzieciństwo. Przeciwnicy i sceptycy skomentowali tę inwestycję trochę psychoanalitycznie – jako wyraz kompensacji i objaw delikatnej (niedojrzałej) konstrukcji psychicznej oraz potrzeb eskapistycznych. Jackson uciekał od rzeczywistości także w świat leków i narkotyków. Problemy finansowe, a przede wszystkim oskarżenia o molestowanie dzieci na terenie bajkowego rancha sprawiły, że porzucił na kilka lat posiadłość i właściwie już nigdy nie przełamał traumatycznych wspomnień związanych z tym miejscem. Arkadia, którą stworzył jako odskocznię od rzeczywistości, stała się w niedługim czasie powodem nagonki medialnej, a Jackson musiał powrócić do świata, który wydawał mu się coraz bardziej wrogi i nieprzyjazny.

### Między sceną a życiem i mediami

Jackson stworzył własny styl sceniczny: obok charakterystycznych elementów ubioru (białe skarpetki i czarne mokaśny, srebrobiła rękawiczka, ciemny kapełusz) wprowadził charakterystyczny *robot dance* i udoskonał *moon walk*. Dokonując radykalnych zmian swej powierzchowności, gwiazdor próbował stworzyć dla siebie nowy model cielesności, bezpiecznej powłoki, w której byłby wolny od kompleksów



związanych z rasą. Krótkotrwałe małżeństwo z córką Króla Rock’n’rolla stało się w pewnym stopniu zapowiedzią przedwczesnej śmierci. We wspomnieniach Priscilla przywołuje obawy Michela dotyczące kresu jego życia, lęków o dalszą karierę i o utrzymanie popularności na rynku popkultury. Świat nie stanął w miejscu od czasu spektakularnego *Thrillera* w roku 1982. O tym przekonał się Jackson już parę lat później, gdy próbował powtórzyć swój sukces muzyczny i finansowy, niestety bez powodzenia. Rozpad obu związków małżeńskich, długi, długotrwałe procesy sądowe, poważne problemy zdrowotne i pogłębiające się dziwactwa w zachowaniu w coraz większym stopniu zagrażały powodzeniu kariery scenicznej. Jackson „wybity” z przypisanej mu przez naturę biologicznej tożsamości, nie radził sobie także z wykreowaną dla siebie i na potrzeby życia scenicznego. Przypomnijmy, że energetyzujący taniec Króla Popu, który stanowił integralny element każdego teledysku, a zarazem wyznacznik jego scenicznego stylu, rozgrywał się na planie trudno definiowalnej seksualności: elementy heteroseksualne przeplatają się z homoseksualnymi i wyraźnymi akcentami autoerotycznymi. A to w połączeniu z androginiczną urodą piosenkarza przyczyniło się do burzliwych dyskusji nad tymi aspektami jego życia prywatnego, które wynikają z tożsamości seksualnej. Między innymi roztrząsano w mediach kwestie pożycia seksualnego gwiazdora w relacjach małżeńskich, jego preferencje seksualne *en globe* oraz biologiczne pochodzenie jego dzieci. Ciekawość opinii publicznej podsycił fakt, iż Jackson szczególnie pieczołowicie chronił niektóre aspekty swojej prywatności, np. pilnował, by wścibscy paparazzi nie poznali twarzy jego potomstwa.

Fani Micheala przyzwyczaili się już do gwiazdorskich spektakli (ze wspaniałą scenografią i energetyzującym tańcem), a nie tradycyjnych solowych występów. Publiczność nie oczekiwała od idola potwierdzenia, że jest w dobrej kondycji, ale nade wszystko żywiła wiarę, iż Król Popu potrafi wciąż ją zaskakiwać nowymi rozwiązaniami choreograficznymi czy wokalnymi. Cudowny *come back* oddalał się w czasie, a bezlitosne media donosiły, iż Jackson się po prostu „sypie”. Szczególnie wyrazistą oznaką tego regresu w karierze i kryzysu psychicznego, a przy okazji symbolem „załamania” tożsamości był problem natury czysto medycznej, biologicznej; zapadanie się twarzy gwiazdora, która nie wytrzymała już obciążeń związanych nie tylko z zabiegami plastycznymi, ale także trybem życia i ogólnym stanem zdrowia. Diana Ross obserwując z przerażeniem oblicze swojego „sobowtóra”, we wspomnieniach powraca często do momentu, gdy rozpoczynał on proces upodabniania się do niej. Nigdy jednak nie pojawiły się wiarygodne informacje motywujące ten wybór.

Media na bieżąco śledziły Jacksona, koncentrując się zarówno na jego karierze scenicznej, jak i życiu prywatnym. Śmierć showmana oczywiście zintensyfikowała zainteresowanie świata jego osobą. Pojawiły się zatem różne strategie informowania publiczności o tym zdarzeniu. W polskich czasopismach kolorowych (np. „Twój Styl”) czy publicystycznych („Wprost”) przedstawiano jego życie w ujęciu diachronicznym, rozpoczynając od czasu dzieciństwa i debiutu scenicznego, poprzez fazy: rozkwitu popularności i szczytu kariery na przełomie lat 80. i 90., aż po pogłębiający się kryzys związany z ponawianymi próbami spektakularnego powrotu na rynek muzyczny. Tragiczny finał życia zapowiadają w tych narracjach wydarzenia z przeszłości: despotyczny ojciec czy skandale związane z życiem prywatnym. Można zażytkować stwierdzenie, że to klasyczny sposób budowania opowieści (zawiązanie

akcji – punkt kulminacyjny – rozwiązanie konfliktu, tu w wyniku śmierci protagonisty), który na dodatek odpowiada ludzkiemu myśleniu o świecie (powszechnie stosowanym atrybucjom, wnioskowaniu o rzeczywistości w kategoriach przyczyn i skutków) oraz narracjom obecnym i utrwalonym w przestrzeni kultury (np. opowieściom biograficznym, detektywistycznym czy sensacyjnym oraz telenowelom dokumentalnym i fabularnym, a także *reality show*). W poetykę filmów kryminalnych wpisuje się choćby ostatnie doniesienie na temat przyczyn śmierci piosenkarza. Na jednym z portali internetowych czytamy:

Murray, mający specjalizację kardiologiczną, przebywał z Jacksonem 25 czerwca w momencie, gdy piosenkarz zasnął i następnie zmarł. Twierdzi, że bezskutecznie usiłował ratować nieprzytomnego gwiazdora.

Policja znalazła w domu Jacksona propofol (znany również pod nazwą diprivan), niezwykle silny lek znieczulający, który Murray miał mu aplikować jako środek nasenny. Takie zastosowanie byłoby sprzeczne z przeznaczeniem tego leku i mogłoby być zakwalifikowane jako błąd w sztuce lekarskiej. Propofol może powodować zakłócenia oddychania, zwolnić rytm pracy serca i obniżyć ciśnienie krwi. Dlatego powinien być stosowany jedynie w warunkach szpitalnych przez doświadczonych lekarzy. Podawanie go w warunkach domowych jest w zasadzie niespotykane.

Michael Jackson zmarł 25 czerwca w wieku 50 lat, prawdopodobnie z powodu problemów kardiologicznych. Władze podejrzewają, że przyczyna śmierci piosenkarza związana była z jego uzależnieniem od leków. Zapasy bardzo silnych środków przeciwbólowych i innych znaleziono w jego rezydencji. Policja, a także część rodziny piosenkarza nie wykluczają też morderstwa.

Oczekuje się, że raport z wyników badań toksykologicznych zostanie opublikowany w tym tygodniu; mają się w nim znaleźć m.in. nazwy leków obecnych w organizmie Jacksona w chwili jego śmierci oraz przyczyna zatrzymania akcji serca. Wyniki autopsji zdecydują o tym, czy zostaną postawione jakiegokolwiek zarzuty popełnienia przestępstwa w związku z nagłą śmiercią Jacksona (USA: Przeszukano dom lekarza Michaela Jacksona <http://usa.interia.pl/wiadomosci/news/przeszukano-dom-lekarza-michaela-jacksona,1345227> [28.07.2009]).

O tym samym zdarzeniu równolegle donosiła telewizja: zarzut morderstwa pojawił się w wypowiedzi siostry Jacksona, Janet Jackson, a wątek ten został natychmiast przechwycony przez media, podobnie jak i dalsze związane z tymi wypadki, między innymi policyjne śledztwo w tej sprawie. Historia 'z życia wzięta' lub wątek znaleziony, jak by powiedział rzecznik realistycznej teorii kina Siegfried Krakauer, doskonale korespondowała ze znanymi także polskim widzom amerykańskimi produkcjami spod znaku *sophisticated crime story*, by wymienić choćby: *Wzór*, *CSI: Tajemnicze zagadki Las Vegas* (Miami, Nowego Jorku) oraz *Daleko od domu*.

Wykorzystywanie spopularyzowanych i łatwo rozpoznawalnych schematów fabularnych i konwencji gatunkowych ułatwia nie tylko poznanie (stworzonej uprzednio przez media) całościowej historii Jacksona, ale także odrealnia go: z „żywego” człowieka staje się on postacią sensacyjnej, skandalicznej, intrygującej historii. *History* na naszych oczach przekształca się w *media(-related) story*. Ponadto, można ją odczytywać poprzez różne kategorie i metody popularnych badań

antropologicznych: pojęcie Innego, piętna, fetyszyzacji i stygmatyzacji ciała, maski, studiów postkolonialnych itd. Medialne fabularyzacje na temat biografii Króla Popu stają się ważnym elementem kultury popularnej, którą sam Jackson współtworzył za życia. Mamy zatem do czynienia, używając nomenklatury Johna Fiske’a, z tekstami drugiego i trzeciego rzędu. Powstają bowiem filmy i programy telewizyjne na temat wcześniej powstałych przekazów prasowych, wizualnych i audiowizualnych o Jacksonie. Wiele z nich przysparza i przysparzać będzie mu nowych fanów, zwłaszcza że te opowieści są silnie zakorzenione w amerykańskich mitach na temat kariery, źródeł sukcesu i wolności. Jeśli przyrzeć się tym medialnym narracjom biograficznym bardziej krytycznie, łatwo dostrzec, iż w kontekście historii Jacksona przynajmniej jedna ze wspomnianych ideologii legła w gruzach: wiara w równość rasową, wolność ekspresji i związane z tym swobody obywatelskie.

### Maska, spektakl i dyskursy cielesności

Analizę historii życia Jacksona podporządkować można także współczesnym metaforom medialnym: społeczeństwu spektaklu, społeczeństwu nadzoru czy społeczeństwu postbiologicznemu. Te trzy ujęcia łączą się zresztą w spójną całość. W kontekście pierwszej wymienionej metafory warto zauważyć, że piosenkarz był wręcz literalnie uwięziony w ramach scenicznego wizerunku, nad którym pracował i który udoskonalał od początku swojej kariery. Maska zastąpiła mu twarz, a sceniczne *emploi* towarzyszyło mu także poza występami muzycznymi.

Fenomen maski doczekał się w literaturze socjologicznej, kulturoznawczej i psychologicznej wielu opracowań, by wymienić takich badaczy jak: Karl Kerenyi, Åsa Boholm, Jean-Thierry Maertens czy Carl Gustav Jung. W wielu opracowaniach pojawia się problem funkcji maski i relacji między nią a zamaskowanym. W tym ostatnim kontekście często badacze powracają do dwóch najstarszych typów greckich masek – męskiego Dionizosa i żeńskiej Gorgony, w przypadku których „stojących za nimi” postaci nie sposób było od nich oddzielić. Maski stały się autonomiczne i samowystarczalne; w przewrotnym mechanizmie samozwrotności zaczęły reprezentować same siebie.

Maska Jacksona rodzi jednak ambiwalentne odczucia: z jednej strony wydaje się czymś naturalnym, iż każdy showman stwarza charakterystyczny wizerunek służący promocji swej twórczości muzycznej, z drugiej – warto pamiętać, iż oblicze Jacksona miało charakter zapożyczony, wtórny, było wyrazem kompulsywnego przejścia twarzy innego człowieka. Ponadto należy pamiętać także o tych nielicznych przypadkach i wynikających z tego dewiacjach psychicznych, kiedy człowiek gotów jest zmienić całkowicie swój wygląd, a pośrednio także tożsamość. Maska kształtuje bowiem nie tylko oblicze człowieka dla innych ludzi, ale także determinuje konstrukcję psychofizyczną konkretnej jednostki, określa rolę, w jakie wciela się indywiduum. Gdy maska dominuje nad człowiekiem, pole manewru ulega wyraźnemu zawężeniu: jednostka dostosowuje się do swego oblicza, porusza się w wyznaczonych ramach, ulega swojej *physis*. Rodzi się tylko pytanie, w jakim stopniu decyzja Jacksona o kontynuowaniu tradycji popularnego na przełomie XIX i XX wieku *freak shows* była autonomiczna, i na ile jego casus przypomina spopularyzowaną przez Lyncha historię Człowieka-Słonia. Co ciekawe, piosenkarz fascynował się tym filmem i nosił się nawet z pomysłem wykupienia szkieletu ciała Josepha

Merricka od londyńskiego szpitala (zob. Wieczorkiewicz 2006). Wspólnym mianownikiem tych dwóch tragicznych postaci była z pewnością dziwaczność cielesna, która stała się fundamentem ich osobliwości.

Metamorfozy Jacksona można analizować także przez pryzmat metafory społeczeństwa nadzoru, spopularyzowanej głównie w pracach Michela Foucault. Francuski badacz pisał o różnych technologiach dyscyplinujących ciało; w jednym ze swoich tekstów konstatował:

ciało wnika także w obszar polityki, stosunki władzy oddziałują na nie bez żadnych pośredników – osaczają je, znakują, tresują, torturują, nakłaniają do pracy, zobowiązują do ceremonii, żądają odeń znaków (Foucault 1988: 270).

Foucault traktował ciało jako medium kulturowego zapisu, w którym odzwierciedlały się społeczne mechanizmy jego ujarzmiania i dyscyplinowania, prowadząc w efekcie do takiej jego transfiguracji, a nawet unicestwienia, by możliwe stało się wyłonienie samej kultury. W wyrażanej przez Foucault dychotomii: ciało jako powierzchnia (scena) naznaczana przez represyjne dyskursy wiedzy/ władzy i dyscyplinujące go mechanizmy wszechogarniającej kontroli społecznej, pobrzmiewają echa freudowskiej opozycji między kulturą i naturą. Ciało – materia jest uprzednie wobec wspomnianych dyskursów, które je kształtują. Koncepcja ta zbliża się także do ujęć strukturalistycznych podkreślających opozycję i przyrodzony konflikt między chaotyczną naturą i porządkującą, stabilizującą kulturą (zob. Douglas 1969). Wszelkie formy manifestowania się cielesności, które oddalają się od reguł narzuconych przez określony system społeczny, traktowane są jako dewiacyjne i podlegają napiętnowaniu. W tym nurcie podkreśla się normatywne i spójnościowe mechanizmy kultury, które na różne sposoby odciskają swoje piętno w materii ciała, by zbliżyć jednostkę do osiągnięcia upragnionego ideału. Zakłada się również, że tożsamość jednostki jest względnie stabilna, a ujawniane przez nią zachowania stanowią jej emanację. Odmiennego zdania są rzecznicy teorii kulturowego konstruowania ciała. Judith Butler utrzymuje, iż tożsamość jednostki daleka jest od substancjalnej stabilności, jest konstruowana i modyfikowana przez dyskurs. Ciało nie jest tylko sceną zdarzeń i historią społecznych represji, jak postulował Foucault czy Mary Douglas, nie jest także jedynie wyrazem tożsamości jednostki, jak chciał Claude Levi-Strauss, a raczej uczestniczy w rozmaitych aktach performatywnych służących odsłanianiu nieciągłości płci kulturowej.

Pierwotna identyfikacja – pisze Butler – pełniąc funkcję determinującą przyczyny może zostać zastąpiona przez tożsamość płci przeformułowaną w osobistą/kulturową historię, w której przyjęte przez jednostkę znaczenia stanowią przedmiot różnych praktyk naśladowczych, odnoszących się do innych imitacji, wspólnie z nimi konstruujących iluzję pierwotnego i wewnętrznego 'ja' płciowego lub parodię mechanizmu tej konstrukcji (Butler 2005: 593).

Gwiazdor potraktował ciało jak plastyczny materiał służący właśnie kreacji artystycznej, stąd też jego wielki, trwający lata projekt modyfikacji własnej cielesności w kierunku osiągnięcia upragnionego wzorca z jednej strony przeraża, z drugiej zaś fascynuje. Prywatna historia życia Jacksona ujawniona przez media wskazuje na co najmniej ambiwalentny stosunek do ojca, z którym muzyk nie chciał się utożsamić,

odnajdując prawdopodobnie na swojej życiowej drodze inne i niekoniecznie męskie obiekty, zwłaszcza wtórnych identyfikacji. Być może właśnie poszukiwanie własnej drogi życiowej, a także miejsca w systemie popkultury i w showbiznesie doprowadziły do finalnego produktu – Micheala Jacksona znanego szerokiej publiczności.

Działania związane z modyfikowaniem własnej cielesności, podejmowane wprowadzie przez gwiazdora z innych pobudek, aniżeli te, jakimi kierowali się Orlan i Stelarc, z uwagi na swój materialny, fizyczny charakter lokują się także blisko ich artystycznych propozycji. Ten sposób traktowania własnego ciała – jako obiektu kreacji – jest analogiczny do strategii opisywania jego nowej roli w koncepcjach społeczeństwa postbiologicznego.

Doświadczenie życia w świecie kształtowanym przez pluralistyczną cyberkulturę charakteryzuje się ciągłą zmiennością charakteru ludzkiej tożsamości, która przyjmuje postać zmiennego procesu, formy otwartej. Nowe technologie stają się rozszerzeniami, przedłużeniami (M. McLuhan) ludzkiego ciała, przejmują część jego funkcji i jako takie wpływają na kształt tożsamości. Powodują powstanie nowych koncepcji życia i inteligencji. Definicja, historia i płeć ciała ulegają rozmaitym przetworzeniom, a na nim samym przeprowadza się operacje, przeszczepia się jego części, uzupełnia je o protezy i implanty, przekształca i klonuje. Utrata przez ciało substancjalnej jedności oraz zatarcie jego granic powodują, że nasz stosunek do niego się zmienia (Biskupski 2009).

O ile jednak poczynania Orlan i Stelarca mieszczą się w obrębie tzw. *body art* i polegają na eksploracji i modyfikacji ciała w celach stricte artystycznych (np. Orlan poddała się serii operacji plastycznych, a forma, do której zmierzała, stanowiła syntezę rysów twarzy artystki oraz pięciu malarskich wyobrażeń: Diany, Psyche, Europy, Wenus i Mony Lisy (Kluszczyński 2001: 193–194)), o tyle Jackson czyni zeń środek ekspresji, a zarazem widoczny fundament własnej tożsamości scenicznej. W działaniach showmana nie ma elementu metadyskursywnego (konceptualnego), tak istotnego przy tworzeniu i interpretowaniu sztuki ciała.

\* \* \*

Micheal wykreował się na gwiazdora nie tylko dzięki ciężkiej i wytrwałej pracy, ale także zdolności skutecznego wytwarzania wokół siebie specyficznej aury (także tej, o której swego czasu pisał Walter Benjamin). Opierała się ona oczywiście nie tylko na elementach materialnych, np. upodobań do paramilitarnego stroju czy bajkowej scenerii Nibylandii, ale także na całej gamie wrażeń ulotnych, tworzonych zarówno w czasie występów koncertowych, jak i oficjalnych oraz prywatnych rozmów z głowami państw. Część z nich pozostaje jedynie w pamięci tych osób, inne zostają utrwalone w społecznej świadomości poprzez media. Jak zauważa Antoni Kępiński charakteryzując różnice między tzw. metabolizmem energetycznych a metabolizmem informacyjnym:

Umiera człowiek, ale zostaje po nim słowo, specyficzny dla niego gest, klimat uczuciowy, który wokół siebie roztaczał, a więc jego symbole, które zostały swego czasu rzucone w otaczający świat i w tym świecie się zatrzymały, podczas gdy ciało przestało istnieć (Kępiński 1995: 37–38).

Gdyby potraktować Jacksona (i jego twórczość sceniczną oraz życie prywatne ukazane w środkach masowego przekazu) jako rodzaj produktu kulturowego (właśnie posttradycyjnego *freak show*), to można w cyklu istnienia tego ostatniego bez trudu odnaleźć trzy klasyczne fazy funkcjonowania: zaistnienie na rynku, etap konkurencji i niestety nieudaną w tym przypadku próbę utrzymania osiągniętej pozycji muzycznej.

Sposób ukazywania agonii gwiazdora (zarówno śmierci scenicznej, jak i fizycznej degradacji ciała, a w końcu śmierci) wskazuje również na istotną zmianę kulturową. Jeśli wspomnimy, ile kontrowersji na początku XX wieku wywołała sprawa sfilmowania pochówku Stanisława Wyspiańskiego (zob. Hendrykowska 1993), to dopiero zauważamy, jak wielki dokonał się współcześnie progres w zakresie medialnego ukazywania śmierci i umierania. Dostrzegamy także znaczenie kultury celebrytów dla dokonującej się transgresji kulturowej, która wyraża się choćby w sposobie ujmowania takich zjawisk jak prywatność czy intymność. Współcześnie są to tematy zdesakralizowane, „wyjęte” spod sfery działania tabu, tematy wprowadzone do rangi kulturowych atrakcyjności. Śmierć mediatyzowana staje się elementem często chwilowego wzmacniania kultu idola (jak było choćby w przypadku Papieża-Polaka i pokolenia JP2, a poniekąd także Micheala Jacksona i jego fanów, którzy po jego śmierci masowo zbierali się w konkretnym miejscu i czasie, a odtwarzając taniec muzyka, symulowali odmianę zachowań neoplemiennych).

Śmierć znanej postaci staje się również okazją do podniesienia wartości kapitału emocjonalnego związanego z jego wizerunkiem, a często ekonomicznej wartości tego specyficznego produktu kulturowego w związku z możliwością windowania cen za efekty jego pracy (w przypadku Jacksona – muzyki) oraz gadżetów (w tym semioforów) bezpośrednio z nim związanych. Powracając na moment do języka oraz praw marketingu i reklamy można powiedzieć, iż śmierć gwiazdora paradoksalnie przedłużyła życie produktu pod nazwą Michael Jackson. Trudno współcześnie ustalić, jak długi będzie to cykl i jak wiele wysiłku będzie kosztować specjalistów „odświeżanie” tegoż produktu. (Z pewnością jednym z jego ogniw jest film Canny’ego Ortegi *Micheal Jackson: This is it*). W tym kontekście ważne jest także, jak długo będzie on w stanie zaspokajać jakiejkolwiek potrzeby kulturowe.

Póki co, w odbiorze społecznym „ja” wykonawcy zostało całkowicie utożsamione z odgrywaną postacią; tajemnicą pozostanie chyba już na zawsze, w jaki sposób do tej kwestii podchodził sam Król Popu. Uroczystość żałobna transmitowana przez najważniejsze stacje telewizyjne na świecie była okazją do przypomnienia jego życia i kluczowych etapów twórczości. Była także finalnym elementem wielkiej medialnej opowieści na temat gwiazdy show biznesu, która być może kiedyś, podobnie jak twarz Marilyn Monroe czy Elvira Presleya, stanie się ikoną amerykańskiej popkultury\*.

---

\* W plakacie reklamującym wystawę *Ameryka, Ameryka... Amerykański sen* zorganizowaną przez Muzeum Narodowe w Krakowie wykorzystano olejny obraz Davida Parrisha *Elvis i Marilyn* z 1996 roku.



## Bibliografia

- Baudrillard J. (1998), *Ameryka*, przeł. R. Lis, Warszawa.
- Biskupski Ł., *Nieznosna lekkość bytu. O Sterlacu i metaforze ciała w świecie postbiologicznym* <http://splot.art.pl/1/nieznosna-lekkosc-bytu--o-sterlacu-i-metaforze-ciala-w-swiecie-postbiologicznym> [29.07.2009].
- Butler J. (2005), *Zapis na ciełe, performatywna wywrotowość*, [w:] L. Kolankiewicz (wstęp i red.), *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa.
- Douglas M. (1969), *Purity and Danger*, London–Boston–Henley
- Foucault M. (1998), *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, przeł. T. Komendant, Warszawa.
- Heatley M. (2009), *Michael Jackson 1958–2009. Życie legendy*, przeł. W. Boniecki, Warszawa.
- Hendrykowska M. (1993), *Śladami tamtych cieni. Film w kulturze polskiej przełomu stuleci 1895–1914*, Poznań.
- Kępiński A. (1995), *Lęk*, Warszawa.
- Kluszczyński R.W. (2001), *Społeczeństwo informacyjne, cyberkultura, sztuka multimedialna*, Kraków.
- Wieczorkiewicz A. (2006), *Powrót Człowieka–Słonia. O problemach z doświadczaniem obcości*, [w:] R. Nycz, A. Zeidler-Janiszewska (red.), *Nowoczesność jako doświadczenie*, Kraków.
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty, O doświadczaniu świata w podróży*, Kraków.
- Wilber K. (1996), *Niepodzielne. Wschodnie i zachodnie teorie rozwoju osobowości*, przeł. T. Bie-ruń, Poznań.

## “The King of Pop is dead! Come to see the show” – Death and dying in the celebrities culture

### Abstract

The subject matter of this article includes the beginning of Michael Jackson's career, his presence in the media, the strategies of creating his public identity as a pop-culture star and a celebrity, his significance in the pop music and the modern pop culture, the strategies of the star's "struggling" with fame and his fans' expectations, and the issue of "Jackson" being a product of culture, which continues to exist and develop even after the death of the real person.

**Key words:** Michael Jackson, celebrity, star of pop-culture, creations of identities, public image, pop culture, politic of body

### Agnieszka Ogonowska

doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie. Kieruje Pracownią Edukacji Medialnej. Jest absolwentką psychologii i filmoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego; autorką licznych publikacji poświęconych problematyce edukacji medialnej, teorii mediów, komunikacji audiowizualnej, badaniom nad współczesną telewizją. Prowadzi badania naukowe i zajęcia dydaktyczne związane z tą problematyką.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

Magdalena Roszczyńska

## Miłość jako gadżet na telefon

*Lecz z nich największa jest miłość*

1 Kor, 13, 13

Miłość pojmowana jest w dobie nowoczesnej, w tym późnej nowoczesności, jako wehikuł życia społecznego. Tak ujmują ją psychologia ewolucyjna, dla której miłość jest imperatywem biologicznym, a dwupłciowość odpowiada za wytworzenie organizacji społecznej (Szlendak 2002: 26–27), oraz różnorodne koncepcje socjologiczne. Dość powiedzieć, że stała się przedmiotem zainteresowania Niklasa Luhmanna (2003), który w *Semantyce miłości* traktuje ją jako „uogólnione medium komunikacji”, będące odpowiedzią na co raz większe skomplikowanie życia społecznego i rosnący indywidualizm\*, oraz zainspirowała Anthonego Giddensa do rozważania narracji miłosnej jako podstawowej narracji biograficznej istotnej dla konstrukcji nowoczesnego zindywidualizowanego podmiotu\*\*.

Miłość definiuje się jako „relację intymną [...] posiadającą istotny komponent erotyczny” (Gdula 2009: 7). Tak rozumiana tematyka miłości precyzuje jej zakres do miłości erotycznej i ludzkiej seksualności. Najogólniej rzecz biorąc, seksualność to uwarunkowania biologiczne, popędy, instynkty, przeżycia psychiczne oraz związane z nimi praktyki, erotyzm to z kolei „zbiór funkcjonujących w przestrzeni publicznej przedstawień i refleksji na temat seksualności” (Klimczyk 2008: 18), a więc dyskurs miłosny.

Jedną z wyróżnionych współcześnie przestrzeni publicznych, a raczej paradoksalnych przestrzeni prywatno-publicznych, jest telefon komórkowy – spadkobierca wcześniejszych technicznych środków komunikowania miłości, takich jak listy miłosne, telegraf i telefon analogowy. Telefon komórkowy (i jego mutacje), szczególnie w standardzie 2,5 oraz 3G, integruje różne – wcześniejsze i współczesne – systemy telekomunikowania. Henry Jenkins sądzi, że telefony komórkowe stały się kluczowe dla procesu konwergencji mediów (2007: 112), Paul Levinson uważa wręcz, że telefon mobilny uzupełnia Internet w tym znaczeniu, iż ten ostatni jest do

---

\* Chodzi o możliwość komunikacji między *ego* i *alter*, kiedy to w warunkach zintensyfikowanej relacji osobowej komunikacja staje się paradoksalna; stąd tzw. podwójne kodowanie, nadwyżka sensu wyrażająca się w miłości romantycznej – „rozumieniu się bez słów”, a także w erotyce.

\*\* W pracach: *Nowoczesność i tożsamość*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2001, *Przemiany intymności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2006.

niego przystawką (2006: 51). To dzięki temu urządzeniu napływają i są emitowane różnorodne przekazy, zarazem jest on ludzką ekstensją umożliwiającą udział w życiu społecznym\*. Ponadto autor *Miękkiego ostrza* twierdzi, iż „telefon [analogowy] przez ponad pół wieku był instrumentem miłosnych relacji” (2006: 131), a związek mniej czy bardziej zaawansowanych mediów z erotyką podkreśla już w pierwszym zdaniu autorka książki *Seks w Internecie*, Nancy Tamosaitis, pisząc: „Seks i technologia pasują do siebie jak ulał” (1998: 11). Refleksja na temat erotycznej motywacji wynalazczości w dziedzinie technologii medialnych pojawia się tak w spektrum kultury popularnej, np. w multimedialnym gadżecie na telefon – króciutkiej kreskówce przedstawiającej jaskiniowca rysującego na ścianie pieczary sylwetki nagiej kobiety, biegnącego wzdłuż tak stworzonej galerii i osiągającego efekt animowanego filmu\*\*, jak i u Levinsona: „Seks [...] wskazał mediom drogę rozwoju, jak za czasów rozkwitu wiktoriańskiej pornografii i zdjęć Mareya i Muybridge’a przedstawiających fazy ruchu nagich kobiet schodzących ze schodów, które to zdjęcia zainspirowały wynalazców kina” (2006: 166). Dodać trzeba, iż telefon komórkowy, jak zauważa Roch Sulima, „konstruuje naszą cyfrową cielesność”, dokonując „radikalnych zmian zakresu tego co prywatne i publiczne” (2007: 202), wprowadza świat do przestrzeni naszej intymności, intymność zaś transmituje na zewnątrz, albowiem konwergencja nie dokonuje się jedynie w obrębie technologii, ale odnosi się do zmiany kulturowej (Jenkins 2007: 9). Z tego punktu widzenia kultura konwergencji jest kulturą obnażania, to jest „medialną dostępnością seksu, nagości na pokaz i ekshibicjonizmu [obejmującą] szeroki wachlarz tekstów i przedstawień od pornografii, przez seksualnie nacechowaną sztukę ciała, filmy dokumentalne o striptizerkach i striptizerach oraz telewizyjne wyznania podczas programów typu talk-show”, jak rzecz przedstawia Brian Mc Nair (2004: 5).

Przedmiotem mojego zainteresowania w tym szkicu będą niektóre przedstawienia erotyczne: te publiczne wzory odsłaniania intymności, które można określić jako przekazy transmedialne i które pojawiają się w najbardziej technologicznie i kulturowo zaawansowanym medium, czyli medium telefonu komórkowego. Roboczo nazywam je „dzwonkami i ikonkami”, a więc chodzi tu o gadżety multimedialne do „ściągnięcia na telefon”\*\*\*. Co więcej, zwracam swoją uwagę nie na ulokowane w sieci zasoby owych gadżetów, a więc bezpośrednio na strony www, takie jak np. wapster.pl, ale na zasoby manifestujące się w pismach radiowo-telewizyjnych, to jest w tworzącym „czołówkę wydawanych dziś czasopism” (Bajka 2008: 195) segmencie rynku mediów prasowych w Polsce. Korzystałam z losowo wybranych tygodników „Teletydzień”, „Telemax”, „Teleświat”, „To i owo”, skutkiem konsolidacji mediów należących jednak do jednego wydawcy Bauer Media Group, co stawia losowość pod znakiem zapytania, ale za to pozwala prześledzić przedstawienia

---

\* Por. Z. Vykoukalová, Adolescent Mobile Communication: Transformation of Communication Patterns of Generation SMS?, <http://cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2007081701&article=4>, [1.09.2009]: ‘Mobile phone is seen as an extension of themselves [adolescents] enabling them to continuously participate in the surrounding world’.

\*\* <http://www.juup.com/pobierz-na-komorkie/wideo/kreskowki-i-komiksy/22621>, [1.09.2009].

\*\*\* Na potrzeby tego opracowania pomijam „dzwonki”, zajmując się wyłącznie przedstawieniami wizualnymi.

intymności na reprezentatywnym forum skonsolidowanego ekonomicznie i konwergentnego medium\*. Przedstawienia omawianych treści pojawiają się na wewnętrznych stronach okładek wspomnianych czasopism\*\* i niezależnie od profilu odbiorcy sformułowanego przez wydawcę\*\*\* wyglądają tak samo.



Przykład oferty gadżetów

\* Bauer Media Group, właściciel radia RMF oraz portalu Interia.pl, wydaje „Imperium TV”, „Kurier TV”, „Super TV”, „Teletydzień”, „Teleświat”, „Telexmax”, „To i owo”, „Świat seriali”. Cotygodniowy nakład łączny tych czasopism wynosi ok. 3,15 mln egzemplarzy. Wydawca jest niekwestionowanym liderem rynku – na 12 tygodników radiowo-telewizyjnych wydaje 8, odnotowuje też najwyższą sprzedaż. Omawiane w artykule gadżety na telefon reklamuje równolegle na portalu Interia.pl.

\*\* Koszt reklamy na II i III stronie okładki „To i owo” wynosi nieco powyżej 30 tys. zł plus 22% VAT, za: <http://reklama.bauer.pl/magazine.php/sid,2/mid,10/title,To-amp-Owo/>, [1.09.2009]; trudno powiedzieć, czy ta sama cena obowiązuje w przypadku reklamowania treści erotycznych.

\*\*\* „Teletydzień” adresowany jest do „całej rodziny”, „Telexmax” do mieszkających w miastach kobiet, „Teleświat” do młodszych kobiet i mężczyzn, „To i owo” do nowoczesnych mężczyzn, za: <http://reklama.bauer.pl/segmenty.php/sid,2/title,Telewizyjne/> [1.09.2009].

Plansza z ofertą gadżetów na telefon komórkowy dzieli się na następujące bloki: gry java, tapety, filmy, dzwonki i tzw. czat towarzyski w ramach serwisu wapster.pl (firmowanego przez CT Creative Team SA), natomiast serwis papla.pl (firmowany przez Emisja SA) oferuje – obok wymienionych wyżej – sex-telefon, animacje, pakiety i pakiety zdjęć, pakiety filmów oraz telewizję. W dowolnie wybranej planszy (jest to II okładka „To i owo” z 18.08.2009) znajdują się następujące treści: w ramach segmentu tapet: przedstawienia kwiatów (1 x), zwierzaki (tygrys, 1 x), zwierzaki/miłość (piesek/kotek z serduszkami w pysku/pazurach, 2 x), miłość (podświetlone serce, 1x), seks z indeksem „+18” (1x)\*; w ramach segmentu animacji: – miłość/kwiaty (1x), miłość/misie (2x), seks „+18” (2x); w segmencie pakietów trzech zdjęć – seks „+18” (6x); w ramach pakietu trzech historyjek ze zdjęciami – seks „+18” (5x); wśród filmów – seks „+18” (22x); w segmencie gier java – wątki filmowe i telewizyjne, gry zręcznościowe, logiczne, przygodowe, wyścigi itp. (26 x) oraz seks „+18” (2x); sex-telefon (1x); serwis zdjęć pornograficznych (1x); zaproszenie do czatu pod nazwą „ognisty flirt – gorące dziewczyny czekają na ciebie” (6x)\*\*. Na 100 propozycji 72 dotyczą szeroko rozumianej tematyki miłosnej, 28 innych wątków, jak *the Sims*, *Harry Potter*, *Milionerzy*, *Predator*, *Panzer tactics*, *Magic Crystals* itp. Okazuje się, że sfera miłości i miłości erotycznej zdecydowanie w tej ofercie dominuje. Jak łatwo wyliczyć, wątek miłości „czystej” pojawia się 6 razy, natomiast przedstawienia z kategorii „+18” – to jest, najogólniej mówiąc, pornograficzne – 66 razy\*\*\*.

Analiza klientów pobrań (Mobile Multimedia 2008) wskazuje, że w 54% gadżety pobierają mężczyźni (bez względu na typ kontentu), głównie w wieku 15–30 lat, przy czym, o ile tapety i animacje interesują w niemal równym stopniu tak kobiety (48% i 46%), jak mężczyzn (52% i 54%), o tyle w kategoriach gier java, a zwłaszcza wideo, dominują mężczyźni – w kolejności: 69% oraz 76%. Współgra to z ustaleniami dotyczącymi marketingu przez Internet: mężczyźni chętniej uczestniczą w relacjach typu *human to computer*, a kobiety – *human to human* (McMahan, Holland, Mcmillan 2009). Nie to mnie jednak interesuje: od razu chciałam zwrócić uwagę na pewną niespójność (hipokryzję?) raportu – otóż odnotowuje on sport, motoryzację, miłość i generalnie emocje (tu kobiety realizują 73% pobrań), słodkie zwierzaki i muzykę jako oferowane przez dostawców kategorii treściowe kontentu, tymczasem praktyka pokazuje, iż wideo zawierają zasadniczo przedstawienia o treści pornograficznej (czyżby kryły się w kategoriach „sport” i „słodkie zwierzaki”?) Pomijanie tego rodzaju określeń bądź – jak ma to miejsce np. w bazie gadżetów multimedialnych Interii – używanie eufemizmów, w rodzaju „tapety dla dorosłych”, unieobecnienie w oficjalnym dyskursie tych mediów pornografii i erotyzmu paradoksalnie potwierdza ich mocną w omawianych przedstawieniach obecność.

---

\* „+18”, „dla dorosłych” – tego rodzaju określenia maskują śmiało, a jednocześnie konwencjonalne przedstawienia erotyczne.

\*\* W wydaniu z 15.09.2009 jest też telewizja w komórce pod nazwą „Pieprz TV”, emituje filmy pornograficzne.

\*\*\* Niezamierzenie ironicznie brzmią wobec tego materiały biura reklamy Bauer Media Group dotyczące zalet prasy jako medium reklamowego: [http://reklama.bauer.pl/c\\_article\\_more.php/aid,10/](http://reklama.bauer.pl/c_article_more.php/aid,10/) [1.09.2009].



W tym miejscu można sformułować roboczą definicję pornografii jako tego rodzaju przedstawień erotycznych, które nie są dyskutowane publicznie.

Kolejne pęknięcie w omawianych tu reprezentacjach intymności dotyczy moim zdaniem kontekstu, w którym się pojawiają. Pierwszym kontekstem przedstawień erotycznych są pozostałe nieerotyczne kody miłosne, drugim – przedstawienia spoza dyskursu miłosnego, trzecim wreszcie – nośnik tygodnika radiowo-telewizyjnego.

Po pierwsze, przedstawienia intymności realizują się w dwóch zasadniczych wzorcach: wzorcu pornograficznym oraz wzorcu infantylnym, poniekąd odwołującym się do języka tzw. miłości romantycznej. Koresponduje to z opisanym przez Annę Czerner i Elżbietę Nierobę profilem *Homo amans oeconomicus*. Autorki te uważają, iż współcześnie w praktyce realizują się trzy typy narracji miłosnych: małżeństwo strategiczne, miłość romantyczna oraz miłość współbieżna, przy czym „w przekazach kultury popularnej i na poziomie zachowań mikrospołecznych” w toku socjalizacji pierwotnej i wtórnej dominuje model romantyczny (Czerner, Nieroba 2009: 95), co związane jest z komercjalizacją miłości w kulturze współczesnej (tamże: 99–100). Model romantyczny najcenniejszy jest z punktu widzenia interesów rynkowych, ponieważ podatny na wpisanie w rytuały konsumpcji (jak walentynki, randki – tymi scenariuszami socjoerotycznymi obficie szafują media).

Z tak pojmowanym kodem miłosnym harmonizują przedstawienia „czystej” miłości, wspomniane tu motywy kwiatów, zwierząt oraz wyobrażenia serca. Wpisują się one doskonale w XIX-wieczną, zbieżną z powstaniem fotografii i filmu, estetykę kiczu (jak ujął to eufemistycznie Waldemar Kuligowski: „odwołują się do różnych wrażliwości” [Kuligowski 2002: 125–126]), operują kolorystyką czerwieni, różu, fioletu, kolory często są opalizujące, perłowe, imperatywem jest ornamentacyjność oraz rytmiczna powtarzalność elementów, brak tu niezagospodarowanych powierzchni, obowiązuje zasada niedostosowania (przesunięcia) – na przykład serce (synekdocha miłości) znajduje się w zębach psa. Niespójność tak realizowanego przedstawienia intymnego dotyczy podstawowej opozycji: miłość „czysta” *versus* komercyjna, obudowana gadżetami. Mamy tu też do czynienia z paradoksem w paradoksie – samo przedstawienie jest w końcu gadżetem multimedialnym.

Drugim składnikiem omawianego kodu jest infantylnizm, przejawiający się w nawracającej w wielu przedstawieniach intymnych postaci misia – trzymające w dłoniach serca misie mówią „po prostu Cię kocham”, „Ty+ja=<serduszek>”, „to ja Cię kocham najbardziej – inne misie tylko udają”, „jesteś moim skarbem”, „myślę o Tobie we dnie i w nocy”, co każe przypuszczać, iż są one metonimią mężczyzny pragnącego uczynić miłosne wyznanie, bowiem – jak pisze Małgorzata Kita – konfessja miłosna dokonuje się „szepem albo wcale” (Kita 2007). Natomiast powtarzające się w kodzie intymnym wyobrażenia serca byłyby – zgodnie z intuicją Desmondą Morrisa – infantylną realizacją wyobrażeń seksu analnego (Morris 1993: 205). Kody infantylny nie są raczej adresowane do dziewcząt, bo i dziewczęta nie są targetem tygodników radiowo-telewizyjnych. Co ciekawe, wyobrażenia miłości (werbalne) zaobserwowane na łamach czasopism młodzieżowych skierowanych do dziewcząt („Bravo Girl”, wyd. Media Bauer Group, „Dziewczyna”, wyd. Axel Springer) realizują zupełnie inny model dyskursu miłosnego, problematyzujący miłość. W polu leksykalnym seksu pojawiają się tu określenia „udany” i „bezpieczny”, a takie przedstawienie



rzadko się wśród gadżetów multimedialnych zdarza\*, ponadto język dziewcząt zagarnia – we wspomnianych czasopismach – wyznaczniki kodu pornograficznego, zatem chłopcy określani są jako „ciacha”, które się „wyhacza” (Bernasiewicz 2009: 290, 293).

Z męskiego punktu widzenia, bo taki – jak wynika z poczynionych już ustaleń – dominuje w przedstawieniach intymności tu referowanych, miłość jawi się jako towar, który można nabyć od 1,22 zł z VAT, rozrywka ulokowana pośród innych gier i zabaw, ewentualnie jako problem – problem z zakomunikowaniem miłości.

Opozycyjnym kodem przedstawień intymnych wcześniej prezentowanych jest język pornografii. Mamy tu zatem takie jego konstytutywne składniki, jak – w warstwie wizualnej – spojrzenie do kamery, przedstawiania seksu oralnego, analnego, grupowego oraz lesbijskiego, natomiast w warstwie werbalnej – całą armaturę subordynującego i uprzedmiotawiającego kobiety języka porno: „Studentka Gosia” „Studentka Barabara”, „Szparka sekretarka”, „Rozpalona recepcjonistka” „Ostre szkolenie”, „Podglądacz” (podgląda „Gorący prysznic” oraz ucina sobie „Igraszki z Jolą”), „Full service”, „Strzel jej gola” czy wręcz „Numerek za kasę”, pojawia się niewyrafinowany dowcip językowy: „Wakacje na łonie”, „Minetou”\*\*. Gry językowe uprawiane w ramach kodu pornograficznego można uznać za realizację podstawowej zasady dyskursu miłosnego jako takiego – autoreferencjalności. Jak pisze Rafał Nahirny, „intymność wymaga odsłonięcia, by móc się ukonstytuować” (Nahirny 2007: 265–266).

Język tych wyobrażeń ustala takie reguły gry, że kontroluje on i reglamentuje seksualność kobiecą: kobieta skazana jest na podległość (pełni podrzędne role społeczne), infantylność (studentka), co koresponduje z przekonaniem, że język kierowany do kobiet także ma być infantylny. Inną definiowaną przez ten język kobiecą własnością jest naturalność – kobieta jest rezerwuarem witalności: „Robi się gorąco”, „Ostra balanga”, „Ostra jazda”, „Wilgotne usta”, „Pasztet z wkładką”. Uprzedmiotowienie sugerowane jest już przez samą dwuznaczną zachętę: „wejdz” (na stronę WWW z gadżetami? w kobietę?) Jest to ponadto język reprezentacji stereotypowych. Ewa Jędrzejko ustaliła, iż, wyjąwszy pole leksykalne „matka”, które lokuje się w sferze *sacrum*, wszystkie pozostałe językowe obrazy kobiety w polszczyźnie zawierają mieszaninę erotyzmu i lekceważenia (Jędrzejko 1994). Wreszcie stereotypowe obrazy są elementem dyskursu normalizacyjnego – popularne przedstawienia lansują takie obrazy zachowań erotycznych, które harmonizują z normami kulturowymi (Szyłak 1996: 53).

Jak notuje Wojciech Klimczyk, także domena pornografii targana jest współcześnie różnorodnymi napięciami (Klimczyk 2008: 138). Już sama idea przedstawienia aktu seksualnego zarazem jako połączenia (genitaliów? materiału genetycznego?) i rozłączenia, bowiem w radykalnym ujęciu Andrei Dworkin w pornografii „sperma

---

\* Jak np. na stronie lolowo.com, gdzie dostępne są tapety z wyobrażeniem przerywanym durex.

\*\* Warto zwrócić uwagę na wpisującą się w kod infantylnopornograficzny reklamę tej gry na stronie providera, WapSter.pl: „Nie ma nic lepszego po ciężkim dniu pracy jak dobra minetka. Na kaca – minetka, na zgałę – a jakże – minetka! Na podagrę, rwę kulszową, bóle głowy, ból zęba, prawie na wszystko minetka pomaga [...] dobra na wszystko. Z powodzeniem możesz sięgnąć po zestaw soczystych komórkowych cipek, zawsze mokre, zawsze chętne, zawsze uśmiechnięte – to już niejako nasza dewiza!”

jest na kobiecie, a nie w niej" (2000: 35), ma strukturę paradoksalną. Według Agaty Araszkiewicz, do XVIII wieku pornografia była domeną transgresji, przekraczającą normy, wyrażała to, co stłumione. Dziś natomiast „prezentuje spektakl całkiem jawny, rozrywkowy, powielony i powiększony, będący domeną przemysłu i masowej komercji" (2000: 38) – zapewne nie każde przedstawienie pornograficzne ma współcześnie taki status (np. owiane legendą *snuff movies*), z całą pewnością mają go jednak prezentowane w tygodnikach radiowo-telewizyjnych, a za nimi w telefonach komórkowych wyobrażenia intymności. W porównaniu z niezmiernym bogactwem i różnorodnością sieci, gdzie możemy spotkać grupy dyskusyjne „W poszukiwaniu okropnego pieczenia pośladków" czy „Pociąg seksualny do brakujących części ciała" (Tamosaitis 1998: 74–79), rynek gadżetów na telefon komórkowy prezentuje się bardzo skromnie, by nie rzec konserwatywnie. Nie ma tu miejsca na postulowaną np. przez wytwórnię Pussy Power pornografię dla kobiet (które to, jak głosi jej statut, kochają pornografię, jeśli jest „zrobiona tak, by je podniecać, a nie przyprawiać o mdłości"), na oniryczną, somnambuliczną pornografię według Jutty Brückner. Obecnie bowiem, jak przypomina Izabela Kowalczyk, „obszerniejsza w naszej kulturze jest kobieta seksualna, odczuwająca pożądanie, kontrolująca własną przyjemność", która tej kulturze zagraża (2005: 228). Jak piszą wspomniane już Czerner i Nieroba, niektóre niszowe, nienormatywne związki współbieżne (formy intymności) mogą spotkać się z dezaprobatą (2009: 99), zatem wcale na omawianym forum nie są prezentowane (brak gejów, nie-białych, otyłych itd.).

Jeśli tego rodzaju przedstawienia intymności są opowiadaniem transmedialnymi – prezentują ten sam kontent na różnych platformach – to stają się ofiarami owej dywersyfikacji: skoro nie są „dla niektórych", muszą się mieścić w normach „dla każdego". Jak pisze Jenkins: „istnieją silne ekonomiczne przesłanki dla tworzenia opowiadań transmedialnych" (2007: 103), to jest takich, które mogą liczyć na najszersze, a często też najwierniejsze grono odbiorców. W mojej opinii pornografia jest tego zjawiska dobitnym przykładem. Obnaża, *nomen omen*, mechanizmy sprzężenia ekonomicznego z symbolicznym, bowiem nie woaluje się tworzeniem jakiejś narracji czy scenografii, jakąś kreacją świata, przedstawia po prostu akt seksualny jako taki (tak zresztą brzmi definicja pornografii wg Minette Hillyer; za: Kletowski 2008: 185).

Kolejne pęknięcie w obrębie omawianych przedstawień intymności dotyczy przeniesienia pewnych własności przedstawienia erotycznego z kobiety na mężczyznę. Tradycyjna pornografia (erotyka wiktoriańska utrzymana była w poetyce oczekiwania, kobietę przedstawiano jak śpiącą w zmysłowej pozie /Akerman 1997: 140). Dziś jednak oczekują mężczyźni, klienci gier i wideo, beznadziejnie esemesujący w poszukiwaniu zamówionego kontentu (aby dotrzeć do interesujących treści, trzeba spędzić w sieci sporo czasu, przeglądając ogłoszenia, filmy nie trwają dłużej niż minutę, zasady gier są nie do odgadnięcia i zawsze się w nie przegrywa). Jedynym śpiącym, przedstawianym w omawianych gadżetach jest, a jakże, miś, ulubiony awatar zinfantylizowanej męskości. Oto tryumf rynku nad męskością, można rzec\*\*.

---

\* Czyżby definicja miłości?

\*\* Świadectwem owego braku kontaktu z rzeczywistością niech będzie historia opowiedziana w łódzkim dodatku do „Gazety Wyborczej", [http://miasta.gazeta.pl/lodz/1,35153,7033639,Oszukani\\_przez\\_sex\\_strone\\_Z\\_randki\\_nici.html](http://miasta.gazeta.pl/lodz/1,35153,7033639,Oszukani_przez_sex_strone_Z_randki_nici.html) [14.09.2009].

Skrótowo odniosę się do drugiej i trzeciej aporii przedstawień intymnych, dotyczącej relacji między tymi przedstawieniami a kodami spoza dyskursu miłosnego oraz relacji między dyskursami miłości a ich nośnikiem (tygodnikiem radiowo-telewizyjnym).

Drugim kontekstem omawianych przedstawień intymnych jest otoczenie ich propozycjami produktów niezwiązanych z tematyką erotyczną, w większości są to zmodyfikowane gry, filmy, seriale telewizyjne (*Surviving Highschool*, *Milionerzy*, *The Sims*) lub tzw. gry logiczne i zręcznościowe (*Magic Crystals*). Lokowałyby to przedstawienia intymne w obszarze zabawy, i wbrew pozorom nie reprezentowałyby one wówczas *mimikry* lub *illinx*, ale *agon* tudzież *alea*. Przedstawienia erotyzmu tu omawiane przypominają najbardziej obrazy sportu (por. Brückner 1991), co ciekawe – sportu w konkurencjach indywidualnych. Przedstawienia czynności intymnych przybierają formę mozolnych ćwiczeń w siłowni, dyscypliny powyginanego ciała, ale nawet układy „wieloosobowe” nie są kolektywne. Nie bez kozery Paul Levinson nazywa uformowane za sprawą telefonii komórkowej społeczeństwo przyszłości społeczeństwem nieodwzajemnionego dotyku (2006: 90), a więc autoerotycznym. Nie jest tajemnicą, że – a jest to diagnoza stawiana także na gruncie nauki – pornografia służy głównie masturbacji\*. Podobnie Michel Foucault uważał, iż „koniecznym warunkiem narodzin erotyzmu było skupienie się człowieka na samym sobie” (Klimczyk 2008: 73). Co w takim razie z ideą wspólnotowości? sieciowości produkcji/konsumpcji transmediów? A może pornografia wpisuje się w dyskurs ekspertyzy? Ponadto obecny wokół przedstawień miłosnych kontekst znanych filmów, gier itd. tworzy coś na kształt listka figowego (wyliczona wyżej proporcja 28 przedstawień nieerotycznych do 72 erotycznych), którego tkanką są aktywni konsumenci, czyli fani; tenże listek gwoili przyzwoitości zasłania gołe ekonomiczne fakty: największe zyski są w pornografii. Wypada ironicznie odwrócić sens macierzysty sformułowania Jenkinsa: „Korporacje zwracają się w stronę aktywnych konsumentów – nie mają wyboru, jeśli chcą przeżyć” (2007: 73)\*\*. Oczywiście te hipotezy domagają się weryfikacji empirycznej.

I wreszcie kwestia trzecia, ostatnia. Omawiane przedstawienia intymności manifestują się na łamach ogólnodostępnej prasy. Intymność jest w nich zatem dodatkowo uwypuklana: to, co w dyskursie oficjalnym uważane za pornograficzne, a więc przedstawienia drugo- i trzeciorzędowych cech płciowych, musi zostać przykryte, zacernione, unieobecnione, zastąpione słowem (np. „Uwaga, wyłącznie dla dorosłych”, „+18”), też zresztą będącym eufemizmem. Czarne plamy rozlane na przedstawieniach uznanych za pornograficzne są tam obecne, w mojej opinii, nie tylko z racji działalności cenzury lub autoasekuracji wydawcy, ale dlatego, że inaczej przedstawienia te nie miałyby żadnego ekonomicznego sensu – w pobiera-

---

\* W *Perłach kina*, t. IV, *Miłość i sex*, Kałużyński i Raczek piszą: „jest to może najbardziej radykalna zmiana, jaka nastąpiła w traktowaniu seksu w nowoczesnej cywilizacji: problem z moralnego zmienił się na higieniczny” (uwagi na marginesie *Boogie Nights*, Kałużyński, Raczek 2006: 32). Telewizyjne odpowiedniki przedstawień intymnych omawianych w niniejszym szkicu wyrażają rzecz jasno: nie proponuje się przesłania sms-a na dany numer, celem zamówienia gadżetu pornograficznego na telefon – proponuje się „SPUST” na dany numer.

\*\* A konsumenci domagają się erotyki. W telewizjach kablowych typu Mango czy TiWi „dzwonki i ikonki” redukują się do pornografii, w porze dziennej tego rodzaju telewizja milczy.

nych filmach niewiele więcej widać ponad niewyraźnie sfilmowane genitalia. Zatem w szczególności filmy, zdjęcia i gry – paradoksalnie – uwodzą słowem, nie obrazem\*; tak to stare media zasiedlają nowe. Słowa zaś więcej obiecują niż dają, przyjemność jest ciągle odsuwana – jest to nie tylko prawidło miłości jako dyskursu. Owa autoreferencjalność, innymi słowy rzecz ujmując, autoerotyzm przekazów intymnych w gadżetach na telefon komórkowy wynika także z nacisku pośredniczącego medium telewizji oraz, ogólnej rzecz biorąc, z alienującej (!) konwergencji mediów.

## Bibliografia

- Akerman D. (1997), *Historia naturalna miłości*, przeł. D. Gostyńska, Warszawa.
- Araszkiewicz A. (2000), *Kobieta w pornografii: feministyczne sprzeczności*, „OŚKa” 4–1.
- Bajka Z. (2008), *Rynek mediów w Polsce*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, wyd. IV, Kraków.
- Bernasiewicz M. (2009), *Miłość i seks w wybranych czasopismach młodzieżowych*, [w:] *(Roz)czarowanie? Miłość i związki uczuciowe we współczesnym społeczeństwie*, red. W. Muszyński, Toruń.
- Brückner J. (1991), *Seks jako praca w przemyśle pornograficznym*, przeł. T. Szczepański „Film na Świecie”.
- Czerner A., Nieroba E. (2009), *Homo amans oeconomicus – współczesne przejawy merkantylizacji miłości romantycznej*, [w:] *(Roz)czarowanie? Miłość i związki uczuciowe we współczesnym społeczeństwie*, red. W. Muszyński, Toruń.
- Dworkin A. (2000), *Pornografia jest faktem*, przeł. A. Grzybek, „OŚKa” 4–1.
- Gdula M. (2009), *Trzy dyskursy miłosne*, Warszawa.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Jędrzejko E. (1994), *Kobieta w przysłowiach, aforyzmach i anegdotach polskich. Konotacje i stereotypy*, [w:] *Język a kultura*, t. 9: *Płeć w języku i kulturze*, red. J. Anusiewicz i K. Handke, Wrocław.
- Kałużyński Z., Raczek T. (2006), *Perły kina*, t. IV: *Miłość i sex*, Michałów-Grabina.
- Kita M. (2007), *Szeptem albo wcale. O wyznawaniu miłości*, Katowice.
- Kletowski P. (2008), *Poszerzenie pola walki. Kino pornograficzne a kino głównego nurtu: analiza zjawiska*, [w:] *Erotyzm, groza, okrucieństwo – dominanty współczesnej kultury*, red. M. Kamińska, A. Horowski, Poznań.
- Klimczyk W. (2008), *Erotyzm ponowoczesny*, Kraków.
- Kowalczyk I. (2005), *Pornografia jako subwersja*, [w:] *Kobiety, feminizm i media*, red. E. Zierkiewicz, I. Kowalczyk, Poznań–Wrocław.
- Kuligowski W. (2002), *Siedem szkiców do antropologii miłości*, Poznań.

---

\* Relacja między słowem a obrazem w gadżetach na telefon zasługuje na osobne omówienie: pornograficzne przedstawienie jest bowiem nośnikiem ideologii. I tak w jednym z filmów widzimy parę markującą stosunek w pozycji „na jeźdźca”. Kobieta w burce na głowie, mężczyzna dyscyplinuje obecność, jak ją określa, „szmaty” na twarzy partnerki, następnie zmysłowo obiecuje: „o, tak, teraz pojeździsz sobie na polskim rumaku” – niesłychanie wyraźnie określony jest tu adresat filmu, jednoczą się dwa dyskursy przemocy: nacjonalistyczny i pornograficzny.

- Levinson P. (2006), *Telefon komórkowy: jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji*, przeł. H. Jankowska, Warszawa.
- Luhmann N. (2003), *Semantyka miłości: o kodowaniu miłości*, przeł. J. Łoziński, Warszawa.
- McMahan C., Hovland R., Mcmillan S., *Online Marketing Communications: Exploring Online Consumer Behavior by Examining Gender Differences and Interactivity within Internet Advertising*, <http://www.jiad.org/article125> [14.09.2009].
- McNair B. (2004), *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, przeł. E. Klekot, Warszawa.
- Mobil-Track 01-03. 2008* <http://www.telecommedia.pl/raport-mobile-multimedia-2008.html> [14.09.2009] (raport Mobile Multimedia 2008, przeprowadzony przez Telecom Media).
- Morris D. [1993], *Magia ciała*, przeł. B. Ostrowska, B. Piotrkowska, Warszawa.
- Nahirny R. (2007), „Wszyscy mówią – kocham-cię”. *Analiza wyznania miłosnego*, „Teksty Drugie” 1–2.
- Sulima R. (2007), *Telefon komórkowy – busola codzienności*, [w:] *Gadżety popkultury: społeczne życie przedmiotów*, red. W. Godzic, M. Żakowski, Warszawa.
- Szlendak T. (2002), *Architektonika romansu*, Warszawa.
- Szyłak J. (1996), *Komiks i okolice pornografii*, Gdańsk.
- Tamosaitis N. (1998), *Seks w Internecie*, przeł. M. Helsztyńska, Warszawa.

## Love as a phone gadget

### Abstract

The article discusses visual representations of eroticism in commercial media content for mobile phones, ranging language-wise from pornographic to infantile. The author considers it as a discursive form in which both domination of verbal elements over visual ones and consumer's desire over satisfaction could be pointed out. The article notes the alienating dimension of pornography in the era of media convergence.

**Key words:** love discourse, pornography, mobile phone, media convergence

### Magdalena Roszczynialska

doktor nauk humanistycznych, adiunkt w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie; interesuje się kulturą popularną; wydała książkę poświęconą poetyce fantasy.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

*Blanka Brzozowska*

## **„Are you in?” – nowe formy promocji w przestrzeni miejskiej**

Ostatnie lata przynoszą znaczące zmiany w strategiach marketingowych światowych koncernów, co pociąga za sobą (ale i z nich wynika) powstawanie nowych typów postaw odbiorczych. Fenomeny, o których tu mowa, a które stały się przedmiotem namysłu takich badaczy jak na przykład Henry Jenkins czy Lev Manovich, zmieniają diametralnie sposób patrzenia na figurę konsumenta we współczesnym społeczeństwie. Źródła zmian upatrywać należy nie tylko w rozwoju technologii, ale też w przemianach zachowań dotyczących obcowania z mediami. Nowe postawy konsumenckie otrzymują możliwości realizacji dzięki udogodnieniom technologicznym, jednak ich charakter wynika również z przemian społecznych. Henry Jenkins przywołuje wypowiedź Betsy Frank, wiceprezes do spraw badań i planowania w MTV Networks, która definiuje nowy typ konsumenta „aktywnego medialnie”. Typ ten oczekuje dużego wpływu na konsumowane treści, przynależą do niego osoby „urodzone nie wcześniej niż w połowie lat 70., które nie poznały świata bez telewizji kablowej, magnetowidu czy internetu”, a zatem przyzwyczajone są do aktywnego wyboru i nie muszą się dostosowywać do narzucanych im propozycji. Jenkins, komentując tę wypowiedź, zwraca uwagę na społecznościowy charakter nowych praktyk konsumenckich, co będzie miało również istotny wpływ na rozważany tu problem przestrzeni miejskiej (Jenkins 2007: 236).

Aspekt zbiorowości w ujmowaniu tych problemów uwydatniają takie nowe pojęcia, jak „obywatel monitorialny” (Jenkins 2007: 219–220), gdzie kładzie się nacisk na fakt, iż jednostka nie jest w stanie dotrzeć samodzielnie do wszystkich informacji koniecznych jej do podejmowania wyborów (politycznych, ale w tym samym stopniu dotyczy to wyborów konsumenckich). Odpowiedzią jest uczestnictwo we wspólnotach działających na zasadach kultury wiedzy, które z kolei wymagają nowych umiejętności korzystania z dostępnych źródeł informacji. Stąd też nowe, nieformalne formy edukacji („przestrzenie przyciągania”) (Jenkins 2007: 173), opierające się na zbiorowym wysiłku, na kreowaniu wspólnot działających za sprawą uzupełniających się kompetencji, wzajemnej motywacji i aktywnego uczestnictwa. W tym kontekście warto również przywołać zjawisko neoplemienności, sprzyjające tworzeniu się nowych typów dynamicznych relacji społecznych o charakterze emocjonalnym, które oparte są na płynnym uczestnictwie (Maffesoli 2008). Skupiać się



one mogą wokół wspólnych zainteresowań, ale także, w kontekście omawianych tu zagadnień, wokół marek i narracji okołoproduktowych\*.

Twórcy kampanii promocyjnych wykorzystują te nowe zjawiska, biorąc również pod uwagę aspekt emocjonalny (Jenkins posługuje się terminami „kapitał emocjonalny” czy „ekonomia afektywna”). Zaangażowanie konsumentów w konstruowanie przekazów wiąże się z inwestycją emocjonalną, która jest w stanie w dużo większym stopniu przywiązywać do marki/produktu. Roszczenia nowej publiczności i interesy reklamodawców tworzą rodzaj gry i napięcia pomiędzy „siłą odgórnej konwergencji korporacyjnej” oraz „siłą konwergencji oddolnej” (Jenkins 2007: 92, 166). Autor upatruje przyszłość sukcesu korporacji w umiejętnym pogodzeniu tych interesów, które okazują się nie być sprzeczne. Zabieganie o nowego konsumenta oznacza zatem umożliwienie mu uczestnictwa w tworzeniu treści związanych z marką, co skutkuje nawiązaniem relacji emocjonalnej\*\*. Wymiana emocjonalna opiera się na intensywnych i często skomplikowanych interakcjach pomiędzy odbiorcami (hipertowarzyskość). Kluczową rolę odgrywa tu często plotka, pogłoska, nawet odwoływanie się do teorii spiskowych\*\*\*. Odbijające się za sprawą rozwoju technologicznego rozszerzenie przestrzeni interakcji społecznych stwarza dla tych

---

\* Maffesoli pisze na ten temat: „Obecnie zdajemy sobie sprawę, że jeśli chodzi o reklamę, to z jednej strony ma ona swoje źródło w pewnych archetypicznych postaciach, z drugiej zaś co do swej funkcji kierowana jest do «docelowych» audytoriów, które nazywam tu plemionami, a które ożywiają się i rozpoznają przez taki lub inny sposób przedstawienia, wyobrażenia, produktów, dóbr, usług, sposobów bycia, konstytuujących je jako grupy” (Maffesoli 2008: 205).

\*\* Warto w tym miejscu zauważyć, że Jenkins podkreśla różnicę pomiędzy uczestnictwem i interaktywnością. Interaktywność jest jego zdaniem „projektowaniem nowych technologii tak, by lepiej odbierały informację zwrotną”, przy czym główną rolę odgrywają tu uwarunkowania technologiczne. Uczestnictwo z kolei kształtowane jest przez „protokoły kulturowe i społeczne”, ma charakter otwarty, jest trudniejsze do kontrolowania przez producentów przekazów. Autor przywołuje w tym kontekście rozróżnienie Lawrence’a Lessiga na prawo (ustalenia społeczne, których przekroczenie wiązać się może z karą) i kod (dane techniczne określające granice użycia) (Jenkins 2007: 133, 160).

\*\*\* Inaczej przedstawia ten problem Roch Sulima: „W supermarkecie rzeczy są powtarzalne, zastępowalne, a przez to wobec nas „obojętne”. Kiedy je przywozimy do domu zabierają ze sobą pamięć marketingowej struktury, a nie kulturową pamięć miejsca, jak to jeszcze dziś bywa w rzeczywistości bazaru czy targowiska. Nie towarzyszą im więc narracje, słowo mówione, plotki, anegdoty, powiedzonka, okrzyki przekupniów, ale rachunki, instrukcje obsługi, inskrypcje informujące i sterujące” (Sulima 2000: 149). Michel de Certeau natomiast wskazuje na fakt, iż opowieść związana jest z indywidualnym, prywatnym charakterem eksploracji przestrzeni miejskiej i wyznacza jego kształt, trajektorię, łączy odwiedzone miejsca, organizuje doświadczenie przestrzeni i sprawia, że jest ona w ogóle możliwa do zamieszkiwania. Plotka z kolei działa w sferze publicznej, ma charakter totalizujący. Opowieść, związana ze swoistym „nawiedzeniem”, wykorzystuje luki w uporządkowanej planem przestrzeni miejskiej, bazuje na subwersywnej jej lekturze; dzięki indywidualnej praktyce eksploracji daje możliwości tworzenia nowych znaczeń nieprzewidzianych w planie architektonicznym i – dodajmy – marketingowym (de Certeau 2008:). Z kolei Michel Maffesoli, opisując charakter nowoplemiennej wspólnoty, wskazuje na istotną dla jej integracji rolę plotki, która stanowi wskaźnik struktury sieci, zaś różne sposoby rozpowszechniania plotek pozwalają na śledzenie „wydajności przynależności i przymierzy”, innymi słowy związane są z jednoczesnym uczestnictwem w różnych formacjach plemiennych (Maffesoli 2008: 216–217).

zjawisk zupełnie nowe formy i poziomy, przy czym zachowany pozostaje podstawowy, tradycyjny charakter, który opiera się dominującej roli „wspólnoty poinformowanych” (więź pomiędzy uczestnikami jest ważniejsza niż sama treść przekazywanych informacji) (Jenkins 2007: 85).

Dla efektywnego działania na konsumentów nowego typu konieczne jest „rozszerzenie marki”, a więc takie jej kreowanie, które uwzględni kontakt z nią za pomocą różnych kanałów i różnych zmysłów (transmedialność) oraz z uwzględnieniem kontekstu wspólnoty (Jenkins 2007: 70–71, 96). Ma to na celu nie tyle skłonienie do zakupu (impresja), co wytworzenie trwałego związku emocjonalnego konsumenta z marką (ekspresja). Wpływanie na powstawanie wspólnoty oraz *product placement* stanowią w tym wypadku podstawowe strategie. Nie bez znaczenia jest, na co zwraca uwagę Lev Manovich, używanie w społeczeństwie informacyjnym tych samych interfejsów w różnych kontekstach sytuacyjnych, co powoduje zbliżenie do siebie przestrzeni „sfery czasu wolnego” i „sfery pracy”. Równie ważne jest charakterystyczne dla nowej ekonomii kulturowej zacieranie granicy pomiędzy aktywnością konsumenta i producenta, pomiędzy „strategiami” i „taktykami” (de Certeau) oraz pozorne dekonstruowanie ideologii (marketingu) w celu jeszcze silniejszego jej utwierdzenia (metarealizm) (Manovich 2006: 142, 207, 322–367).

Wszystkie omówione wyżej zjawiska dotyczą również problemu przestrzeni miejskiej – zarówno jeśli chodzi o projektowanie przestrzeni konsumpcyjnych (nowych środków konsumpcji, jak chce George Ritzer), jak i wykorzystywanie przestrzeni miejskiej jako elementu bądź swoistej platformy dla kampanii promocyjnych. W obydwu przypadkach działa mechanizm, w wyniku którego następujące po sobie sekwencje towarowe uzupełnianie są o element „nie na miejscu”. Będziemy tu zatem mówić zarówno o nie-miejscu w rozumieniu Marca Augé – taki charakter posiadają nowe przestrzenie konsumpcji, ale również całe miasto, które niekiedy zyskuje cechy parku tematycznego – jak i o „nie na miejscu” w rozumieniu Mary Douglas, czyli o elementach, które miałyby stanowić odpad systemu, zaś w nowych strategiach promocyjnych coraz częściej byłyby wykorzystane wtórnie lub wręcz kreowane od podstaw jako składowe kampanii (niejednokrotnie polega to na takim kreowaniu głównego elementu, by sprawiał wrażenie ukrytego i wymagającego odkrycia – przy udziale kompetentnej działającej wspólnie grupy).

W ujęciu Marca Augé miejsce tworzone jest przez jednostkowe tożsamości uwiłkane w relacje oparte na języku, niepisanym prawie, odniesieniach do wspólnej historii. Nie-miejsce z kolei jest rodzajem palimpsestu, który tworzony jest za sprawą wspólnej tożsamości konsumentów, których działanie w nie-miejscu określa szereg nakazów i zakazów oraz swoista „umowa”, która ma charakter tymczasowy i ulega rozwiązaniu wraz z opuszczeniem przestrzeni (dowodem tego jest odstawienie pustego wózka na zakupy). Na straży tego porządku stoi system kontroli, zaś zasady zostają dosłownie wpisane w przestrzeń – umieszczenie ich w przestrzeni dokonuje natychmiastowego uprawomocnienia, natomiast od użytkownika wymaga dowodu niewinności – według George’a Ritzera nowe środki konsumpcji mają charakter przestrzeni quasi-publicznej ze względu na system kontroli (racjonalizacja) i manipulacje, które ją kreują (implozja, symulacja). Warto w tym miejscu nadmienić, że zdaniem Marca Augé żadna z tych dwóch form nie jest czysta, nieustannie się one przenikają w toku swoistej implozji, w której Ritzer widzi jedną z cech opisywanych

przez niego przestrzeni konsumpcji. W przestrzeni miejskiej implozja ta następuje na wielu poziomach, powodując dedyferencjację różnych typów przestrzeni i aktywności. Towarzyszy temu dedyferencjacja pomiędzy różnymi typami konsumpcji, implozja ofert, a co za tym idzie tekstów z nimi związanych (Ritzer 2001: 227).

Dla Marca Augé archetypem nie-miejsca jest przestrzeń, w której funkcjonuje podróżnik. Chodzi tu mianowicie o brak uwikłania w relacje dotyczące czasu i tożsamości oraz swoiste odarcie z indywidualności. Podróżnik skazany jest na egzystowanie w przestrzeni, która jest niekompletna i niemożliwa do zdefiniowania. (Augé 1995: 77–79, 86–87, 101–102). Działać tu zaczyna „wyobraźnia turystyczna” (Wieczorkiewicz 2008: 169–170), która również charakteryzuje konsumenta. Określa ona relacje jednostki z nie-miejscem, wprowadzając zapośredniczenia w postaci wyobrażeń, utopii, klisz. Nietrwały charakter tożsamości nie-miejsca w połączeniu z „kontraktowym” określaniem zasad poruszania się w nim wspólnie definiują sposoby korzystania z niego za sprawą mediacji tekstów. Kreowany zostaje w ten sposób obraz lokalnego porządku (Augé 1995: 94–96)\*. Racjonalizacji określającej ramy nie-miejsca towarzyszy, zdaniem Ritzera, umagicznienie, które warunkuje skuteczność zatrzymywania i utrzymywania uwagi konsumenta. W przypadku przestrzeni miejskiej oznacza to przede wszystkim pastiszowość, utematycznienie, uniezwyklenie, manipulacje czasoprzestrzenią (spektakularne wykorzystanie czasu). Proces ten opiera się na transformacji w przestrzeń czysto konsumpcyjną przy pomocy rozlicznych symulacji. Takie nowe przestrzenie (miejskie) symulują miejsca, przy czym ich tożsamość – głównie kreowana przez teksty „okołoprodukcyjne” – często budowana jest w oparciu o elementy „nie na miejscu”, niekiedy bardzo odległe od podstawowego produktu. Tego typu elementy przyciągają uwagę konsumenta, rozszerzając jednocześnie ofertę o nowe, często pozornie niezwiązane z konsumowaniem aktywności (np. akcje charytatywne, artystyczne, edukacyjne) oraz obiekty (Makowski 2004: 21–23, 65). W ten sposób cała złożona przestrzeń podlega konsumpcji z wykorzystaniem mechanizmów symulacji, implozji, spektaklu, racjonalizacji i umagicznienia. Zwielokrotnienie funkcji powoduje oderwanie od kontekstu i jednocześnie uaktywnienie konsumenta (Sulima 2000: 179). Staje się on w ten sposób graczem aktywnie podążającym śladem owego „nie na miejscu”. Przestrzeń, w której owa gra/konsumpcja się rozgrywa, sprawiać musi wrażenie „niezaplanowanej”, choć jest to jedynie pozór, gdyż w rzeczywistości kreowana jest przez zasady sprawności, racjonalności, wymierności (Makowski 2004: 96). Taka konstrukcja daje możliwości odczytywania (i gry) na wielu poziomach. Przestrzeń zyskuje dodatkowy wymiar dzięki estetyce designu, kluczowej dla funkcji opakowania produktu. Na nim bowiem skupia się uwaga konsumenta, tu też działa mechanizm jej zatrzymywania. Dzięki działaniu sfery paratekstowej i

---

\* W odmienny sposób opisuje miejsce i przestrzeń Michel de Certeau: „*Miejsce* jest porządek (jakikolwiek) decydujący o rozmieszczeniu elementów w stosunkach współistnienia [...]. *Przestrzeń* istnieje wówczas, gdy bierzemy pod uwagę wektory kierunku, pomiary prędkości i zmienną czasową. Jest uaktywniona niejako przez zespół rozpościerających się w niej ruchów. Przestrzenią jest skutek wytworzony przez działania nadające jej kierunek, szczegółowo ją opisujące, wprowadzające ją w wymiar czasowy oraz pozwalające jej zaistnieć jako wielofunkcyjna jedność sprzecznych programów albo umownych więzi. Przestrzeń byłaby dla miejsca tym, czym staje się słowo w chwili, gdy jest wypowiedziane [...]. Ogólnie mówiąc, *przestrzeń jest praktykowaniem miejsca*” (de Certeau 2008: 116–117).

około produktowej towar zyskuje tożsamość, zostaje uzupełniony o element narracyjny. Układ, w którym towar wpisuje się w przestrzeń konsumpcyjną wraz z szeregiem innych przedmiotów i elementów, określany jest przez „wyobrażnię turystyczną”, dla której elementy „nie na miejscu” będą nie tylko frapujące, ale również będą odgrywały istotną rolę w procesie poszukiwania autentyczności.

Nowe formy promocji marek i produktów uwikłane mogą być zatem również w nowe formy eksploracji przestrzeni miejskiej. Wykorzystanie elementu (pozwolnie) „nie na miejscu” skutkuje kreowaniem strategii „drugiego dna” czy też wspólnie odkrywanej tajemnicy. Gra za pomocą tekstów około produktowych i paratekstów prowadzić ma do odkrycia „mrocznej tajemnicy” (osadzenie jej w przestrzeni miejskiej czyni ją tym bardziej wiarygodną). Odpowiedzią na taką potrzebę jest „mroczny marketing” (*dark marketing*)\*, którego zasadą jest ukrywanie marki po to, aby dotrzeć do konsumentów „odpornych” na tradycyjną reklamę.

Obydwa wymienione przez mnie przypadki – miasto jako produkt, który trzeba wypromować, oraz miasto jako element kampanii promocyjnej innego produktu – posiadają liczne warianty, strategie etc. W dalszej części tekstu skupię się na tym drugim, pokazując wykorzystanie realnej przestrzeni miejskiej jako platformy dla kampanii promocyjnych, platformy o charakterze skomplikowanego, wielowymiarowego systemu medialnego, który odwołuje się do różnych zmysłów, działa za pomocą różnych kanałów, jest transmedialny i wykorzystuje element „nie na miejscu”, niejednokrotnie opierając się na wspólnocie wtajemniczonych lub ją tworząc. „Mroczny marketing” w tym kontekście stanowić ma zatem sposób wykorzystania i ponownego odczytania przestrzeni miejskiej.

Interesujący przykład zastosowania powyższych strategii stanowią gry ARG (ang. *Alternate Reality Game*), które łączą rozgrywkę w rzeczywistej przestrzeni z tekstami rozsianymi w różnych mediach. Taki układ zawiera pewne elementy nowych strategii promocyjnych, nie jest jednak typowy, jeśli chodzi o budowanie „społeczności marki”, gdyż ona sama pozostaje – przynajmniej początkowo – utajniona. Wykorzystane natomiast zostają mechanizmy działania wspólnoty wtajemniczonych, plotki i pogłoski, współpraca oparta na uzupełnianiu kompetencji i przestrzeni przyciągania. Alternatywna rzeczywistość gry prowadzi w ten sposób do alternatywnej eksploracji rzeczywistej przestrzeni, która niejako na nowo kreowana jest na przecięciu faktycznych danych geofizycznych i fikcyjnych mikronarracji gry.

Przykładem tego typu gry była „The Lost Ring” rozgrywająca się na skalę globalną w wielu językach, której celem było wspólne rozwiązywanie tajemnicy starożytnych olimpijskich igrzysk. Finał gry miał miejsce w dzień zakończenia Mistrzostw Olimpijskich w Pekinie, ukrytym sponsorem okazał się MacDonalds – również sponsor Olimpiady. Gra rozpoczęła się, gdy pięćdziesięcioro blogerów otrzymało tajemnicze przesyłki zawierające plakaty i pocztówki przedstawiające obiekty olimpijskie z przeszłości z zagadkowymi napisami na odwrocie („to sekret utrzymywany w tajemnicy do bardzo dawna”, „znajdź ją”, „znajdź innych”, „ocal świat”) oraz kłębek sznurka, w środku którego znajdowała się kartka ze wskazówką odsyłającą

---

\* Należy tu również wymienić takie nowe formy marketingu, jak marketing szeptany (*buzz marketing*) czy wirusowy (*viral marketing*), które również wykorzystują mechanizmy plotki i tajemnicy.

cą do strony internetowej gry ([www.findtheloststring.com](http://www.findtheloststring.com))\*. Tu odwiedzający mogli zapoznać się z historią tajemniczej dziewczyny dotkniętej amnezją, poszukującej jakichkolwiek informacji na swój temat. W ten sposób rozpoczęła się jedna z najbardziej złożonych gier w historii, w trakcie której internauci na całym świecie łączyli wysiłki, by ocalić, odtworzyć, a następnie uprawiać zaginioną dyscyplinę olimpijską. Aby osiągnąć ten cel, musieli między innymi tłumaczyć teksty z kilkunastu języków, śledzić liczne blogi i wypowiedzi bohaterów gry rozsiane w różnych serwisach i na stronach internetowych oraz dokumenty zawierające skomplikowane informacje na temat poszukiwanych artefaktów. Działaniom w sieci towarzyszyły działania w rzeczywistej przestrzeni, tu odnajdywane były poszukiwane artefakty, tu wreszcie rozgrywane były zawody starożytnej dyscypliny – biegu w labiryncie. Przestrzeń, w tym przestrzeń miejska, została zatem wykorzystana jako jeden z planów gry. Kluczowy schemat labiryntu, nałożony na mapy realnych miast, służył odnajdywaniu koniecznych do kontynuowania gry artefaktów. Finalne rozgrywki biegu w labiryncie, również wykorzystujące te same schematy, w dużej części rozgrywane były w realnych miastach (m.in. Manchester, Buenos Aires, Tokio).

Gra „The Lost Ring” bardzo szybko odkryła się jako kampania promocyjna koncernu MacDonalds, co wywołało dyskusję i dylematy wśród uczestników. Większość jednak, zgodnie z intencjami nowego marketingu, uznała, że pozostanie w grze, dopóki promocja nie stanie się zbyt nachalna. Z czasem też wskazywano na zagadkowe wypowiedzi przedstawicieli firmy dotyczące kampanii związanej z Olimpiadą, które mogły zapowiadać tego typu strategię. Rzecz jasna gracze spodziewali się ukrytego sponsora – gry ARG zazwyczaj stanowią element kampanii innego produktu (najbardziej znane przykłady to gra „The Beast”, która była związana z promocją filmu *AI* Stevena Spielberga, „I love bees”, promująca grę „Halo”, „The Lost Experience” promująca serial *Lost*). Coraz częściej elementy posiadające schemat ARG wykorzystywane są przez wytwórnie filmowe do promocji najnowszych tytułów (np. *the Dark Knight*). W każdym przypadku realna przestrzeń, w tym często przestrzeń miejska, stanowi element uzupełniający i uprawomocniający pozostałe teksty rozsiane w różnych mediach; stwarzający dodatkowo iluzję realności. Eksplorowanie tak kreowanej przestrzeni kształtowane jest przez pogłoskę, plotkę, teorię spiskową, innymi słowy odwołuje się do metod nowego marketingu, który ze schematu gry czerpie motyw „wspólnego celu”, jakim jest rozwikłanie spisku/tajemnicy.

Najnowszym przykładem kampanii promocyjnej wykorzystującej ten model jest kampania filmu Rolanda Emmericha *2012*. Film, którego premierę zapowiedziano na listopad 2009, opowiada historię czekającej ludzkość zagłady, przewidzianej rzekomo przez starożytnych Majów na rok 2012. Kampania opiera się na ujawnieniu istnienia rządowego projektu IHC (Institute for Human Continuity, <http://www.instituteforhumancontinuity.org/>), którego celem jest zachowanie pewnej części ludzkości. W tym celu prowadzone są prace nad budową statków ratowniczych oraz zorganizowana jest loteria w celu wyłonienia szczęśliwców, którzy będą mogli do nich wsiąść. Alternatywnym źródłem informacji na temat projektu i spodziewanej zagłady jest fikcyjny bloger Charlie Frost (naprawdę Woody Harleson), który prezentuje zebraną przez siebie wiedzę na stronie <http://thisistheend.com>.

---

\* Stanowiło to tzw. przepustkę czy też wprowadzającą zagadkę uruchamiającą mechanizm gry. W terminologii ARG określa się ten element mianem *rabbit hole*.



Jego naczelnym hasłem jest „pamiętajcie, Charlie wiedział to pierwszy” i poprzez różne działania na swoim blogu oraz w serwisie YouTube stara się on demistyfikować działania rządowej organizacji. Tu również odnaleźć możemy ślady działań w przestrzeni miejskiej, kiedy na przykład „zwolennicy” Charliego rzekomo umieszczają na budynku siedziby IHC oraz w punktach miasta graffiti ostrzegające przed katastrofą. W tym przypadku, podobnie jak w grach typu ARG, „prowokacje” w przestrzeni miejskiej stanowią jedynie element uzupełniający wielopoziomową i transmedialną grę z widzem.

Inny natomiast przypadek stanowią kampanie, które skupiają się na wykorzystywaniu przestrzeni miejskiej jako podstawowej platformy komunikatów reklamowych. Jest to forma bardzo popularna również w Polsce, głównie za sprawą telefonii komórkowych (Heyah, Plus GSM 36,6). Przykład może stanowić kampania PZU, która opierała się na wysyłaniu sms-ów, umieszczaniu ogłoszeń w prasie i telewizji, „ręcznie pisanych” transparentów na budynkach mieszkalnych i napisów (np. udających napisy zrobione za pomocą szminki) w miejscach publicznych. Wszystkie one zawierały przeprosiny kierowane do konkretnej, fikcyjnej osoby, związane z ubezpieczeniem, oferowanym przez PZU (np. „Stary, sorka, że ci to OC w PZU odradziłem” albo „Misku strasznie Cię przepraszam za to OC. Wprowadziłam Cię w błąd. W PZU rzeczywiście mają taniej niż obstawiałam. Miałeś rację, kocham Cię Pyszczku, wybaczysz?”). W tym przypadku raczej nie było mowy o wspólnym rozwiązywaniu zagadki, gdyż początkowe zaskoczenie, jakie powodowały informacje umieszczane w przestrzeni miejskiej i rozsyłane za pomocą sms-ów, szybko ustąpiło pewności co do nadawcy i celu ich pojawiania się. Niemniej jednak istotnym elementem było tu charakterystyczne dla nowych form promocji odwołanie się do strategii zagadki oraz emocji.

Emocjonalne zabarwienie dominowało również w kampanii piwa Tyskie związanej mistrzostwami piłki nożnej, gdzie dodatkowo z wyjściową grupą docelową byli kibice piłki nożnej – a zatem odbiorcy, których charakteryzuje pewien rodzaj wspólnotowych wartości. Jeden z jej elementów stanowiło zachęcanie do rozwieszania na budynkach mieszkalnych dołączanych do piwa flag narodowych (hasło „Kup Tyskie – dołącz do reprezentacji”). Drugim etapem był projekt „mobilne flagi” (<http://www.mobijoy.pl/?p=384>), który polegał na rozsyłaniu sms-ów o treści „Dołącz do Reprezentacji! Stwórz osobistą flagę TYSKIE jako tapetę w komórce. Przeglądarką telefonu wejdź na <http://mtyskie.pl/flag/YVLL3UPE> i kibicuj Polakom”. Wejście na wskazaną stronę umożliwiało wygenerowanie tapety/flagi z własnym imieniem (i w ten sposób „dołączenie” do reprezentacji). Podobnie zatem jak w pierwszym przykładzie działaniom w rzeczywistej przestrzeni miejskiej towarzyszyły akcje prowadzone za pomocą kanału telefonii komórkowej\*.

Innym natomiast przykładem wykorzystania rzeczywistej przestrzeni miejskiej, w tym wypadku bez jakiegokolwiek faktycznej ingerencji w nią, jest kampania LG związana z zawodami Formuły 1 (<http://www.torformuly1.pl>). Tu również

---

\* Należy w tym miejscu zwrócić uwagę, iż kampanie tego typu ze względu na swój emocjonalny charakter spotykają się z silnym odzewem, który niekiedy ma charakter negatywny, wiąże się bowiem z naruszaniem zamieszkiwanej przez odbiorców przestrzeni. W Łodzi taki odzew nastąpił, gdy Grupa Pewnych Osób (<http://gpo.blox.pl>) w ramach protestu przed zaśmiecaniem miasta zainicjowała akcje obywatelską odklejania wlepek „36 i 6” i naklejania ich pod salonem Plusa.



odwołano się do zainteresowania bardzo określonej grupy odbiorców. Osłą kampanii był fikcyjny projekt dotyczący zbudowania w jednym z polskich miast toru Formuły 1. Strona internetowa projektu prezentowała zatem fikcyjne plany architektoniczne nałożone na virtualne modele fragmentów przestrzeni miejskiej Gdyni, Krakowa, Warszawy i Wrocławia (przy czym promocji projektu towarzyszyły rozmaite imprezy w tych miastach). Wizualizacje projektów były uwiarygodniane przez wypowiedzi „eksperta Magazynu F1 Racing” omawiającego wady i zalety każdej z możliwych lokalizacji przyszłego toru. W ten sposób virtualny projekt został nałożony na rzeczywistą przestrzeń miejską tworząc nową płaszczyznę nie-miejsca.

Opisane wyżej wybrane przykłady pokazują bardzo różne strategie wikłania przestrzeni miejskiej w nowe typy działań marketingowych. Łączy je przede wszystkim wykorzystywanie elementu „nie na miejscu”, co skutkuje wprowadzaniem zmiany w przestrzeni miejskiej tak, by przykuwać uwagę i prowokować wspólne śledzenie „tego co ukryte”, tajemnicy. Z drugiej zaś strony, poprzez uczynienie z miasta platformy promocyjnej omawiane tu przykłady związane są z miastem jako nie-miejscem, które nabiera jeszcze cechy „nieumiejscowienia” poprzez uwikłanie w transmedialne konteksty promowania marki. Dla obydwu omawianych przypadków jest natomiast zasadnicze zaangażowanie uczestnika/konsumenta, który musi nie tylko zwrócić uwagę, ale również „wejść” do gry, jaką proponuje kampania. Powodzenie zależy zatem w tym przypadku od pozytywnej odpowiedzi na zadane w trailerze do gry „The Lost Ring” pytanie: „Are you in?”

## Bibliografia

- Augé M. (1995), *Non-places. Introduction to an Anthropology of Supermodernity*, trans. J. Howe, London, New York.
- Certeau de M. (2008), *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Kraków.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Maffesoli M. (2008), *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, przeł. M. Bucholc, Warszawa.
- Makowski G. (2004), *Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego*, Warszawa.
- Manovich L. (2006), *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Warszawa.
- Ritzer G. (2001), *Magiczny świat konsumpcji*, przeł. L. Stawowy, Warszawa.
- Sulima R. (2000), *Antropologia codzienności*, Kraków.
- Wieczorkiewicz A. (2008), *Apetyt turysty. O doświadczaniu świata w podróży*, Kraków.

## **„Are you in?” – new forms of advertising in urban space**

### **Abstract**

The article aims at examining new marketing solutions (“dark marketing”, buzz marketing, viral marketing) which are based on advertising campaigns in different media and the real urban space at the same time. The analysis of selected examples is based on the Henry Jenkins' concept of media convergence and the problem of negotiations between consumers and producers. New marketing solutions may become an element of an interesting game with the audience, especially if the audience can be emotionally involved in the plot. Two categories “non-place” and “out of place” create a context for this game in the urban space.

**Key words:** marketing, convergence, non-place, urban space, consumption

### **Blanka Brzozowska**

kulturoznawca, adiunkt w Instytucie Teorii Literatury na Uniwersytecie Łódzkim, Teatru i Sztuk Audiowizualnych (Zakład Teorii Kultury). Autorka książek *Gen X – pokolenie konsumentów* oraz *Spadkobiercy flâneura. Spacer jako twórczość kulturowa – współczesne reprezentacje*. Interesuje ją głównie problematyka przestrzeni miejskiej w kontekście kultury konsumpcyjnej.

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia de Cultura I (2010)

*Katarzyna Kopecka-Piech*

## **„Ponad” i „pomiędzy” (nowymi) mediami: użytkownicy w nowym środowisku.**

### **Studium przypadku kampanii reklamowej firmy Netia**

#### **Media, dystrybucja, użytkowanie**

Netia jest firmą telekomunikacyjną świadczącą usługi szerokopasmowe: telefoniczne, internetowe. W dniach od 11 maja do 30 czerwca 2009 r. na jej zlecenie w polskich mediach realizowana była wizerunkowa kampania reklamowa „Pierwsze Wolne Wybory na Twarz Netii”<sup>\*</sup> z udziałem aktorów: Tomasza Kota, Piotra Adamczyka i Magdaleny Róźczki. Kampania obejmowała telewizję, prasę, internet, radio, kina i reklamę zewnętrzną. W pierwszej fazie pojawiły się spoty telewizyjne, radiowe, reklamy prasowe, w których każdy z kandydatów prezentował założenia swojego programu. Uruchomiono kanał promocyjny w serwisie You Tube, w którym zamieszczono spoty. Wystylizowani aktorzy w dniu inauguracji kampanii wzięli też udział w konferencji prasowej. 1 czerwca 2009 r. kampania weszła w drugą fazę, na którą składały się spoty stylizowane na debatę polityczną. Wersja skrócona była emitowana w telewizji, pełna prezentowana w wybranych kinach, natomiast wersja poszerzona o kulisy „przygotowań” do debaty, ukazująca „prawdziwe twarze” kandydatów, została zamieszczona na oficjalnej stronie internetowej firmy Netia ([www.netia.pl](http://www.netia.pl)). Włączono również nośniki reklamy zewnętrznej: 364 bilbordy oraz 45 tablic wielkoformatowych z elementami ruchomymi, a w 29 miastach, w których nie pojawiły się plakaty, kampanię wspierały oplakutowane i uzupełnione o nagłośnienie samochody MobilJet<sup>\*\*</sup>. Kampanię wizerunkową od 20 maja 2009 r. uzupełniała kampania ofertowa, na którą składały się m.in. dodatkowe spoty. Pośrednim celem kampanii było zachęcenie do odwiedzenia strony [netia.pl](http://netia.pl) i zagłosowanie na określonego kandydata. Wybrana osoba miała w przyszłości występować w kolejnych reklamach firmy. W internetowych wyborach zwyciężył Tomasz Kot, na którego zagłosowało 40% osób<sup>\*\*\*</sup>.

<sup>\*</sup> Kreacją kampanii zajęły się agencje Brasil, 180 heartbeats (internet) i Change Connections (BTL), natomiast media zaplanował dom mediowy Zenith Optimedia Group (w internecie - Zed Digital), *Wybierz Twarz Netii w Wolnych Wyborach!*, <http://media.netia.pl/pl/pr/119112/wybierz-twarz-netii-w-wolnych-wyborach> [1.09.2009].

<sup>\*\*</sup> *Nowa debata w kampanii na twarz Netii*, <http://media.netia.pl/pl/pr/120323/nowa-debata-w-kampanii-na-twarz-netii> [1.06.2009].

<sup>\*\*\*</sup> *Hop-siup i Twarz Netii został Tomasz Kot!*, <http://media.netia.pl/pl/pr/122068/hop-siup-i-twarza-netii-zostal-tomasz-kot> [1.09.2009].



Zawartość mailingu reklamowego (WP.pl) z dnia 16 czerwca 2009

### Intermedialność i transmedialność

Nowatorskie kampanie reklamowe w coraz większym stopniu wykorzystują konwergencyjne strategie medialne: intermedialność i transmedialność. Według Klausa B. Jensena w zależności od znaczenia pojęcia medium można wyróżnić trzy koncepcje intermedialności, jako:

- kombinacji i adaptacji niezależnych materialnych nośników reprezentacji i reprodukcji (nazywanej niekiedy multimedium),
- komunikacji poprzez kilka modalności zmysłowych jednocześnie,
- konwergencji i konglomeracji, czyli wzajemnych relacji między mediami jako instytucjami (Jensen 2008).

Dwa pierwsze przypadki intermedialności stanowią w pewnym stopniu efekt konwergencji technologicznej (urządzeń i sieci), trzeci – konwergencji rynkowej. Zasadnicza z punktu widzenia kampanii reklamowych jest konwergencja zawartości: treści i formy komunikatów reklamowych. W przypadku jej analizy należy przyjąć, że „intermedialność odnosi do wzajemnej łączliwości nowoczesnych mediów komunikacji. W rozumieniu prezentacji i wymiany różne media zależą od siebie i odwołują się do siebie nawzajem, zarówno jawnie, jak i domyślnie; wchodzą w interakcje jako elementy poszczególnych strategii komunikacyjnych; i stanowią składowe szerszego środowiska kulturowego” (Jensen 2008). Za konwergencję zawartości, czy inaczej konwergencję medialną, można uznać intermedialność *sensu stricte* i intermedialność *sensu largo*. Należy do niej zatem intermedialność traktowana

jako intertekstualność (Lehtonen 2001)\* w pierwszym przypadku, jak i przekraczanie różnych progów i granic, nie tylko o charakterze narracyjnym, ale np. przestrzennym (Lehtonen 2001) w drugim wypadku. W szerszej perspektywie intermedialność może odnosić do sposobu łączenia mediów dzięki zmianie kontekstów kulturowych i społecznych, np. do tworzenia się pewnych formacji, które wynikają z określonych warunków (Nikunen 2007). Można również mówić o transmedialności. Wówczas to co istotne, rozgrywa się nie tyle pomiędzy mediami, co ponad nimi. Sens strategii wynika nie tyle z poszczególnych mediów czy pojedynczych relacji między nimi (np. intermedialności), co z całości procesu komunikacji, który nie daje się konkretnie zlokalizować. Wykorzystanie potencjału transmedialności w coraz większym stopniu wymaga aktywności ze strony użytkowników mediów, którzy nie są „zlokalizowani” w konkretnym medium i nie działają jedynie na pograniczu wskazanych mediów. Wykraczają poza ramy strategii, przez co efekty również mają charakter transmedialny. Transmedialność zatem dotyczy także skutków komunikowania.

### Zawartość – strategie intermedialne

W kampanii „Pierwsze Wolne Wybory na Twarz Netii” zwracają uwagę „intersemiotyczne powiązania” (Nycz 1995: 11). Po pierwsze, aktorzy występujący w reklamach, odgrywają role polityków, lecz występują pod własnymi nazwiskami. Następuje hybrydyzacja dyskursów: łączą się ze sobą kreacja reklamowa, kreacja postaci i kreacja wizerunku aktora, co przekłada się na zastosowane rozwiązania w kolejnych strategiach reklamowych Netii, ale i na możliwości angażu do nich określonego artysty. Wszak zwycięzca miał zagrać (ponownie „siebie”, tzn. fikcyjnego polityka pod własnym nazwiskiem lub kogoś zupełnie innego) w kolejnych reklamach tej firmy. Kampania reklamująca usługi telekomunikacyjne może stanowić test popularności dla gwiazdora. Zatarta (nie po raz pierwszy zresztą\*\*) zostaje granica między fikcyjnością i światem pozafikcyjnym, dyskursem marketingowym (firmy) i *public relations* (osoby publicznej). Hybrydyczny i tymczasowy charakter kampanii gwarantuje jednak obu stronom bezpieczny azyl w postaci interpretacji kampanii jako niezobowiązującej zabawy i gry z widzom.

Drugi rodzaj powiązań dotyczy aktualnych wydarzeń społeczno-politycznych. Okres kampanii reklamowej Netii pokrywał się z kampanią wyborczą do Parlamentu Europejskiego oraz przygotowaniem i obchodami uroczystości dwudziestej rocznicy wyborów 1989 roku. Nieprzypadkowo zatem twórcy kampanii posłużyli się

---

\* Na kategorię intertekstualności składają się typy tzw. transtekstualności według G. Genette’a: intertekstualność wąsko rozumiana (cytat, aluzja, plagiat), paratekstualność, metatekstualność, hipertekstualność, architekstualność.

\*\* W polskich mediach często spotkać można aktorów czy inne osoby publiczne grających w produkcjach telewizyjnych (np. serialu) samych siebie, np. „Niania” (TVN). Z tej perspektywy warte rozważenia są zatem możliwe przyczyny zwycięstwa Tomasza Kota. Czy o jego przewadze zadecydowała większa popularność jako aktora (szczególnie jako aktora komediowego), lepsza gra aktorska, odgrywana postać „program wyborczy”, czy może fakt, iż występował już wcześniej w produkcjach telewizyjnych (w serialu *39 i pół*/TVN) jako Tomasz Kot – przyzwyczajając tym samym część widzów do faktu, iż kreując postać fikcyjną jednocześnie „pozostaje sobą” i w ten sposób konstruuje swój wizerunek.

hasłem „pierwsze wolne wybory” i stylistyką dyskursu wyborczego. Dokonali powiązania dyskursu wyborczego (europarlamentarnego), historyczno-rocznicowego i reklamowego. Konstruując spot wyborczy odwołano się do architekstu\* debaty przedwyborczej. W debacie bierze udział kilku rozmówców i prowadzący, zajmują miejsca za stołem, spierają się. Projektując reklamę prasową, nie zapomniano o jej zasadniczych elementach: zdjęciu i autografie kandydata, sloganie, krótkim przedstawieniu programu.

Najistotniejsze wydają się jednak aluzje (czyli intertekstualność wąsko rozumiana). Same wizerunki kandydatów stanowią zbiór aluzji do określonych polityków: wygląd, sposób mówienia, słownictwo, styl dyskutowania, zachowanie (przed kamerami oraz za kulisami) itp. wywołują skojarzenia, często humorystyczne. W wypowiedziach kandydatów pojawia się zatem „stary układ”, „pewne informacje” i „podpisik”, błędy językowe („popsulizm” i „objanie bawełny”), hiperpoprawna wymowa „ę”, stereotypowe argumenty („Jestem kobietą, jestem elastyczniejsza”) i stałe punkty dyskusji politycznych: „A czy ja panu przerywałam?” Nie zabrakło również aluzji do dwulicowości polityków – przed wejściem na antenę kurtuazja i żarty (z „Cześć Tomuś” i całusem dla „Madzi” włącznie), na wizji zacietrzewienie i wzajemne złośliwości. Na bilbordach kandydaci przyjaźnie uśmiechają się do swoich wyborców, pozdrawiają ich nienaturalnie machając samymi dłońmi (zabieg ten zastosowano dzięki wykorzystaniu w bilbordach elementów mechanicznych).



Plakaty reklamowe kampanii „Pierwsze Wolne Wybory na Twarz Netii”,  
<http://media.netia.pl/pl/pr/119112/wybijer-twarz-netii-w-wolnych-wyborach> [1.09.2009]

Każdy spot wyborczy kończy hipertekstualny\*\* slogan: „Sami wybierzcie naszą twarz w wolnych wyborach na [www.netia.pl](http://www.netia.pl)”. W ten sposób następuje nie tylko powiązanie dwóch tekstów (spotu i strony internetowej), ale i zawiązanie intermedialnej relacji między telewizją/radiem/kinem a internetem. Relacja między internetem a pozostałymi mediami jest oparta na sprzężeniu zwrotnym, wykorzystującym

\* Architekturalność „polega na tym, że tekst odsyła zawsze do ogólnych reguł, według których został zbudowany” (Głowiński 1992: 95).

\*\* W hipertekście zachodzi relacja jednocząca tekst B (hipertekstu) z wcześniejszym tekstem A (hipotekstem) (Głowiński 1992: 95).



aktywność użytkowników. Ogłoszenia prasowe, spoty radiowe i telewizyjne (emitowane także w kinach), bilbordy, plakaty, akcje ambientowe mają na celu rozpropagowanie nowego wizerunku Netii jako udostępniającej usługi „wszędzie”, „elastycznie” i bez problemów („hop-siup”), ale także jako udostępniającej narzędzia tworzenia swojego wizerunku klientom: „Sami wybierzcie naszą twarz”. „Wyborczy” serwis internetowy umożliwiał użytkownikom zaangażowanie się w kampanię nie tylko poprzez oddanie głosu, ale również śledzenie na bieżąco wyników głosowania czy „wejście do sztabu wyborczego”: dodanie swojego zdjęcia, sloganu wyborczego. W ten sposób na czas trwania kampanii wytworzyła się mikrospołeczność internetowa. Popierając określonego kandydata, użytkownik opowiadał się równocześnie za całym przedsięwzięciem. Brał również udział w kreacji wizerunku firmy. Wspólna decyzja użytkowników: zwycięstwo Tomasza Kota, spowodowało jego udział w kolejnych reklamach. Wystąpił jako „Pan Twarz Netii” w kolejnym spotcie reklamowym nawiązującym do zakończonych wyborów (T. Kot zagrał w nim w dotychczasowej charakterystyce polityka). Od 6 sierpnia 2009 roku natomiast grał w spotach reklamujących kolejną ofertę Netii – mobilny internet. Tym razem wcielił się w postać głowy romskiej rodziny. Pozostał zwycięską „twarzą”, ale jedynie jako aktor, nie jako hybrydyczny mix: aktor-osoba prywatna\*.



Zrzut strony głównej Netia.pl [1.09.2009].

## Konwergentne środowisko – istota transmedialności

Podobnie jak opowiadanie transmedialne to „historie, które są odślaniane na różnych platformach medialnych, przy czym każde medium wnosi swój oddzielny wkład w nasze rozumienie fikcyjnego świata” (Jenkins 2007: 260), tak transmedialna kampania reklamowa trwa na różnych uzupełniających się platformach. Jednakże

\* „Główną rolę – Króla Cyganów gra Tomasz Kot - Twarz Netii, obsadzony w roli „głowy rodziny”, (*Darmowy mobilny Internet w Netii*, <http://media.netia.pl/pr/123626/-darmowy-mobilny-internet-w-netii>) [1.09.2009].

to, co istotne, to jej ponadmedialny efekt: transmedialne przekaz i świadomość marki, oparte na transmedialnej aktywności użytkowników.

Netia jest firmą telekomunikacyjną, stąd trudno sobie wyobrazić, by w swojej kampanii nie wykorzystwała internetu. Jednakże uczyniono to w sposób twórczy, bazując na coraz powszechniejszym trendzie aktywizacji użytkowników do tworzenia treści i decydowania o dalszym przebiegu komunikacji. Ułatwiono wtórny obieg komunikatów, wykorzystując kanał You Tube, nie bojąc się tym samym odpowiedzi w postaci materiałów pełnych ironii, żartu, ale również krytyki (niemal tradycyjnych dla tego serwisu). Wykorzystano potencjał internetu do snucia przez odbiorców spekulacji na temat tego, kogo parodiują aktorzy, o czym świadczy przytoczona poniżej dyskusja. Umożliwiono użytkownikom aktywny odbiór i uczestnictwo w kampanii, oddając im do dyspozycji konwergentne „służebne środowisko” (McLuhan 2001:543) przenikających się mediów.

**~mk 2009-05-11 22:18**

Adamczyk - Lepper, Róźdzka - Gilowska(?), a Kot? Michnik?

**WitekT**

Pawlak? :-)

**thonka 2009-05-11 22:21**

zdecydowanie Pawlak ;)

**~ 2009-05-11 22:26**

Ach, racja. Pasuje :)

**tajniak 2009-05-11 22:31**

Kot – 100% Pawlak, Adamczyk - Lepper (ale może ktoś inny jeszcze?), a Róźdzka nie kojarzy mi się - bezpartyjna? ;)

**WitekT 2009-05-11 22:32**

Warkocz ma jak Julia Tymoszenko...

**tajniak 2009-05-11 22:32**

Popatrzcie na „Twarz Netii - Studio Wyborcze” kto robił taki gest jak ona?

**WitekT 2009-05-11 22:36**

tajniak: nie mam pojęcia - nic mi się nie kojarzy...

**tajniak 2009-05-11 22:38**

Czekaj, pamiętam kiedyś któraś z posłanek miała taki fryz przez pewien czas.

**~ 2009-05-11 22:39**

tajniak: nieważne gesty, ważne, co się mówi ;-) [youtube.com/watch?v=rPCGaGKEWec](http://youtube.com/watch?v=rPCGaGKEWec)

**tajniak 2009-05-11 22:44**

Hehe :D Ale ja nie jestem przekonany, że to Gilowska.

**angelo 2009-05-11 22:48**

podobnie to ludzi z tej fotki: [http://www.dziennik.pl/files/archive/00090/fr\\_combo\\_napieralski\\_90552e.jpg](http://www.dziennik.pl/files/archive/00090/fr_combo_napieralski_90552e.jpg) Kiedyś Katarzyna Piekarska miała taki warkocz:)

**tajniak 2009-05-11 23:01**

angelo, zły link

**tajniak 2009-05-11 23:02**

a może Piekarska właśnie? ;)

**hainasz 2009-05-11 23:04**

Kot - Balcerowicz (choć tu jest najtrudniej), Adamczyk - Lepper (opalenizna mówi sama za siebie) i Rózczyka-Tymoszenko (warkocz nie pozostawia złudzeń). Wreszcie kryzys skłonił firmy do odważnych reklam a nie tylko wizerunkowych słodkości przysparzających o młodości ;- ) (*Dowcipne...* 2009).

### „Pierwsze Wolne Wybory na Twarz Netii” w świetle tetrady

W swojej ostatniej pracy, napisanej wraz z synem Erikiem, Marshall McLuhan tak wyjaśnia przeznaczenie tetrady, czyli czterech praw mediów:

Nasze prawa mediów mają dostarczać gotowych sposobów identyfikowania właściwości i działań podejmowanych wobec nas samych ze strony naszej techniki, mediów i artefaktów. Nie opierają się na żadnej koncepcji ani teorii, lecz mają charakter empiryczny i kształtują praktyczne sposoby postrzegania działań i skutków działań zwykłych ludzkich narzędzi i urządzeń pomocniczych. Znajdują zastosowanie do wszystkich wytworów ludzkiej pracy. [...] tetradą skutków działania techniki i artefaktów nie stanowi procesu ani nie następuje w określonej kolejności; mają one raczej charakter jednoczesny. Wszystkie cztery aspekty tkwią od samego początku w każdym wytworze ludzkiej pracy i umysłu (McLuhan 2001: 546–547).

Na tetradę składa się: zwiększenie (*enhancement*), starzenie się (*obsolescence*), odzyskanie (*retrieval*) i odwrócenie (*reversal*) (Morrison 2006: 188). Badanie mediów z wykorzystaniem tetrady polega w zasadzie na odpowiedzi na cztery pytania McLuhan 2001: 546–547):

- Co dany artefakt wzmacnia, nasila, umożliwia bądź przyspiesza?
- Co zostaje odrzucone albo znika za sprawą nowego „organu”?
- Jakie wcześniejsze działania i pomoce powracają bądź pojawiają się ponownie za sprawą nowej formy?
- W jakim stopniu nowa forma może się odwrócić?

Każde studium przypadku w oparciu o tetradę może przynieść inne rezultaty. Nie ma pojedynczych odpowiedzi dla jednego przypadku. Ponadto media i ich efekty wykazują się progresywną cyklicznością – czy jak stwierdza Paul Levinson – mamy nie tyle do czynienia z cyklem, co ze spiralą (Levinson 1999: 190–191). Przeprowadzając analizę należy zatem brać pod uwagę aspekt historyczny, czy jakby powiedział M. McLuhan, ekologiczny. Przykładowo, według opracowań McLuhanów, wprowadzenie urządzeń Xerox wzmocniło prędkość prasy drukarskiej (do prędkości światła), spowodowało odzyskanie tradycji oralnej, wywołało starzenie się taśmowej produkcji książki i doprowadziło do odwrócenia, gdyż każdy może zostać wydawcą. Z kolei perspektywa w malarstwie: wzmocniła pojedynczy punkt widzenia, doprowadziła do zestarzenia się panoramicznego skanowania, odzyskała specjalizację w dużej rozdzielczości, a jej odwróceniem był kubizm: wiele punktów widzenia jednocześnie (McLuhan, McLuhan, 1988: 132 za: Morrison 2006: 188–189).

Analizowana kampania Netii stanowi przykład wykorzystania i jednoczesnej kreacji konwergentnego (czy raczej konwergującego) środowiska. Media łączą się ze sobą, niekiedy integrują, przenikają, determinują się wzajemnie w wymiarze technologicznym, ekonomicznym, w obrębie zawartości. Otaczają użytkowników swoją infrastrukturą i oferowaną zawartością. Stanowią nieuniknione, nowe środowisko człowieka, z którym wchodzi on w interakcje – które go przetwarza i które

jest przez niego przetwarzane. Środowisko nowych konwergujących mediów wyrasta z dotychczasowych środowisk, w których funkcjonował odbiorca, i stanowi podstawę dla rozwoju nowych możliwości, które będą oferowane użytkownikom. W ten sposób trwa ekologiczny proces ewolucji środowiska, które w ramach tetrady analizuje się, patrząc jednocześnie w przeszłość, teraźniejszość i przyszłość.

Kampania „Pierwsze Wolne Wybory” jako konwergentne środowisko odzwierciedla następujące tetrady:

Zwiększenie Intermedialność, krzyżowanie ( <i>cross-media</i> )	Odwrócenie Różnicowanie, specjalizacja platform
Odzyskanie Integracja środowiska medialnego	Starzenie się Samodzielność platform
Zwiększenie Interaktywność	Odwrócenie (Pozorny) dyktat prosumenta; potrzeba eksperta
Odzyskanie Wielogłosowość, wspólnotowość	Starzenie się Jednokierunkowość, bierność

\*potencjalne możliwości

Pierwsza tetrada charakteryzuje przede wszystkim media, druga użytkowników mediów (analizuje media z perspektywy ich oddziaływania). Środowisko konwergujących mediów opiera się na interaktywności i intermedialności. Intensyfikują się w nim wzajemne relacje między mediami (technologiami, instytucjami, zawartością) oraz między mediami i użytkownikami. Samodzielne media jako platformy reklamowe tracą na znaczeniu wobec rosnącej popularności formuł i strategii transmedialnych, w których z kolei coraz większą rolę przypisuje się użytkownikom, w związku z czym strategia przestaje mieć charakter monologowy, opiera się na sprzężeniu zwrotnym. Środowisko medialne (głównie dzięki cyfryzacji oraz coraz bardziej wszechobecnej komputeryzacji) odzyskuje spójność, charakterystyczną dla okresu sprzed odseparowanych od siebie mediów masowych. Nie jest to spójność oparta na komunikacji jeden do jednego, a na zapośredniczonej komputerowej komunikacji (CMC) zintegrowanej (jeden do jednego, jeden do wielu, wielu do wielu, wielu do jednego jednocześnie).

Zdaniem Paula Levinsona, odwrócenie nowych mediów nie miało jeszcze miejsca (Levinson 1999: 199), wymaga ono bowiem osiągnięcia etapu maksymalnego rozwoju, jednakże tetrada, jak pisze McLuhan, jest „instrumentem służącym odsłanianiu i przewidywaniu dynamiki sytuacji i innowacji” (McLuhan 2001: 555). Można zatem na podstawie dotychczasowych ustaleń, pokusić się o prognozę bądź możliwe scenariusze wydarzeń.

Odwrócenie nie jest antytezą czy opozycją w stosunku do tego, co było wcześniej. [...] Część ciągłości tetrady wynika z odzyskania początkowo zestarzałych elementów w od-

wróceniu. Część pochodzi z nowego medium lub efektu dosłownie włączanych aspektów medium bezpośrednio poprzedzającego, w stylu lusterka wstecznego w akcji (Levinson 1999: 197).

Dlatego też można hipotetycznie założyć, że faworyzowanie strategii wieloplatformowych kosztem strategii projektowanych dla pojedynczych platform doprowadzi do separowania się, specjalizacji i różnicowania platform, a tym samym ich uatrakcyjnienia i wzrostu potencjału reklamowego i znaczenia ekonomicznego. Warto zauważyć, że mamy z tym do czynienia w przypadku reklamy specjalistycznej, która ma na celu dotarcie do wąskiej grupy docelowej. Wówczas poszukiwane są platformy rzadziej użytkowane, aczkolwiek docierające do osób o określonych atrybutach (np. określonej grupy zawodowej). Z perspektywy użytkownika oznacza to przejście przez niego dominacji nad mediami. Starzejąca się monologowość mediów powraca w postaci wielu monologów, które nie prowadzą do dialogu między pierwotnym nadawcą (reklamodawcą) a odbiorcą (reklamobiorcą). Reklamowy prosumenci, z którymi mamy do czynienia np. w konkursach typu „zrób” reklamę w serwisie You Tube, dyktują swoje wizje marki, kreując przekazy. Jednakże nie jest możliwe, by one wszystkie zostały wzięte pod uwagę w tworzonej po konkursie nowej reklamie czy strategii. Dodatkowo wspomniany dyktat prosumenta polega również na kreacji antyreklam, nie tylko we wspomnianym serwisie z materiałami wideo, ale potencjalnie na każdej stronie internetowej, która umożliwia zamieszczenie zawartości. To z kolei prowadzi do wycofywania się części reklamodawców z niektórych serwisów lub ich niechęci do sięgania po rozwiązania dialogowe\*. Co nie zmienia faktu, iż to właśnie czwarte prawo mediów wskazuje na aktywną rolę ludzi w tym procesie (Levinson 1999: 201). Ich aprobata lub dezaprobata dla określonej reklamy, medium czy strategii oznacza automatyczne modyfikacje w celu dostosowania do oczekiwań. Jak pokazuje historyczno-ekologiczna analiza P. Levinsona, człowiek aktywnie włączając się w proces tworzenia medialnego środowiska, stara się znaleźć remedium na niedoskonałości dostępnych mediów (Levinson 2006: 182 i nast.). W dobie mediów cyfrowych staje się to jeszcze łatwiejsze: „media cyfrowe redukują różnice między mediami celowo wynalezionymi, by rozwiązać problem, i tymi, które w sposób niezamierzony odpowiadają na problem. [...] wszystkie media stają się gotowymi remediumami” (Levinson 1999: 202). Dlatego reklamodawcy w tym samym medium, które stanowi narzędzie niszczenia ich reputacji oraz tworzonych marek, jednocześnie (od)budowują swój wizerunek, a drugą stroną medalu konwergencji, jak twierdzi Ithiel de Sola Pool, jest dywergencja (za Jenkins 2007: 16). Oba procesy konstruują współczesne środowiska medialne.

Podsumowując analizę, warto raz jeszcze zaznaczyć rosnące znaczenie intermedialności i transmedialności w strategiach konwergencyjnych, w tym także reklamowych, a także rosnące znaczenie w ich realizacji użytkowników interaktywnych mediów, których coraz częściej określa się nie tylko prosumentami, ale i współkreatorami marek (*co-creators*). Analizując wspomniane zjawiska należałoby wspomnieć o powszechnym już wykorzystywaniu w strategiach wielu platform (*multi-platform*), w tym nie tylko mediów tradycyjnych i cyfrowych, ale również miejsc publicznych na potrzeby tzw. marketingu ambientowego (niestandardowego) oraz

---

\* Casus TVN – zakaz zamieszczania w You Tube materiałów produkowanych przez tę stację.

efekcie opisywanych działań w postaci mediów krzyżowych (*cross-media*). Skutkiem intermedialnych i transmedialnych strategii są bowiem nowe konfiguracje mediów, integrujące produkcję i wykorzystujące w spójnej strategii swoje mocne strony\*. Wynikiem strategii konwergencyjnych jest również synergia mediów – ich wzajemne wzmocnienie, a w dalszej perspektywie wspólna ewolucja i rozwój, który w praktyce staje się również podstawą synergii marek i wizerunków. Jak pokazuje analiza z wykorzystaniem McLuhanowskiej tetrazy, konwergencyjne strategie reklamowe bazują na powrocie do komunikacji w zintegrowanym środowisku bliskim wspólnotom sprzed epoki mediów masowych, w którym każdy może komunikować się z każdym i mieć łatwy dostęp do informacji. To również powrót do komunikacji z pojedynczym konsumentem, który dzięki określonej strategii jednocześnie tworzy mikrowspólnotę z innymi konsumentami, a każdy głos członka jest istotny. I choć trudno przewidzieć kierunek, w jakim podążą strategie reklamowe w nowym środowisku medialnym, historia mediów pokazuje, iż istnieje duże prawdopodobieństwo ponownego wzrostu zapotrzebowania na przekaz jednostronny, ale ekspercki, profesjonalny i sprawdzony. Wzrost zaufania do innych internautów kosztem nadawców profesjonalnych, które wraz z nastaniem ery Web 2.0 wieszczono jako największą przemianę, może okazać się niewystarczający. Fakt, iż w świetle badań internauci chcą profesjonalnej reklamy spersonalizowanej\*\*, dopasowanej do swoich potrzeb, świadczy o tym, że w nowym środowisku medialnym obie strategie mają rację bytu: w doskonałej symbiozie koegzystują ze sobą konwergencja i dywergencja, działania odgórne i oddolne (*grassroots*), samodzielność i usieciowienie.

## Bibliografia

- Dowcipne reklamy Netii z Kotem, Adamczykiem i Rózczką, <http://www.telepolis.pl/news.php/www.tp.pl/grafika/newsy/2007-12/www.tp.pl/grafika/newsy/2005-09/news.php?id=14812&limit=1000> [5.09.2009].
- Fornäs J. (2002), *Passage across Thresholds: Into the Borderlands of Mediation*, „Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies” nr 4.
- Genette G. (1982), *Palimpsestes. La littérature au sec ind degré*, Paris (za: Głowiński 1992: s. 94–95).
- Głowiński M. (1992), *Poetyka i okolice*, Warszawa.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Jensen K.B. (2008), *Intermediality* (hasło), [w:] *The International Encyclopedia of Communication*, ed. W. Donsbach, Oxford, Malden MA 2008, Blackwell Reference Online, <http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber> [25.06.2008].
- Lehtonen M. (2001), *On No Man's Land. Theses on Intermediality*, „Nordicom Review” nr 1(22), [http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/28\\_lehtonen.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/28_lehtonen.pdf) [1.06.2008].

---

\* Szerzej na temat mediów krzyżowych zob. Boumans (2005), *Cross-Media on the Advance*, [w:] *E-content. Technologies and Perspectives for the European Market*, ed. P. Bruck, A. Buchholz, Z. Karssen, A. Zeffass, Berlin, Heidelberg, New York.

\*\* Pod warunkiem ochrony danych wykorzystywanych do tzw. targetowania behawioralnego na podstawie eMarketer. B. Jaskowska, *Targetowanie behawioralne? Tak, ale...*, <http://www.idg.pl/news/157261/Targetowanie.behawioralne.Tak.ale.html> [30.06.2008].



- Levinson P. (1999), *Digital McLuhan. A guide to the information millenium*, London and New York.
- Levinson P. (2006), *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, przeł. H. Jankowska, Warszawa.
- McLuhan M. (2001), *Prawa mediów* (przedruk 3 rozdziału M. McLuhan, E. McLuhan, *Laws of media: the New Science*, Toronto 1988), [w:] *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, przeł. E. Wóźalska, J.M. Stokłosa, Poznań.
- McLuhan M., McLuhan E. (1988), *Laws of media: the New Science*, Toronto.
- Morrison J.C. (2006), *Marshall McLuhan: The Modern Janus*, [w:] *Perspectives on Culture, Technology and Communication. The Media Ecology Tradition*, ed. C. M. K. Lum, Cresskill.
- Nikunen K. (2007), *The Intermedial Practises of Fandom*, „Nordicom Review” nr 2(28), [http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/255\\_nikunen.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/255_nikunen.pdf) [23.07.2008].
- Nycz R. (1995), *Intertekstualność i jej zakresy: teksty, gatunki, światy*, [w:] R. Nycz, *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa.

### **„Above” and „between” the new media: the users in a new environment. A case study of the advertising campaign of Netia**

#### **Abstract**

The article presents the relations between particular media, developing as a result of convergence. The aim of the analysis is also determining mutual dependences between the media, their content and form of distribution, and their utilization. The analyzed environment reveals its intermedial and transmedial image, and makes us realize the continuously expanding communication possibilities. The case study focuses on the advertising campaign „Pierwsze Wolne Wybory na Twarz Netii” (The first free election for the face of Netia) realized between 11.05.2009 and 30.06.2009. The analysis is based on the most recent findings in the research on media convergence, also using the theory of literary analysis, and on the four laws of the media, i.e. the tetrad, formulated by Marshall and Eric McLuhan.

**Key words:** new media, media convergence, transmediality, intermediality, media ecology, McLuhan' stetrad

#### **Katarzyna Kopecka-Piech**

medioznawca, doktor nauk humanistycznych, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego. Specjalizuje się w konwergencji mediów, prowadzi badania nad produkcją medialną w ujęciu ekologicznym i sieciowym na pograniczu medioznawstwa, geografii humanistycznej i studiów miejskich.

## Spis treści

Wstęp	3
INTERNET I OKOLICE	
<b>Anna Nacher</b> Web 2.0: między wikinomią a kontrkulturą – przypadek Facebooka	7
<b>Zbigniew Bauer</b> Internet – medium czy świat?	20
<b>Agnieszka Dytman-Stasieńko</b> Glokalizacja cyberaktywizmu	33
<b>Anna Ślósarz</b> Prywatne strony internetowe polonistów w posttradycyjnej edukacji	44
WOKÓŁ FILMU	
<b>Aleksandra Smyczyńska</b> Adaptacja <i>Wojny polsko-ruskiej pod flagą białą-czerwoną</i> Doroty Masłowskiej jako przykład strategii adaptacyjnej we współczesnym filmie polskim	57
<b>Bogusław Skowronek</b> Warstwa językowa jako klucz interpretacyjny serialu <i>Włatcy móch</i> Bartosza Kędzierskiego	65
<b>Małgorzata Latoch-Zielińska</b> W świecie oscarowych produkcji	77
WOKÓŁ MEDIÓW	
<b>Małgorzata Gajak-Toczek</b> Tożsamość a współczesne media	90
<b>Monika Górską-Olesińska</b> Poezja w ekologii mediów (na przykładzie hybrydycznego projektu V)	102
<b>Janina Hajduk-Nijakowska</b> Indygenizacja treści współczesnych przekazów medialnych	112
<b>Jan Stasieńko</b> Peepshow, prompter, bluebox – trzy meta-metafory relacji podmiot – infosfera	121

## WOKÓŁ KULTURY

**Agnieszka Ogonowska**

„Król popu nie żyje! Zapraszamy Państwa na spektakl”.  
Śmierć i umieranie w kulturze celebrytów

135

**Magdalena Roszczynialska**

Miłość jako gadżet na telefon

146

**Blanka Brzozowska**

„Are you in?” – nowe formy promocji w przestrzeni miejskiej

156

**Katarzyna Kopecka-Piech**

„Ponad” i „pomiędzy” (nowymi) mediami: użytkownicy  
w nowym środowisku. Studium przypadku kampanii  
reklamowej firmy Netia

165

## Contents

Preface	3
INTERNET AND ITS NEIGHBOURHOOD	
<i>Anna Nacher</i> Web 2.0: between wikinomia and counterculture: Facebook	7
<i>Zbigniew Bauer</i> Internet – a medium or a universe?	20
<i>Agnieszka Dytman-Stasieńko</i> Glocalization of cyberactivism	33
<i>Anna Ślósarz</i> Private educational websites of teachers of the Polish language in post-traditional education	44
AROUND THE FILM	
<i>Aleksandra Smoczyńska</i> Adaptation strategy in the modern Polish cinema: adaptation of "Wojna polsko-ruska pod flagą białą-czerwoną" by Dorota Masłowska	57
<i>Bogusław Skowronek</i> Linguistic layer as the key to interpreting the series "Włatcy móch" Bartosza Kędzierskiego	65
<i>Małgorzata Latoch-Zielińska</i> In the world of Oscar- productions	77
AROUND THE MEDIA	
<i>Małgorzata Gajak-Toczek</i> Identity and the contemporary media	90
<i>Monika Górską-Olesińska</i> Poetry in the ecology of the media: the hybrid project V	102
<i>Janina Hajduk-Nijakowska</i> Indigenisation of the content of contemporary mass media message	112
<i>Jan Stasieńko</i> Peepshow, prompter, bluebox – three metaphors of the subject – infosphere relation	121

## AROUND CULTURE

***Agnieszka Ogonowska***

“The King of Pop is dead! Come to see the show” – Death and dying  
in the celebrities culture

**135*****Magdalena Roszczynialska***

Love as a phone gadget

**146*****Blanka Brzozowska***

„Are you in?” – new forms of advertising in urban space

**156*****Katarzyna Kopecka-Piech***

„Above” and „between” the new media: the users in a new  
environment. A case study of the advertising campaign of Netia

**165**