

interpretatywny słownik terminów kulturowych



Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0

redakcja

Sławomir Iwasiów

Jerzy Madejski

Zachodniopomorskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego

Szczecin 2017

Recenzent

dr hab. Magdalena Szpunar (Uniwersytet Jagielloński)

Redakcja językowa

Elżbieta Blicharska

Korekta

Sławomir Iwasiów

Projekt okładki i łamanie

Marek Szukało

Druk

ZAPOL Sobczyk Spółka Jawna

al. Piastów 42, 71-062 Szczecin

tel. +48 91 435 19 00, www.zapol.com.pl

© Copyright by Zachodniopomorskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli, Szczecin 2017

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2017

ISBN 978-83-89882-16-5

ISBN 978-83-7972-166-5



70-236 Szczecin, ul. Gen. J. Sowińskiego 68

tel. 91 435 06 22

e-mail: sekretariat@zcdn.edu.pl

www.zcdn.edu.pl



71-101 Szczecin, ul. Mickiewicza 66

tel. 91 444 20 06, 91 444 20 12

e-mail: wydawnictwo@univ.szczecin.pl

www.wn.usz.edu.pl

Wydanie elektroniczne PDF I. Ark. wyd. 13,5. Format 210 x 210.

Spis treści

Słowo od wydawcy – Urszula Pańska	4
Wstęp: Interpretatywność 2.0 – Sławomir Iwasiów	5
Apka – Krzysztof Flasiński	12
Blog – Rafał Sidorowicz	18
Docusoap – Tatiana Czerska	27
E-book – Anna Godzińska	35
E-komiks – Krzysztof Lichtblau	42
Gra – Magdalena Cielecka	49
Hejt – Agata Jankowska	56
Highlight – Paweł Wolski	63
Hipster – Dominika Gruntkowska	73
Informacja – Sławomir Iwasiów	79
Infotainment – Tatiana Czerska	85
Konstruktywizm (w badaniu mediów) – Bogdan Balicki	93
Media społecznościowe – Maria Szponar	102
Mem – Krystian Saja	110
Post – Jerzy Madejski	117
Postprawda – Sławomir Iwasiów	126
Sequel – Justyna Bucknall-Hołyńska	134
Serial – Monika Talarczyk-Gubała	141
Słuchowisko – Zbigniew Jarzębowski	148
Stereotyp – Maciej Duda	158
Talent show – Małgorzata Rydelek	167
Web 2.0 – Krzysztof Flasiński	175
Bibliografia (wybór)	184
Summary	186
Streszczenie	187
Indeks pojęć	188
Indeks nazwisk	189

Słowo od wydawcy

Minęły trzy lata od kiedy do bibliotek – tych tradycyjnych i cyfrowych – trafił *Interpretatywny słownik terminów kulturowych*, efekt współpracy Instytutu Polonistyki, Kulturoznawstwa i Dziennikarstwa Uniwersytetu Szczecińskiego i Zachodniopomorskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli. Publikacja ta miała stanowić swoiste repozytorium haseł najsilniej obecnych w naukach humanistycznych. Zakładaliśmy wtedy, wraz z redaktorami, że naszym projektowanym odbiorcą będzie przede wszystkim nauczyciel polonista, a pośrednio również uczeń przygotowujący się do matury.

Oddając w Państwa ręce *Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0* podążamy za przyjętą wcześniej ideą interpretacji, czy raczej interpretatywności, twórczo ją rozwijając, o czym szeroko pisze we wstępie Sławomir Iwasiów. Wierzymy bowiem, że nie sama definicja, ale również jej kontekst ma kluczowe znaczenie dla zrozumienia pewnego wąskiego wycinka rzeczywistości, który staraliśmy się uchwycić. Słowa uznania należą się w tym miejscu redaktorom tomu – Jerzemu Madejskiemu i Sławomirowi Iwasiowowi – którzy wspólnie z autorkami i autorami haseł podjęli się trudnego zadania, jakim jest wybór reprezentatywnych pojęć wprowadzających w świat współczesnych mediów. Trudnego, gdyż cechą nowoczesności, w tym zwłaszcza współczesnych mediów, jest ich płynność, labilność, zmienność, ulotność. To co dzisiaj wydaje się być ważne, jutro może stracić aktualność. Widać to choćby na przykładzie hasła *postprawda*, które jeszcze w 2016 roku nie było szeroko znane. W chwili wydania tego słownika jest ono mocno zakorzenione w potocznej świadomości.

Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0 należy więc czytać jako uzupełnienie i rozwinięcie poprzedniego projektu wydawniczego. Użyte zaś w tytule dookreślenie „2.0” warto rozumieć przez pryzmat teorii mediów – jako zaproszenie do tworzenia własnych definicji i interpretacji, do układania własnego słownika pojęć – być może właśnie z uczniami – i ich autorskich interpretacji, a poprzez wykorzystanie performatywnej funkcji języka do kreowania świata mediów. Wierzę, że książka będzie dla Państwa inspiracją do podejmowania tych wyzwań.

Życzę wszystkim Państwu owocnej lektury.

Urszula Pańska
dyrektorka Zachodniopomorskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli

Wstęp

Interpretatywność 2.0



1.

Niniejszy tom stanowi zarówno kontynuację, jak i ewolucję idei „interpretatywności”, którą zaproponowaliśmy, wspólnie z Jerzym Madejskim, w publikacji pod tytułem *Interpretatywny słownik terminów kulturowych* (2014).

Sama interpretacja to dzisiaj przedmiot niegasnących sporów i wciąż żywej wśród humanistów – teoretyków i historyków literatury, filozofów, kulturoznawców, tak akademików, jak i nauczycieli – potrzeby rozwijania „sztuki interpretacji” (używam tego określenia, mając w pamięci artykuł Janusza Sławińskiego *O problemach „sztuki interpretacji”*).

Wychodzimy tym samym z założenia, mimo wszystko nieco odmiennego od poglądów Sławińskiego, że rzeczywistość – a przede wszystkim rzeczywistość zdominowaną mnogością przekazów medialnych – daje się przedstawić z punktu widzenia interpretatora, który opisuje i analizuje różnego rodzaju wytwory komunikacji: czy to literackie, czy dziennikarskie, czy też audiowizualne, internetowe i inne. Dlatego *Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0* to w jakimś sensie udoskonalona i poszerzona wersja naszej wcześniejszej publikacji.

Po pierwsze bowiem, wykorzystujemy doświadczenia – organizacyjne, edytorskie, badawcze – zebrane w trakcie prac nad *Interpretatywnym słownikiem terminów kulturowych*. O ile jednak w wypadku tej wcześniejszej publikacji zespół autorski utworzono głównie z doktorantów i młodych pracowników naukowych Uniwersytetu Szczecińskiego, tak tym razem zwiększyliśmy zakres współpracy, włączając do niniejszego projektu szersze grono specjalistów.

Po drugie, przygotowaliśmy, podobnie jak poprzednio, hasła powiązane z trzema dziedzinami humanistyki, filologią polską, kulturoznawstwem i dziennikarstwem, dla których interpretacja – jako narzędzie poznawania świata – wciąż stanowi jedno z ważniejszych narzędzi metodologicznych. Nie znaczy to mimo wszystko, że po ten słownik nie mogą sięgnąć przedstawiciele innych dyscyplin, a także czytelnicy zainteresowani proponowaną w nim tematyką. Interpretacja ma w związku z tym (i w ramach tegoż właśnie wydawnictwa) wymiar otwarty, edukacyjny, emancypacyjny – w takim sensie chcielibyśmy ją widzieć tworząc poniższy zestaw haseł (i ich interpretacji).

I po trzecie – tym razem kierujemy uwagę w stronę mediów, dziennikarstwa, kultury cyfrowej i edukacji medialnej, a nade wszystko chcemy zajmować się ich wytworami. Nie tylko przedstawiamy opracowania na temat wybranych pojęć, wywodzących się z szeroko pojmowanego uniwersum medialnego, ale także – i na tym polega w dużej mierze nasze przedsięwzięcie – interpretujemy przykłady, by tak rzec, „ofert medialnych”. To pojęcie po-

chodzi właśnie ze „słownika” – w tym wypadku radykalnego konstrukttywizmu Siegfrieda J. Schmidta. Niemiecki medioznawca dzieli media na cztery kategorie: 1) skonwencjonalizowane środki komunikacji (np. język); 2) techniki (np. komputer); 3) instytucje (np. wydawnictwa); 4) oferty medialne (np. teksty prasowe), czyli „rezultaty użycia środków komunikacji” (S.J. Schmidt, 2010, s. 230). Ta ostatnia kategoria jest tym samym przedmiotem naszego zainteresowania – to oferty medialne są produktem działalności mediów (w znaczeniu instytucjonalnym: wydawnictw, redakcji, samorządów, stowarzyszeń, szkół i tak dalej). Jeśli zatem za punkt wyjścia wybieramy dane hasła (jak *blog*, *gra*, *informacja*, *mem*, *serial* czy *talent show*), to interpretacja ofert medialnych jawi się jako punkt dojścia, próba zrozumienia tego, czym dane pojęcie jest i jak funkcjonuje w praktyce, jak może być odbierane, „odczytywane”, jak funkcjonuje w świecie „wirtualnej rzeczywistości” mediów. Przy czym „medialność” należy rozumieć tu nie tylko w charakterze związku z mediami jako takimi, ale przede wszystkim synonimicznie do słowa „popularność” – niektóre z haseł (jak *hipster*, *mem* czy *blog*) stały się w ostatnich latach motywami przewodnimi kultury masowej, opartej na technologicznej dominacji nowych mediów i mediów audiowizualnych.

Ten słownik to zatem, w założeniu zespołu redakcyjno-autorskiego, „wersja 2.0” pomysłu na tworzenie interpretatywnego repozytorium haseł – tym razem związanych z mediami (ale niekoniecznie ścisłym medioznawstwem), osadzonych w rzeczywistości medialnej (nawet jeśli jest to „rzeczywistość wirtualna”), niejednokrotnie obecnych w codziennej komunikacji społecznej.

2.

Taki sposób konceptualizowania pracy nad współczesnym słownikiem ma swoje konsekwencje – również, by tak rzec, edytorskie. Zamyśl *Interpretatywnego słownika terminów kulturowych 2.0* oparty jest na założeniu, że na pograniczu polonistyki, kulturoznawstwa i dziennikarstwa można stworzyć autorskie interpretacje wybranych przykładów przekazów medialnych – tekstów prasowych, filmów, seriali telewizyjnych, stron internetowych, audycji radiowych, gier wideo itp. – i dzięki nim wnieść nowe pomysły do dyskursu humanistyki.

Układ kompozycyjny poszczególnych haseł, na ile to możliwe, został ustandaryzowany. Każdy tekst opracowano w następujący sposób: pierwsza część to „definicje”, czyli przedstawienie kilku wybranych, najczęściej klasycznych, ale także najnowszych teorii na temat jakiegoś nurtu, zjawiska czy terminu; druga część, kluczowa, to „interpretacja”, a więc odautorski, analityczny, krytyczny opis wybranego przekazu z pola mediów; część trzecia – bibliografia – zamyka całość i stanowi przyczynek do dalszych poszukiwań lekturowych. Ze względów i praktycznych, i kompozycyjnych, do każdego hasła dołączono tagi, które mogą, ale nie muszą kierować lekturą poszczególnych tekstów, łącząc je ze sobą w sieć odniesień i powiązań.

W tym zakresie interpretacja – tradycyjnie pojmowana jako narzędzie hermeneutyczne – nie tyle jest operacją zmierzającą do objaśnienia rzeczywistości (zrozumienia jej sygnałów), ile ma na celu stworzenie fundamentów, na których budowana jest rzeczywistość. Każda interpretacja prowadzi przecież, jak twierdził Erazm Kuźma,

do powstania nowego tekstu. Obecnie mikrointerpretacje, niewielkich rozmiarów wypowiedzi, jak wspomniane wcześniej – „oferty medialne”, tworzymy każdego dnia, choćby publikując posty i komentarze na portalach społecznościowych. W jakimś zakresie zatem wszyscy interpretujemy, i to tworząc rozmaite interpretacje – nie zawsze krytyczne (filologiczne), czasem przygodne, nieplanowane, niezobowiązujące. „Interpretatywność 2.0” to w tym wypadku pochodna pojęcia „sieci drugiego stopnia” (2.0), której najważniejszymi twórcami są sami użytkownicy. W tym sensie każdy użytkownik (mediów) tworzy interpretacje „ofert medialnych”.

Idąc dalej, należałoby stwierdzić, że interpretacja jest takim rodzajem kompetencji, która powinna być kształtowana i rozwijana nie tylko profesjonalnie – w ramach działalności akademickiej: filologicznej, kulturoznawczej czy medioznawczej – ale także w zakresie edukacji na wszystkich etapach. Interpretowanie, w wypadku niniejszej publikacji, odnosi się wszelako i do umiejętności „czytania”, (re)interpretowania wszelkiego rodzaju przekazów (od literatury aż do zawartości audiowizualnej nowych mediów), i do współtworzenia przestrzeni komunikacji społecznej. Niezależnie od zmian w oświacie i kolejnych modyfikacji podstawy programowej, interpretacja wciąż jest ważną częścią edukacji szkolnej. Mimo wszystko lekcje języka polskiego, ale też innych przedmiotów humanistycznych, nie mogą się o(d)bywać bez kształcenia umiejętności interpretowania tekstów literackich czy innych przykładów wytworów kultury.

Interpretacja, oprócz tego jednostkowego, twórczego i oryginalnego charakteru, ma również wymiar społeczny – wyzwała dyskusje, daje powody do nawiązania komunikacji, zbliża uczestniczące w niej osoby. Dlatego punkt ciężkości tego właśnie opracowania został przesunięty z charakterystycznej dla słowników, by tak rzec – „kompletności”, na interpretatywność – każdy z przedstawionych tu tekstów (nawet jeśli porusza problem dobrze znany, jak *informacja*, *serial* czy *sluchowisko*) ma na celu omówienie wybranego hasła na przykładzie, który nie tylko naświetli główne wątki tego hasła, ale też – na ile to możliwe – pokaże sposoby analizowania, interpretowania, a przy tym kategoryzowania współczesnych przekazów medialnych.

3.

Trzeba jednakże poczynić pewne zastrzeżenia. Przede wszystkim, wybór omawianych tu pojęć wynika, w dużym stopniu, z zainteresowań badawczych autorek i autorów. Nie jest to oczywiście jedynie arbitralny dobór tematyki – zagadnienia związane, na przykład, z teorią mediów (Bogdan Balicki – *konstruktywizm [w badaniu mediów]*, Tatiana Czerska – *infotainment*, Sławomir Iwasiów – *informacja*), nowymi mediami (Anna Godzińska – *e-book*, Krzysztof Flasiński – *Web 2.0*, Maria Szponar – *media społecznościowe*) czy współczesną kulturą popularną (Krzysztof Lichtblau – *e-komiks*, Justyna Bucknall-Hołyńska – *sequel*, Monika Talarczyk-Gubała – *serial*) wydają się ważne z punktu widzenia przeobrażeń na styku mediów i innych dziedzin (literatury, sztuki, nauki).

Staraliśmy się však nie stracić z pola widzenia tych pojęć, które weszły do języka – i humanistyki, i publicystyki, i codzienności – stosunkowo niedawno. Stąd zauważalna obecność terminologii dotyczącej mediów spo-

lecznościowych. Nie byłoby dzisiaj *hipstera* (Dominika Gruntkowska) czy *memu* (Krystian Saja), gdyby nie lawinowo narastająca od ponad dekady zawrotna popularność takich portali, jak między innymi Facebook, YouTube, Twitter, Snapchat czy Instagram.

Miesząc się zatem w niniejszym opracowaniu zagadnienia znane medioznawcom od dłuższego czasu (jak wspomniane: *infotainment*, *informacja*, *serial*, *talent show* czy *Web 2.0*), jak i terminy nowe, których definicje – mamy tego świadomość – w dużej mierze powstają na naszych oczach. Stąd też pewna dysproporcja w liczbie opracowań, jakie przywołują autorki i autorzy poszczególnych haseł – jasne jest przecież, że znacznie dostępniejsze są teksty teoretyczne na temat serialu niż – niech to będzie charakterystyczny przykład – hipstera jako określenia, które weszło do powszechnego słownika za sprawą popularności mediów społecznościowych.

To chyba dobry moment, żeby wspomnieć o tym, czego nie zrobiliśmy, a co można by – w ramach rozwijania zamysłu „interpretatywnych słowników” – zaproponować jako uzupełnienie i rozwinięcie zebranych w tej książce haseł. Na pewno dałoby się dodać hasła powiązane z *social media* – ten segment komunikacji internetowej wciąż się rozwija i zyskuje coraz większą liczbę użytkowników. Z badań Lwa Manovicha, autora wielu opracowań z zakresu medioznawstwa, w tym książki *Instagram and Contemporary Image* (2016), wynika, że media społecznościowe nie tylko są powszechne, ale także zmieniają nasz sposób postrzegania innych mediów. Na przykład Instagram, według Manovicha, przemodelował postrzeganie fotografii, która z dziedziny sztuki i profesji zawodowych fotografów stała się jedną z form codziennej komunikacji. I mimo że hasło dotyczące problemów fotografii (*wizualność* – Urszula Bielas-Gołubowska) omawialiśmy w *Interpretatywnym słowniku terminów kulturowych*, to można przecież było pomyśleć o umieszczeniu w niniejszym opracowaniu jego udoskonalonej, przeformułowanej wersji (na przykład: *wizualność 2.0*).

Warto jednak powtórzyć – to nie same hasła, ich liczba czy zestawienie, są sednem poniższego projektu, ale raczej interpretatywny sposób ich objaśniania, ukazywania na tle współczesnych zjawisk (komunikatów) funkcjonujących w mediach.

4.

Nie rościmy sobie przy tym prawa do twierdzenia, że nasz wywód jest zamknięty i ma pełny charakter, nie chcemy konkurować z takimi wydawnictwami – przede wszystkim z pola nauki o mediach – które w sposób „substancjalny” przedstawiają różnicowanie, nasilenie i znaczenie terminologii medialnej. Warto wspomnieć w tym miejscu o kilku z nich. W języku niemieckim to na przykład *Handbuch Journalismus und Medien* (2005) pod redakcją Siegfrieda Weischenberga, Hansa J. Kleinsteubera i Bernharda Pörksena. Mimo tytułu – sugerującego podręcznikowy charakter wydawnictwa – jest to *de facto* pokaźnych rozmiarów (500 stron) słownik/leksykon, zawierający uporządkowany alfabetycznie zestaw ponad 100 haseł zarówno z pola teorii mediów, jak i praktyki dziennikarskiej.

W Polsce klasyczną już pozycją – mniej więcej z tego samego okresu, co *Handbuch Journalismus und Medien* – jest *Słownik terminologii medialnej* (2006), przygotowany przez zespół (Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Kazimierz Wolny-Zmorzyński) pod kierownictwem naukowym Walerego Pisarka. Tom zawiera 1200 haseł i obejmuje takie dziedziny, jak media, dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

W języku angielskim wybór słowników medioznawczych, komunikologicznych i dziennikarskich jest duży. Warto przywołać te nowsze. *Dictionary of Media and Communications* (2008) pod redakcją Marcela Danesiego, kanadyjskiego semiotyka i lingwisty, to ponad dwa tysiące haseł w słownikowej formule „od A do Z” (tom otwiera definicja pojęcia *A roll*, a zamyka informacja o Vladimirze Zvorykinie). Inna publikacja – *Dictionary of Media and Communication* (pierwsze wydanie 2011) – to zredagowany przez Daniela Chadlera i Roda Mundaya zestaw ponad dwóch tysięcy dwustu haseł, które dotyczą mediów i komunikacji – począwszy od zagadnień technologicznych, przez teorie medioznawcze, aż po informacje na temat dziennikarstwa, kultury cyfrowej i telekomunikacji. Druga edycja słownika (z 2016) zawiera blisko 3400 haseł, co daje pojęcie o rozwoju takich dziedzin – w sensie teoretycznym i praktycznym – jak dziennikarstwo, komunikacja i nauka o mediach. Oficyna wydawnicza Oxfordu, podobnie jak *Dictionary of Media and Communication*, wydała *Dictionary of Journalism* (2014) pod redakcją Tony’ego Harcupa – książka wyszła w serii słowników *Oxford Quick Reference*, obejmującej ponad 100 wydawnictw słownikowych z różnych dziedzin.

Także w czeskiej nauce ukazało się, między innymi, wydawnictwo będące dużym (zespołowym) przedsięwzięciem słownikowym dotyczącym okolic nauk społecznych i nauki o mediach. *Velký slovník marketingových komunikací* (2012), przygotowany przez Olgę Juráškovą oraz Pavla Horňáka – to wprawdzie publikacja dotycząca komunikacji marketingowej, reklamy, *public relations*, ale ściśle powiązana z terminologią mediów i komunikacji społecznej.

Dostępne są dzisiaj również internetowe słowniki mediów i komunikowania. Na portalu wirtualnemedia.pl funkcjonuje repozytorium najważniejszych pojęć dziennikarskich, będących w użyciu zarówno z punktu widzenia teorii mediów, jak i praktyki dziennikarskiej. Hasła są opracowane w sposób zwięzły, ale ich duża liczba pozwala, przynajmniej wstępnie, zorientować się w sferze mediów. Słownik został podzielony na dwie podkategorie: „media/reklama/PR” oraz „technologie”. Oprócz słownika medioznawczo-dziennikarskiego – aktualizowanego na bieżąco – wirtualnemedia.pl proponują też zestawienie osób i firm związanych ze światem mediów.

Idąc dalej tym tropem, należałoby przyjrzeć się zjawisku pracy nad słownikami nie tylko w zakresie dziennikarstwa, komunikacji społecznej czy nauki o mediach, ale także innych dziedzin wiedzy. Powstawały już w XXI wieku, i powstają nadal, zarówno słowniki ukazujące związki literaturoznawstwa i kulturoznawstwa (jak wydany w 2002 roku *Słownik pojęć i tekstów kultury. Terytoria słowa* pod redakcją Ewy Szczęsnej), projekty skupiające się na wybranych wątkach kultury polskiej (choćby dwutomowy leksykon biograficzny, przygotowany pod opieką naukową Andrzeja Mencwela, zatytułowany *Kulturologia polska XX wieku* i wydany w 2013 roku), a także interdy-

scyplinarne opracowania zbierające wiedzę na temat nurtów współczesnej nauki (przykładem może być *Encyklopedia gender. Płeć w kulturze* z 2014 roku pod redakcją Moniki Rudaś-Grodzkiej).

Również w Szczecinie – tylko w ostatnich latach i w środowisku polonistyczno-kulturoznawczo-dziennikarskim – zostały opracowane i wydane tomy bliskie formule słownikowej. O *Interpretatywnym słowniku terminów kulturowych* (2014) wspomniano już wcześniej, a dodać można i takie tytuły, jak: *Literatura na Pomorzu Zachodnim do końca XX wieku. Przewodnik encyklopedyczny* pod redakcją Erazma Kuźmy i Ingi Iwasiów (2003), *Literatura w Szczecinie 1945–2015. Książki siedemdziesięciolecia* pod redakcją moją, Jerzego Madejskiego i Pawła Wolskiego (2016) czy tom *Erazm Kuźma. Słownik biografii i idei* pod redakcją Jerzego Madejskiego (2016).

Daje się zatem rozpoznać współcześnie „słownikotwórczy” charakter działalności humanistów i badaczy z rozmaitych dziedzin – trudno byłoby wszak wymienić choćby tylko pozycje z dorobku językoznawców i literaturoznawców. Niniejsza książka wpisuje się w nurt publikacji, które mają na celu proponowanie, porządkowanie i objaśnianie terminów, haseł i pojęć z punktu widzenia współczesnego namysłu filologicznego – literaturoznawczego i językoznawczego – nierzadko odwołującego się do pokrewnych dyscyplin humanistyki.

5.

Nie bez znaczenia dla interpretatywnego charakteru naszego tomu, a także dla lokalnego wymiaru przedsięwzięcia, miała współpraca dwóch instytucji – Instytutu Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Szczecińskiego oraz Zachodniopomorskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli. Wspólnie prowadziliśmy przez kilka lat warsztaty „Wszechnicy Polonistycznej” dla nauczycieli i uczniów, podczas których omawialiśmy słownikowe repozytarium haseł współczesnej humanistyki. *Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0* to pośrednio pokłosie tamtych spotkań na styku szkoły i akademii.

Część z tych tekstów – w nieco innych wersjach – była publikowana na łamach Zachodniopomorskiego Dwumiesięcznika Oświatowego „Refleksje”, czasopisma o ponad 25-letniej tradycji, w dużej części tworzonego przez nauczycieli, o profilu popularyzującym naukę, zbliżającym do siebie praktykę szkolną i teorię akademicką. Dlatego być może w naszej publikacji wyraźne jest nachylenie w kierunku nowoczesnej edukacji, opartej – z jednej strony – na najnowszych ideach humanistyki, a z drugiej – wychodzącej naprzeciw potrzebom poszukujących nowych źródeł wiedzy i inspiracji nauczycieli. To właśnie do nich – ale także do studentów kierunków humanistycznych czy uczniów przygotowujących się do egzaminów lub konkursów – kierujemy tenże tom.

Zakładamy przy tym, że społeczeństwo późnej nowoczesności – zaludnione zarówno przez „cyfrowych tubylców”, jak i „cyfrowych imigrantów” – powinno mieć kompetencje pozwalające na odczytywanie, przetwarzanie i konstruowanie komunikatów medialnych. Żyjemy przecież, jak dowodzi jeden z naszych autorów, w czasach zdominowanych przez komunikację sieciową, której jesteśmy – jako użytkownicy przekazników audiowizualnych, internetu i *social media* – aktywnymi współtwórcami. W tym sensie chcielibyśmy przyłączyć się do nurtu

edukacyjnego, który ma na celu poszerzanie wiedzy o mediach. Jednakowoż bez medialnych kompetencji trudno wyobrazić sobie tworzenie rzeczywistości – przede wszystkim w sytuacji, kiedy mamy do czynienia z „rzeczywistością 2.0”.

Sławomir Iwasiów

Bibliografia

- Danesi M. (red.): *Dictionary of Media and Communications*, London–New York 2008.
- Harcup T. (red.): *Dictionary of Journalism*, Oxford 2014.
- Jurášková O., Horňák P. (red.): *Velký slovník marketingových komunikací*, Praha 2012.
- Madejski J., Iwasiów S. (red.): *Interpretatywny słownik terminów kulturowych*, Szczecin 2014.
- Manovich L.: *Instagram and Contemporary Image*, www.manovich.net, 2016.
- Mencwel A. (red.): *Kulturologia polska XX wieku*, t.1 i 2, Warszawa 2013.
- Pisarek W. (red.): *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Schmidt S.J.: *Konstruktywizm w badaniach mediów: koncepcje, krytyka, konsekwencje*, przeł. Bogdan Balicki, Dominika Wączek, w: B. Balicki, D. Lewiński, B. Ryż, E. Szczerbuk (red.), *Radykalny konstruktywizm. Antologia*, Wrocław 2010, s. 211–242.
- Szczęsna E.: *Słownik pojęć i tekstów kultury. Terytoria słowa*, Warszawa 2002.
- Weischenberg S., Kleinsteuber H.J., Pörksen B. (red.): *Handbuch Journalismus und Medien*, Konstanz 2005.

Apka



Krzysztof Flasiński

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *gra, media społecznościowe, Web 2.0*

Definicje

Omówienie tematu należy zacząć od kwestii terminologicznych. Czy powinniśmy używać określenia „apka”? W języku angielskim wyraz *app* powstał jako skrót od *application* i używany jest do nazywania aplikacji mobilnej zarówno w wypowiedziach potocznych, jak i w tekstach oficjalnych. Niewątpliwie użycie to ugruntowała nazwa serwisu z aplikacjami przeznaczonymi dla posiadaczy urządzeń produkowanych przez firmę Apple – App Store. Celem autora hasła nie są rozważania językoznawcze, poprzestanę więc jedynie na stwierdzeniu, że hasło *app* można znaleźć w internetowych, więc najaktualniejszych, wersjach słowników wydawnictw Oxford, Cambridge, Collins, Longman czy Merriam-Webster. Również w Polsce wyraz „apka” odnotowuje internetowy słownik języka polskiego PWN. Poniżej określenia apka i aplikacja będą więc stosowane zamiennie.

Apka to program:

- zaprojektowany w konkretnym celu,
- przeznaczony na urządzenia mobilne (telefony lub tablety),
- wykorzystujący ich specyfikę (np. możliwości ekranu dotykowego lub aparatu fotograficznego),
- wymagający połączenia z internetem,
- będący przejawem krótkotrwałej mody, szczególnie w przypadku aplikacji służących rozrywce.

Cechą charakterystyczną apki jest wąska specjalizacja. Aplikacja mobilna jest zazwyczaj powiązana z konkretnym działaniem, czynnością, która wywołuje określony efekt. Użytkownik wykorzystuje apkę, aby na przykład zniekształcić fotografię lub obraz rejestrowany przez obiektyw wbudowany w smartfona, uzyskać informację na temat restauracji znajdujących się w pobliżu, sprawdzić znaczenie słowa pochodzącego z języka obcego.

Aplikacja mobilna przeznaczona jest na urządzenia przenośne. To oczywiste stwierdzenie ma poważne konsekwencje. Apka wykorzystuje bowiem cechy charakterystyczne oraz możliwości oferowane przez urządzenia mobilne. Może to być ekran reagujący na dotyk, wbudowany aparat fotograficzny, żyroskop, moduł GPS lub dostęp do niestacjonarnego internetu.

Zazwyczaj apka wymaga aktywnego połączenia z internetem. Istnieje wiele aplikacji, które pozwalają na korzystanie z nich w trybie offline, jednak zazwyczaj ich funkcjonalność jest wtedy ograniczona.

Do istotnych cech „komunikacji za pośrednictwem aplikacji mobilnych należą: sytuacyjność, personalizacja i innowacyjność” (K. Kopacka-Piech, 2013, s. 14). Apka używana jest więc w konkretnym czasie, miejscu i kontekście (przykładem mogą być aplikacje pozwalające na dostęp do map), przez danego użytkownika, który może dostosować jej działanie do swoich preferencji (np. oprogramowanie serwisów społecznościowych) oraz oferuje pewną nowość (np. aplikacje pozwalające na natychmiastowe przekształcanie zdjęć wykonywanych za pomocą wbudowanego w smartfon aparatu fotograficznego).

Ostatnia część definicji jest najmniej oczywista. Apka może, choć nie musi, być przejawem mody. Program gwałtownie zdobywa popularność, lecz po pewnym czasie traci użytkowników. Istnieje jednak wiele aplikacji, które wciąż są pobierane i wykorzystywane. Zapewne na utrzymywanie się zainteresowania aplikacjami mobilnymi wpływa popularność serwisów, z którymi są powiązane.

Możemy wyróżnić kilka typów aplikacji. Jedna aplikacja może należeć do więcej niż jednego typu w danej kategorii.

Ze względu na funkcje aplikacje dzielimy na:

- informacyjne,
- rozrywkowe,
- użytkowe.

Aplikacje informacyjne to przede wszystkim programy odwołujące się do serwisów internetowych prowadzonych przez redakcje gazet, czasopism, radia i telewizji. Apki rozrywkowe to na przykład różnego rodzaju gry. Do grupy aplikacji użytkowych można zaliczyć programy edukacyjne, finansowe i sprzedażowe, które przy bardziej szczegółowych rozróżnieniach można grupować w oddzielne kategorie (A. Jasiulewicz, 2015, s. 225–226).

Ze względu na odwołanie do innych usług internetowych (np. serwisów www) aplikacje dzielimy na:

- odwołujące się do istniejących i funkcjonujących usług internetowych,
- odwołujące się przede wszystkim do usług internetowych, które były integralną częścią aplikacji podczas jej uruchamiania,
- nieodwołujące się do innych usług internetowych.

W przypadku aplikacji dostarczających tych samych informacji co strony internetowe istotna jest wygoda ich użytkowania. Zwraca na to uwagę Katarzyna Kopacka-Piech, zaznaczając, że aplikacja „umożliwia korzystanie z wielu rozwiązań, przyspiesza i upraszcza ich użycie oraz daje możliwość ciągłego aktualizowania wersji” (K. Kopacka-Piech, 2012, s. 116). Przykładem aplikacji odwołujących się do „obcych” serwisów mogą być programy agregujące informacje publikowane na stronach internetowych różnych wydawnictw prasowych. Do drugiej grupy zaliczyć można Google Maps – powiązane tylko z jednym serwisem o tej samej nazwie.

Ze względu na funkcje społecznościowe aplikacje dzielimy na:

- zintegrowane z zewnętrznym portalem społecznościowym oraz korzystające z jego infrastruktury i zaplecza społecznościowego (grupy użytkowników, którzy biernie lub aktywnie korzystają z serwisu *social media*),
- wyposażone we własną infrastrukturę pozwalającą na budowanie społeczności,
- niezawierające narzędzi wspierających budowę i rozwój społeczności (społeczności mogą gromadzić się niezależnie od aplikacji).

Kategoria ta jest pokrewna z omówioną wyżej. W tym przypadku nie mamy jednak na myśli odwoływania się do usług internetowych, ale wykorzystywanie zaplecza społecznościowego. Pojęcie społeczności jest jednym z kluczowych w koncepcji komunikacji Web 2.0. Aplikacje mogą być jedynie dodatkiem do już funkcjonujących serwisów, jak Facebook lub Twitter. Z podobnego mechanizmu korzystają apki wykorzystujące zaplecze społecznościowe innych usług. Ten mechanizm wykorzystują na przykład programy pozwalające modyfikować wykonane już fotografie i przysyłać je do użytkowników takich serwisów, jak Instagram lub Snapchat. Niektóre aplikacje budują własną społeczność – czego przykładem może być wspomniany wyżej Snapchat.

Ze względu na stopień integracji ze światem rzeczywistym aplikacje dzielimy na:

- wykorzystujące świat rzeczywisty jako element niezbędny do funkcjonowania aplikacji,
- wykorzystujące powiązanie ze światem rzeczywistym jako element opcjonalny,
- nieoferujące integracji ze światem rzeczywistym.

Integrację ze światem rzeczywistym wykorzystują głównie aplikacje tworzone przez firmy komercyjne, na przykład z branży turystycznej, bankowej, motoryzacyjnej (A. Sznajder, 2013, s. 54–57). Osobnym elementem jest wykorzystanie „rzeczywistości rozszerzonej”, którą można zdefiniować jako system łączący ze sobą świat realny oraz świat wirtualny, nie zastępując zupełnie rzeczywistości, ale ją wzbogacając; jest interaktywny w czasie rzeczywistym (R.T. Azuma, 1997, s. 356).

Ze względu na model biznesowy aplikacje dzielimy na:

- płatne,
- pozwalające na zakupy w aplikacji, odblokowujące poszczególne funkcjonalności lub w inny sposób wpływające na działanie aplikacji,
- bezpłatne.

Na szczególną uwagę zasługuje drugi typ, wykorzystywany nie tylko w aplikacjach mobilnych, ale również między innymi w grach wideo. Można zauważyć coraz częstsze zjawisko, które polega na tym, że wydawcy oferują graczom dodatkowe korzyści w ramach tak zwanych mikropłatności. Opłaty w aplikacji stosowane są również w przypadku aplikacji mobilnych, zarówno bezpłatnych, jak i – rzadziej – płatnych.

Interpretacja

Przykładem aplikacji mobilnej jest *Pokémon Go* – sama historia sympatycznych komiksowych postaci jest rozległa i ma swoją genezę w serii gier konsolowych firmy Nintendo. Popularność gier przerodziła się w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku w znaną markę, obejmującą filmy animowane, komiksy, a także przedmioty kolekcjonerskie (karty, figurki, zabawki itp.). Pokemon stał się rozpoznawalnym symbolem.

Historia tej konkretnej aplikacji rozpoczęła się natomiast w 2014 roku, kiedy (31 marca) Google na swoim blogu ogłosiło możliwość pobierania specjalnego dodatku do innej aplikacji – Google Maps (T. Nomura, 2014), której działanie miało polegać na poszukiwaniu na mapach i kolekcjonowaniu pokemonów. Informacja ta jednak okazała się żartem primaaprilisowym. 6 lipca 2016 roku firma Niantic opublikowała w repozytoriach aplikacji mobilnych App Store i Google Play Store samodzielną aplikację *Pokémon Go* (J. Hanke, 2016). Początkowo była ona dostępna w Australii, Nowej Zelandii i Stanach Zjednoczonych. Później stopniowo poszerzano jej zasięg. Celem gry jest odnajdywanie i kolekcjonowanie pokemonów oraz, dzięki rozgrywaniu pojedynków z innymi użytkownikami, przejmowanie kontroli nad wskazanymi punktami na mapie.

Odwołując się do, zaproponowanej wyżej, definicji apki można wskazać, że *Pokémon Go* spełnia wszystkie jej wymogi: dostarcza konkretnych korzyści użytkownikowi w zależności od jego potrzeb i aktywności; jest przeznaczona na urządzenia mobilne i wykorzystuje do działania wbudowaną kamerę, moduł GPS i ekran dotykowy; do prawidłowego funkcjonowania wymaga stałego połączenia z internetem. Kwestia tego, czy *Pokémon Go* jest jedynie krótkotrwałą modą, czy też popularność aplikacji będzie rosła, po ukazaniu się *Słownika*, jest kwestią otwartą. Warto jednak zaznaczyć, że już w sierpniu 2016 roku pojawiły się informacje o spadku zainteresowania użytkowników aktywnym korzystaniem z aplikacji (L. Kawa, L. Katz, 2016).

W nawiązaniu do przytoczonej w pierwszej części hasła typologii, można zakwalifikować *Pokémon Go* do poszczególnych kategorii. Niewątpliwie główną funkcją omawianej gry jest dostarczanie rozrywki. Należy jednak wspomnieć, że apka realizuje również funkcję edukacyjną. Zgodnie z zasadami gry, użytkownik powinien mieć pewną liczbę przedmiotów niezbędnych do chwytania pokemonów. Tak zwane *Poké Ball* można zdobyć odwiedzając wskazane miejsca na mapie. Aby uzyskać odpowiednią liczbę punktów, należy więc znaleźć się w realnym świecie w bezpośredniej bliskości oznaczonych na mapie miejsc. Mogą być to na przykład pomniki, zabytkowe budowle, urzędy. Każdej takiej aktywności towarzyszy wyświetlenie na ekranie smartfona fotografii oraz krótkiego opisu. Użytkownik, grając, poznaje więc również historię i topografię okolicy, w której się znajduje.

Pokémon Go jest zarówno oryginalną aplikacją, jak i odwołuje się do istniejących już usług internetowych. Sama gra została zbudowana przez twórców od podstaw, jednak jednym z jej kluczowych elementów jest funkcjonujący wcześniej serwis Google Maps. Należy także dodać, że krótko po opublikowaniu oprogramowania powstały kolejne aplikacje będące wtórne w stosunku do *Pokémon Go*. Inne firmy oferowały apki ułatwiające graczom zdobywanie punktów.

Funkcje społecznościowe są obecne w *Pokémon Go*, jednak nie można stwierdzić, że jest to apka oparta głównie na zapleczu społecznościowym. Gracze mogą tworzyć własne awatary, dołączać do drużyn oraz toczyć pojedynki na tak zwanych arenach. Istnieją więc w *Pokémon Go* elementy współdziałania, ale i współzawodnictwa między użytkownikami. Podstawowa funkcjonalność oprogramowania, czyli poszukiwanie i kolekcjonowanie przedmiotów odbywa się jednak bez udziału innych graczy. Być może społecznościowy aspekt aplikacji zostanie jednak w przyszłości rozbudowany.

Pokémon Go jest silnie zintegrowana ze światem realnym i oparta na możliwościach rzeczywistości rozszerzonej. *Pokémon Go* nie jest pierwszą aplikacją, która wykorzystuje do działania odniesienia do realnego świata. Już w 2009 roku dostępny był program Layar, który na ekranie telefonu wyświetla rzeczywisty obraz z aparatu fotograficznego wbudowanego w smartfon oraz naniesione na niego dodatkowe informacje (M. Pietruszka, M. Niedźwiedziński, 2010, s. 110). Rzeczywistość rozszerzona jest podstawowym elementem gry *Ingress* z 2012 roku, w którą „nie da się (...) grać, siedząc przed komputerem, trzeba zwiedzać okolicę” (M. du Vall, M. Majorek, 2014, s. 102). Korzystanie z aplikacji jest możliwe jedynie wtedy, gdy użytkownik porusza się nie tylko na mapie, ale również w rzeczywistości. Jak wspomniano wyżej, zdobywaniu punktów towarzyszy konieczność znalezienia się w pobliżu wskazanych przez grę lokalizacji. Podczas kolekcjonowania pokemonów na ekranie urządzenia mobilnego wyświetlany jest widok rejestrowany przez wbudowaną kamerę, co wywołuje wrażenie obecności pokemonów oraz prowadzenia gry w realnym świecie.

Z uwagi na model biznesowy, *Pokémon Go* jest bezpłatnym oprogramowaniem oferującym możliwość zakupów wewnątrz aplikacji. W grze używana jest waluta – *PokéCoins* – za którą użytkownik może nabyć przedmioty niezbędne do prowadzenia rozgrywki. *PokéCoins* można zdobyć dzięki transakcjom przeprowadzanym za realne pieniądze. Na przykład 100 *PokéCoins* wyceniono na 0,99 euro, natomiast 14,5 tys. *PokéCoins* na 99,99 euro. Należy jednak zaznaczyć, że dokonywanie takich transakcji jest opcjonalne, a pozyskanie wspomnianych przedmiotów jest również możliwe dzięki zwykłej rozgrywce i aktywnemu korzystaniu z aplikacji.

Aplikacje stały się istotnym elementem komunikacji w mediach mobilnych. Są nie tylko chwilową modą, ale również naturalnym sposobem korzystania z wielu usług internetowych. Zawartość repozytoriów oprogramowania – jak App Store od Apple, Google Play Store z aplikacjami przeznaczonymi na telefony z systemem operacyjnym Android czy sklep z ofertą dla użytkowników smartfonów Microsoftu – oddziałuje na decyzję o zakupie danego urządzenia mobilnego. Niektóre z aplikacji wpływają na wydarzenia w realnym świecie. Przykładem może być apka Uber, która pomaga w kontaktach między pasażerami a kierowcami oferującymi wolne miejsca w swoich samochodach. Można zatem podejrzewać, że wzrost liczby urządzeń mobilnych oraz osób mających dostęp do mobilnego internetu wpłynie również na rozwój oferty aplikacji mobilnych.

Bibliografia

Teoria

- Azuma R.T.: *A Survey of Augmented Reality*, „Presence: Teleoperators and Virtual Environments” 1997, nr 4, s. 355–385.
- Hanke J.: *Break out the sneakers and Poké Balls!*, Nianticlabs.com, www.pokemongo.nianticlabs.com/en/post/launch/, data dostępu: 6.07.2016.
- Jasiulewicz A.: *Aplikacje mobilne jako innowacja marketingowa*, „Marketing i Rynek” 2015, nr 8, s. 224–232.
- Kawa L., Katz L.: *These Charts Show That Pokemon Go Is Already in Decline*, Blommberg.com, www.bloomberg.com/news/articles/2016-08-22/these-charts-show-that-pokemon-go-is-already-in-decline, data dostępu: 22.08.2016.
- Kopacka-Piech K.: *Aplikacje mobilne: innowacyjność, sytuacyjność i personalizacja komunikacji marketingowej i wizerunkowej*, „Nowe Media” 2013, nr 4, s. 11–30.
- Kopacka-Piech K.: *Mobilne media miejskie*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 3, s. 111–126.
- Nomura T.: *Become a Pokémon Master with Google Maps*, Blog Google, www.blog.google/products/maps/become-pokemon-master-with-google-maps/, data dostępu: 31.03.2014.
- Pietruszka M., Niedźwiedziński M.: *Rozszerzona rzeczywistość w e-biznesie*, „Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management” 2010, s. 104–113.
- Sznajder A.: *Wpływ mobilnej technologii informacyjnej na działalność marketingową przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa” 2013, nr 7–8, s. 37–61.
- du Vall M., Majorek M.: *W stronę nowej kultury gier komputerowych – od komputeryzacji do smartfonizacji*, „Replay. The Polish Journal of Game Studies” 2014, nr 1, s. 93–106.

Media

Pokémon Go (aplikacja mobilna).

Blog



Rafał Sidorowicz

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *media społecznościowe, post, Web 2.0*

Definicje

Od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy zaczął funkcjonować standard WWW, pozwalający na łatwe przeglądanie treści w internecie, sieć coraz bardziej przestawała być domeną specjalistów od informatyki i technologii komunikacyjnych. Internautą mógł zostać każdy, kto miał podstawowe kompetencje techniczne, więc w sposób naturalny do sieci zaczęły trafiać treści prywatne. Użytkownicy „zwiedzali” rodzący się cyfrowy świat, a swoje wędrówki często dokumentowali, tworząc strony z listami odnośników i opisami odkrywanych sieciowych miejsc. W roku 1997 informatyk Jorn Barger określił swoją stronę internetową „Robot Wisdom” mianem *weblogu* (wyraz powstał z połączenia angielskich słów *web* – sieć i *log* – dziennik pokładowy). Na stronie Berger zamieszczał codziennie wpisy i odnośniki, uznał więc, że ten sposób publikowania informacji (krótkich, ciekawych i nieustannie aktualizowanych) przypomina dziennik pokładowy, który jest w istocie dokumentacją internetowej żeglugi. Prywatne strony internetowe miały dotąd charakter statyczny – prezentowano na nich podstawowe informacje o użytkowniku, dlatego przypominały cyfrową wizytówkę (zob. M. Cywińska-Milonas, 2002, s. 98). Dysponowanie stroną internetową przestało być wystarczające, atrakcyjniejszym przekazem był komunikat aktualizowany, nadążający za zmianami w sieci i poza nią. Nowy, dynamiczny model prezentacji treści dawał internautom okazję do stałego podkreślania własnej obecności w sieci, możliwość ciągłego tworzenia tekstów, a tym samym przyciągania coraz większej liczby czytelników. Wkrótce licznie powstające weblogi zaczęły przekształcać się w webringi – konglomeraty powiązanych ze sobą stron. Był to proces naturalny, ponieważ sieć zaczęła w ten sposób łączyć użytkowników o podobnych zainteresowaniach. Tak powstawały pierwsze wspólnoty wirtualne, będące zaczątkiem dzisiejszej blogosfery i portali społecznościowych.

Słowo *blog* powstało nieco później i było efektem zabawy językowej. Utworzył je w 1999 roku programista Peter Merholz, który na własnej stronie internetowej zamiast rzeczownika *weblog* używał homonimicznego sformułowania *wee blog* (mały blog). Wkrótce ekonomiczne i samodzielne słowo *blog* stało się popularnym określeniem prywatnego, elektronicznego dziennika. Takie strony zaczęły się pojawiać już na początku lat dziewięćdzie-

siątych XX wieku, cechy blogu miała na przykład strona prowadzona przez Tima Bernersa-Lee (twórcę WWW), który publikował uporządkowane chronologicznie krótkie wpisy. Za pionierów współczesnego blogowania uważa się między innymi studenta Justina Halla, który w 1994 roku stworzył stronę „Justin’s Link from the Underground” oraz programistę Dave’a Winera, prowadzącego od 1997 roku branżowy blog „Scripting News”.

Pierwsze blogi swoją treścią i formą nie przypominały dzisiejszych rozbudowanych i multimedialnych stron. Zawierały bardzo krótkie teksty i odnośniki do innych miejsc w sieci, a graficzne otoczenie tekstu było ograniczone do niezbędnego minimum. Pionierskie blogowanie nie było wówczas zjawiskiem masowym, wymagało kompetencji technicznych i dostępu do internetu. Początek prawdziwego, powszechnego korzystania z tej formy publikowania, to rok 1998, kiedy to uruchomiono witrynę Open Diary, umożliwiającą darmowe i stosunkowo łatwe założenie strony, której obsługa nie wymagała specjalistycznej wiedzy informatycznej. Jednocześnie wciąż zwiększała się dostępność sprzętu komputerowego i samego internetu. Powstające masowo prywatne dzienniki bardzo szybko zaczęły tworzyć coraz większą blogosferę skupioną wokół kilku większych serwisów, wśród których były między innymi LiveJournal.com czy Blogger.com. W Polsce blogi zaczęły być popularne od roku 2001 (po uruchomieniu serwisów Nlog.org oraz Blog.pl).

Rozwój możliwości technicznych sieci sprawiał, że powstawały różne rodzaje blogów, których autorzy wykorzystywali nie tylko tekst, ale także fotografię, film oraz dźwięk. Oprócz blogów klasycznych (typowo tekstowych) pojawiły się między innymi fotoblogi i sketchblogi (zawierające zdjęcia, rysunki), wideoblogi i vlogi (zawierające filmy) oraz audioblogi z plikami dźwiękowymi. Ten podział (uwzględniający kod przekazu) nie jest oczywiście jedyny – można bowiem przyjąć różne kryteria i na ich podstawie tworzyć porządkujące typologie, na przykład tematykę blogu (dzienniki osobiste, poradniki itd.), stopień oficjalności przekazu (strony prywatne i tworzone przez instytucje), liczbę autorów (blogi tworzone indywidualne i zespołowo), częstotliwość publikacji (blogi rozwijające się dynamicznie i tzw. martwe) (zob. M. Jeleśniański, 2008; M. Więckiewicz, 2012).

Blog stał się więc medium niezależnym, wyłonił się z innych form jako specyficzny gatunek, a właściwości hipertekstu pozwoliły na jego ewolucję – od najprostszych przekazów tekstowych, aż do struktur multimedialnych, wykorzystujących wszystkie możliwe rodzaje kodów. Struktury te są świadectwem upodabniania się blogów do istniejących już narzędzi medialnych, zachodzi w nich konwergencja techniczna (na blogu można opublikować przekazy z innych mediów) i transmisyjna (umożliwia stworzenie przekazu takiego, jak w innych środkach komunikacji). Blogi wprowadzają także w obieg medialny wartości dodatkowe – demokratyzują przekaz i jednocześnie go indywidualizują. To środki komunikowania uwolnione od ograniczeń mediów tradycyjnych, rozmaitych regulacji i kontroli. Pozwalają pojedynczemu, prywatnemu nadawcy dotrzeć do odbiorcy masowego bez skomplikowanych uwarunkowań technicznych.

W pierwszym okresie popularności blogów postrzegano je stereotypowo – jako cyfrowe realizacje znanego już, klasycznego gatunku – pamiętnika. Po pierwsze, zdecydowała o tym naturalna potrzeba sklasyfikowania

i przyswojenia nowości, a po drugie, kojarzono blog z przekazem prywatnym, osobistym, wręcz intymnym. W pamiętniku charakterystyczny jest jednak dystans narratora, który to, co pisze, formułuje z pewnej perspektywy czasowej, chce utrwalić pamięć o przeszłym wydarzeniu (J. Sławiński, 1989, s. 339). W blogu tak być nie musi – często posty publikowane są na bieżąco i pełnią głównie funkcję informacyjną, a dla odbiorcy są atrakcyjne tylko wtedy, gdy są aktualne. Poza tym, tradycyjny pamiętnik to z reguły zapis wydarzeń, w których osobiście brał udział sam autor, są relacją i subiektywnym przedstawieniem określonej sytuacji. Treści na blogach nie muszą spełniać tego warunku, mogą być „skomponowane” z różnych innych treści internetowych lub poświęcone określonemu tematowi, który nie dotyczy bezpośrednio twórcy blogu.

Najbardziej charakterystyczną cechą blogów jest taka hierarchizacja komunikatów, która umożliwia odbiorcy zaznajomienie się z treścią opublikowaną „przed chwilą”, a więc z tym, co zostało przez nadawcę napisane najpóźniej. Blog nie tylko nie wymaga linearnej lektury, ale wręcz przez swoją formalną kompozycję wymusza przede wszystkim odbiór informacji najświeższej. Potencjalny czytelnik, wchodząc na taką stronę, widzi ostatnie wpisy autora, a treści pozostałe tworzą zasób archiwalny. Takie akcentowanie teraźniejszości przekazu, połączone z porządkującym datowaniem poszczególnych wpisów, zbliża gatunkowo blog do dziennika, którego wyróżnikiem jest przecież układ chronologiczny, podporządkowany biegowi opisywanych wydarzeń. Sama treść blogu również często przypomina zawartość klasycznych dzienników i odzwierciedla ich „strukturę myślową” (zob. J. Wrycza, 2008, s. 95–99). Duża część blogów to swoiste diariusze, dokumentujące wydarzenia z życia (zarówno ważne, jak i mało istotne), pisane „na gorąco”, bez dbałości o język i komunikatywność przekazu. Są jednak i takie, które zbliżają się do wypowiedzi literackiej, widać w nich kompetencje językowe i komunikacyjne autorów. W rezultacie blog staje się specyficzną, cyfrową realizacją wielu klasycznych form. Wpisy mogą mieć cechy gatunkowe na przykład felietonu, reportażu czy eseju. Niektórzy badacze widzą w blogu nawet kontynuację tradycyjnego listu i sieciową wersję telenoweli (zob. A. Szybowska, K. Terminińska, 2005, s. 217–218). Nie można więc utożsamiać go wyłącznie z jednym gatunkiem, ani postrzegać jako narzędzia, służącego do prostego „przekładu” tekstu na hipertekst. Na pewno blog sytuuje się gdzieś w szeregu polimedialnym – ma charakter hybrydy, która czasem wchłania istniejące już gatunki, a czasem wykorzystuje ich cechy lub wiernie naśladuje (zob. E. Balcerzan, 1999, s. 16–17). Dzieje się to jednak w środowisku nowego medium, które nie tylko umożliwia „płynność” cech gatunkowych w obrębie jednego przekazu, lecz także, ze względu na swoje właściwości, konstituuje nowe formy komunikowania.

Blogi wykorzystują dwie ważne cechy sieciowej komunikacji – multimedialność i interaktywność. Pierwsza z nich przejawia się na kilku poziomach operowania cyfrowym kodem. Blog nie musi być prymarnie tekstowy, ponieważ zdjęcia, pliki dźwiękowe i filmowe mogą być w nim równoprawnym (a czasem nawet jedynym) środkiem komunikowania. Takie publikowanie samo w sobie ma charakter multiemisji, gdyż z jednego źródła mogą pochodzić przekazy zróżnicowane treściowo i formalnie. Multimedialności sprzyja też sama struktura blogu, która umożliwia współistnienie różnych typów komunikacji elektronicznej (zob. J. Grzenia, 2006, s. 43). Na

blogu realizowany jest bowiem przede wszystkim hipertekstowy typ komunikacji, gdyż z perspektywy odbiorcy (i w momencie odbioru) całość jest dość statyczną stroną internetową, przypisaną do określonego miejsca w sieci. Możliwość komentowania poszczególnych wpisów autora sprawia jednak, że równolegle funkcjonuje typ korespondencyjny – wymiana opinii i innych informacji jest zazwyczaj asynchroniczna i przypomina ciąg wymienianych e-maili lub postów na forach internetowych. Multimedialność blogu objawia się również na płaszczyźnie wizualnej każdej z jego hipertekstowych stron i podstron. Strona graficzna może być kontekstem dla opublikowanej treści, ponieważ nadawca nie tylko czyta, lecz także odbiera przekaz jako określony kształt wycinka cyberprzestrzeni. Spójność komunikatu zależy jest więc od stopnia integracji treści z formą, istotny jest szablon graficzny blogu, zdjęcia i rysunki towarzyszące tekstom, a nawet kolor tła danej strony. Grafizacji poddane jest często również samo pismo – zabiegi jego powiększania, pomniejszania, wybór określonej czcionki, bezpośredniego otoczenia i usytuowania na stronie to dodatkowe sposoby „pokazywania” sensów.

Drugą cechą, interaktywność, należy rozumieć jako gotowość autora blogu do podjęcia „współpracy” z potencjalnym czytelnikiem. Ściślej mówiąc, dzięki właściwościom hipertekstu blog staje się medium pośredniczącym między nadawcą i odbiorcą. Po pierwsze jest z góry przemyślaną strukturą, kompozycją komunikatów, która nie jest przypadkowa, ma bowiem przeprowadzić odbiorcę przez lekturę i tym samym stworzyć spójny ciąg leksji (czyli najmniejszych, niezależnych od innych całości hipertekstu). Czytelnik ma więc ogólnie zarysowaną ścieżkę przejścia przez przekaz, ale może z niej zrezygnować i samodzielnie odczytywać treści w dowolny sposób – zmieniać ich kolejność, ustalać ich początek i koniec, a także odpowiadać (bądź nie) na sugestie nadawcy, który zaledwie sygnalizuje hipertekstowy szlak. Odbiorca sam buduje spójny dla siebie komunikat, który podczas każdego odczytania hipertekstu powstaje od nowa. Modułem, w którym interaktywność blogu jest widoczna najbardziej, jest system umożliwiający zamieszczanie przez czytelników komentarzy pod wpisami autora. To one tworzą razem z tekstami odautorskimi całość przekazu, zawierają bowiem opinie o tekście i mogą stanowić jego uzupełnienie. Komentarze wpływają też na kształt i tematykę następnych wpisów autora, który często stara się nawiązywać kontakt z czytelnikami zarówno zamieszczając własne komentarze, jak i odnosząc się do głosów odbiorców w kolejnych tekstach. W konsekwencji cały komunikat jest sumą pomniejszych „działań” na hipertekście, a role nadawcy i odbiorcy w tym akcie nie są przypisywane jego uczestnikom na stałe. W tym aspekcie blog podobny jest trochę do współczesnych interaktywnych dzieł multimedialnych, w których realizowana jest idea mieszania kompetencji twórcy i jego odbiorcy, dzieło powstaje nieustannie, a jego sens wynika z interakcji artysty (nadawcy) i dzieła (komunikatu) z odbiorcą.

W blogach widoczne są nawiązania do bardzo różnych gatunków, sposobów organizacji tekstu, a ich autorzy mają różne cele komunikacyjne, dlatego trudno jednoznacznie wskazać skończoną i wystarczającą listę cech, która byłaby narzędziem umożliwiającym odróżnienie blogów od innych internetowych publikacji. W rezultacie badacze cyberprzestrzeni mają różne i często niekonsekwentne spojrzenia na to zjawisko. Jedni traktują blogi jako

cyfrowe odpowiedniki konkretnych gatunków, inni widzą w nich hybrydę lub współczesną sylwę, jeszcze inni postulują rezygnację z określania ich gatunkowego statusu. Blogi rozpoznawane są dość intuicyjnie, ale warto zauważyć, że zazwyczaj określa się tym mianem stronę, która spełnia pewne wymogi formalne. Zwróciła na to uwagę Anna Gumkowska, która za „istotę blogowości” uznała przede wszystkim dwa powtarzalne elementy – techniczny układ strony (szablon) oraz kategorię podmiotu, który publikując blog dokonuje autoprezentacji. Jej zdaniem te parametry „mogą wpływać na organizację tekstu na poziomie leksykalnym, stylistycznym, kompozycyjnym, delimitacyjnym oraz metatekstowym, a więc gatunkotwórczym” (A. Gumkowska, 2009, s. 243).

Spostrzeżenie to prowadzi do wniosku, że blog definiuje głównie jego struktura oraz intencja komunikacyjna nadawcy. Układ blogu, mimo różnorodności dostępnych szablonów, zawsze zawiera elementy pełniące na każdej tego typu stronie podobne funkcje. Zazwyczaj w górnej części strony znajduje się winieta opatrzona tytułem i sugerująca tematykę blogu; niżej, w polu najbardziej wyeksponowanym, znajdują się wpisy autora i odnośniki do komentarzy. Blogi zaopatrzone są także w boczne listy hiperlinków (tzw. *blogroll*), odsyłające do archiwum lub innych miejsc w sieci. Szablony automatycznie wyświetlają najnowszy tekst w centralnej części strony i datują poszczególne wpisy, segregując je w odwróconym chronologicznie porządku. Wszystkie te elementy są dla blogów typowe i wyróżniają je spośród innych form hipertekstowych. Blogi łączy również charakterystyczna instancja nadawcza, blogger jest bowiem obecny w cyberprzestrzeni przez swój tekst, określa jego reguły, korzysta z konwencji językowych i literackich, natomiast odbiorca przekazu w toku ciągłego „powstawania” blogu rekonstruuje obraz nadawcy.

Wymienione wyżej aspekty ujęto na przykład w definicji wikipedystów, którzy blog określili jako rodzaj strony internetowej z uporządkowanymi, odautorskimi wpisami. Wskazali też na funkcje archiwizowania, kategoryzowania i komentowania blogowych treści (zob. pl.wikipedia.org/wiki/Blog). Podobnie blog zdefiniowano w *Słowniku terminologii medialnej*, podkreślono jednak jego osobisty charakter i uznano za specyficzną, internetową formę dziennika lub pamiętnika (zob. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 18). Te i inne opisy, pojawiające się w publikacjach naukowych oraz popularnonaukowych, mają swoje części wspólne, różnią się jednak czasem sposobem ujęcia problemu, trudno bowiem w przypadku internetowej materii o definicję maksymalnie precyzyjną i jednocześnie pełną. Wydaje się więc, że uwzględniając charakterystyczne cechy blogu (i odrzucając te, które najczęściej są nieobligatoryjne), najprościej i najogólniej można go opisać jako aktualizowaną stronę internetową (umożliwiającą komunikacyjne sprzężenie zwrotne między nadawcą a odbiorcą), pełniącą funkcję dziennika, na którego treść składają się różnorodne komunikaty, zamieszczane przez autora w odwróconym porządku chronologicznym.

Interpretacja

Dzięki rozwojowi sieci i zwiększaniu się jej dostępności, internet szybko zaczął być postrzegany nie tylko jako kolejne medium masowe, lecz także jako narzędzie publikowania możliwe do wykorzystania przez wszystkich. Dla rozwoju blogosfery istotne było, że blog, jako sposób komunikowania się z masowym odbiorcą, przestał być domeną jedynie anonimowych nadawców – dostrzeżono w nim szansę na przekazywanie treści nie tylko prywatnych. Typowe niegdyś blogi, mające charakter bardzo osobistych dzienników, stały się dziś jedynie częścią „blogowiska”. Blog jako sposób na dotarcie do dużej liczby odbiorców staje się teraz narzędziem informacyjno-edukacyjnym, autoprezentacyjnym, a nawet politycznym.

Niezwykle popularne są tak zwane blogi eksperckie (poświęcone określonej dziedzinie wiedzy), które najczęściej są swego rodzaju platformą edukacyjną. Poczytne są szczególnie te, które mają wysoki poziom merytoryczny i zawierają wpisy postrzegane przez czytelników jako interesujące i użyteczne. Autorzy-eksperci najczęściej nie są anonimowi, firmują blogi własnym imieniem i nazwiskiem, a także wykształceniem i kwalifikacjami. W ten sposób uwiarygadniają przekazywane informacje i dodatkowo wykorzystują blog jako formę autopromocji. Przykładem może być blog „DNA Rynków”, którego autor, Paweł Cymcyk, jest specjalistą od rynków finansowych. Sam autor tak pisze o swojej motywacji:

Moim celem jest aby w możliwie zrozumiały i prosty sposób przedstawiać sytuację ekonomiczną i gospodarczą w Polsce i na świecie. Bez zbędnego zadęcia i dzielenia włosa na czworo. Krótko, konkretnie i z jasnym przekazem co to wszystko oznacza dla Twoich pieniędzy (www.dnarynkow.com/pawel-cymcyk-2/).

Ta strona, przeznaczona dla osób interesujących się inwestowaniem, została Blogiem Roku w konkursie portalu Money.pl. Doceniono jej wysoki poziom merytoryczny połączony z przejrzystością przekazu. Głównym elementem postów są autorskie filmy wideo, poprzedzone tekstem wprowadzającym w określoną tematykę. Autor często używa sformułowań sugestywnie obrazujących zjawiska gospodarcze: *spuścić z monetarnej smyczy* (uwolnienie kursu waluty), *walutowe trzęsienie ziemi* (gwałtowne zmiany kursów walut), *frankuj się kto może* (wysoki kurs franka jest zagrożeniem) oraz okazjonalnie stworzonych neologizmów i gier słownych: *frankogedon* (niespodziewany wzrost kursu franka), *Trumpolina rynków* (hossa na rynkach po amerykańskich wyborach), *Europejska Bazooka Centralna* (Europejski Bank Centralny). Język ma więc zaciekać i być kluczem do popularyzowania wiedzy o ekonomii wśród нефachowców, nie jest jednak potoczny, a pojawiająca się terminologia wymaga od potencjalnego czytelnika-widza przynajmniej wiedzy ogólnej z tego zakresu.

Autor-ekspert nie musi być osobą wykwalifikowaną w danej dziedzinie, dla czytelników istotna jest przede wszystkim użyteczna wartość jego wpisów. Jednym z najbardziej popularnych blogów kulinarnych jest strona „Kwestia Smaku”, której autorka nie informuje czytelników o swoich kwalifikacjach, ani nie eksponuje samej siebie, jej zamierzeniem jest tworzenie blogu, który ma funkcję użytkową:

Wiem, że masz ograniczony czas na przyrządzanie posiłków, dlatego staram się aby przepisy były proste do przygotowania (...). To wiele inspiracji jak urozmaicać swój codzienny jadłospis (...). Przekonaj się, jak prosto – a przy tym smacznie i zdrowo – można komponować swoje posiłki (www.kwestiasmaku.com/od_kuchni.html).

Blog jest zbiorem szczegółowych przepisów i porad, w tekstach dominują więc sformułowania dotyczące kulinariów. We wpisach sama autorka ujawnia się stosunkowo rzadko, wyłącznie wtedy, gdy o wykonywanych czynnościach pisze w pierwszej osobie lub gdy ekspresywnie ocenia i zachęca: „wszystko gotowe w 15 minut, a jakie dobre; każdy się skusi na taki obiad; po prostu palce lizać; polecam na nadchodzące święta”. Kontakt z czytelnikami przeniesiony zostaje do pola komentarzy, więc cały blog ma charakter wirtualnie publikowanej książki kucharskiej – przepisy są skatalogowane, a użytkownicy strony mogą dodawać do nich swoje notatki.

Blog może być jednak wykorzystywany jako narzędzie autoprezentacji, szczególnie przez osoby znane z innych mediów – aktorów, sportowców, modelki itp. „Istnienie online” wspomaga kreowanie wizerunku celebrytów, masowy odbiorca może mieć poczucie bliższego kontaktu z idolem, który odsłaniając własne życie prywatne, zwiększa swoją popularność – blogi stają się w ten sposób narzędziem marketingowym. Poczytnym blogiem był prowadzony przez siedem lat sieciowy dziennik Anny Muchy, gdzie aktorka umieszczała osobiste przemyślenia, opisy podróży, spotkań i prywatne zdjęcia. Na jego bocznej kolumnie widniał tekst, w którym autorka lakonicznie ujęła swoje intencje komunikacyjne: „Ten blog będzie moim peryskopem, oknem na świat, gdzie będę dzieliła się z Wami tym, co przeżywam, co polecam, co lubię i co mnie wkurza...” (anna-mucha.blogg.pl).

Strona szybko stała się popularna, ponieważ uzupełniała medialny wizerunek autorki o aspekt osobisty, nieprzefiltrowany przez media pośredniczące. Blogerka we wpisach przedstawiała własne życie prywatne, stymulując w ten sposób zainteresowanie swoją osobą. Dawała odbiorcom poczucie bliskiego kontaktu i współuczestniczenia w opisywanych zdarzeniach, na przykład konsekwentnie zwracała się do wszystkich czytelników w drugiej osobie: „chciałam wam powiedzieć; pytacie mnie czasem”, używała ekspresywizmów i potocyzmów: „płaszcz rządzi; pochłonęłam tę książkę w kilka godzin; posiadanie jednego dziecka to jest pikuś; krew mnie zalewa jak czytam ostatnie doniesienia”. Osoba znana może też wykorzystać blog do promowania stylu życia czy reklamowania produktów. Takim przedsięwzięciem jest blog córki byłego premiera, Katarzyny Tusk, „Make Life Easier”. Teksty i zdjęcia są poświęcone głównie współczesnej modzie, a opisywane przedmioty są niejako „firmowane” znanym nazwiskiem. Blog spełnia więc funkcję marketingową, jest rodzajem reklamy, a jego popularność przekłada się na wartość handlową.

Inne cele komunikacyjne są realizowane na blogach polityków, służą one przede wszystkim do prezentowania poglądów, komentowania bieżących wydarzeń i polemiki. Tego rodzaju aktywność medialna nie ma ograniczeń (np. czasowych), które istnieją w prasie, radiu i telewizji. Ponadto polityk podlega tu wyłącznie autocenzurze (i ewentualnie netykierce), może więc dowolnie formułować sądy i kształtować własny wizerunek. W roku 2014 magazyn „Press” opublikował ranking blogów polskich polityków. Jury złożone z dziennikarzy i publicystów brało

pod uwagę pięć kryteriów: pomysł na blog, umiejętność pisania, poziom merytoryczny, aktualność i interaktywność (zob. J. Sędek, 2014, s. 56). Najlepiej oceniony został blog „Bez retuszu”, prowadzony przez Aleksandrę Jakubowską (kolejne miejsca zajęły blogi Ryszarda Czarneckiego i Janusza Palikota). Był posłanec, nieobecny już na scenie politycznej, blog dał możliwość publicznego komentowania rzeczywistości społecznej i gospodarczej w Polsce, odnoszenia się do aktualnych spraw, a więc dalszego istnienia w mediach. Wpisy na blogu są zwięzłe i przejrzyste, mają charakter pisanych z dystansu felietonów, widać w nich doświadczenie dziennikarskie autorki. Obecnie wypowiada się ona w kilkuminutowych filmach wideo, a skrótowny tekst tylko wprowadza w ich tematykę. Nieco inną funkcję ma blog Ryszarda Czarneckiego „Silna Polska w Europie Narodów”, na którym autor opisuje i analizuje bieżące zagadnienia polityczne dotyczące Europy i przedstawia własne poglądy. Taki blog przybliża działalność europosła, jest więc właściwie elementem pracy osoby publicznej oraz „przedłużeniem” jej działań w innych mediach – na przykład na blogu publikowane są artykuły polityka, które ukazały się wcześniej w polskiej prasie. Z kolei blog Janusza Palikota „Poletko Pana P.” pozwolił politykowi realizować dwa cele – umożliwiał prezentowanie kontrowersyjnych opinii, które nie zawsze były upubliczniane w tradycyjnych mediach, a także pozwalał nie tracić kontaktu z wyborcami nawet po odejściu autora z czynnej polityki. Teksty na blogu są krótkie, niepozbawione humoru, puentują rzeczywistość i często są dla internautów punktem wyjścia do dyskusji nie tylko na samym blogu, lecz także na portalach społecznościowych.

Ten krótki przegląd blogów innych niż typowo pamiętnikarskie, pozwala wysnuć wniosek, że gatunek ten ciągle ewoluuje, a jego obecna forma jest już tylko luźnym nawiązaniem do literackich (a nawet hipertekstowych) pierwowzorów. Autorzy blogów mogą realizować bardzo różne cele, a to z kolei jest dowodem na elastyczność medium, które „dopasowuje się” do swoich użytkowników. Przyszły rozwój blogosfery będzie więc zapewne zależny przede wszystkim od dwóch czynników – zwiększających się możliwości technicznych sieci (przekładających się na kształt i funkcje samego hipertekstu) oraz od intencji internetowych nadawców, którzy w cyberprzestrzeni będą zaspokajać wciąż nowe potrzeby komunikacyjne.

Bibliografia

Teoria

Balcerzan E.: *W stronę genologii multimedialnej*, „Teksty Drugie” 1999, z. 6.

Cywińska-Milonas M.: *Blogi (ujęcie psychologiczne)*, w: P. Marecki (red.), *Liternet. Literatura i Internet*, Kraków 2002.

Grzenia J.: *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2006.

Gumkowska A.: *Blogi wobec tradycji diarystycznej. Nowe gatunki w nowych mediach*, w: D. Ulicka (red.), *Tekst (w) sieci*, t. 1, Warszawa 2009.

Jeleśniański M.: *Definicja i rodzaje blogów*, <http://eredaktor.pl/teoria/definicia-i-rodzaje-blogow/>, data dostępu: 28.02.2016.

Pisarek W. (red.): *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.

Sędek J.: *Ranking blogów polityków*, „Press” 2014, nr 1/2.

Sławiński J., Głowiński M., Kostkiewiczowa T., Okopień-Sławińska A. (red.): *Słownik terminów literackich*, Warszawa 1989.

Szybowska A., Termińska K.: *Blog – zapiski z sieci. Narodziny gatunku*, w: G. Szpila (red.), *Język a komunikacja 8. Język trzeciego tysiąclecia III*, t. I, Kraków 2005.

Więckiewicz M.: *Blog w perspektywie genologii multimedialnej*, Toruń 2012.

Wrycza J.: *Galaktyka języka Internetu*, Gdynia 2008.

Media

www.aleksandrajakubowska.blog.onet.pl.

www.anna-mucha.blog.pl.

www.dnarynków.com.

www.kwestiasmaku.com.

www.makelifesasier.pl.

www.palikota.blog.onet.pl.

www.ryszardczarnecki.salon24.pl.

Docusoap

Tatiana Czerska

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *serial, stereotyp, talent show*

Definicje

Docusoap (skrót od ang. *documentary soap*) można zdefiniować jako skrzyżowanie *soap opera* (oper mydlanej, telenoweli) z telenowelą dokumentalną. Według *Cambridge Dictionary* to rozrywkowy program telewizyjny o życiu ludzi, którzy mieszkają w tym samym miejscu lub wykonują tę samą pracę. Podobnie *docusoap* definiuje *Oxford Dictionary* – jako dokument o ludziach, których łączy ten sam zawód lub miejsce przebywania. Nieco bardziej rozbudowana definicja występuje w anglojęzycznej wersji Wikipedii (*Wiktionary*) – mowa w niej o konstruowaniu fabuły takiego dokumentu na wzór oper mydlanej. *Docusoap* jest więc telewizyjną hybrydą łączącą cechy dokumentu i oper mydlanej. W literaturze przedmiotu pojawiają się też inne nazwy: *docudrama*, serial paradokumentalny czy *scripted docu*, czyli inscenizowany i fabularyzowany dokument (J. Bucknall-Hołyńska, 2013, s. 67–68).

Charles Barker w *Studiach kulturowych* operę mydlaną definiuje jako formę narracyjną o otwartym zakończeniu, którą cechuje napięcie między konwencją realizmu a melodramatu – z jednej strony fabuła wydaje się być reprezentacją świata rzeczywistego, z drugiej – występuje podwyższone poczucie dramaturgii z naciskiem na emocje i tak zwane udręki życia. Charakteryzuje się ponadto specyficznym, podniosłym stylem gry aktorskiej, dramatyczną muzyką, długotrwałymi ujęciami w zbliżeniu, fabułą o licznych zwrotach akcji, naruszających wiarygodność narracji realistycznej. Tematyka dotyczy przede wszystkim związków interpersonalnych i rodziny.

W Polsce popularność telenowel dokumentalnych ma związek z popularnością oper mydlanych. Wiesław Godzic, powołując się na ustalenia Jane Roscoe i Craiga Hellanda, posługuje się terminem *mock-documentary*, czyli „fałszywy dokument”, pod którym rozumiane są filmy i programy telewizyjne mające pozór autentyku, będące jednak tekstami fikcjonalnymi, stosującymi jedynie estetykę filmu dokumentalnego. Przykłady to film *Zelig* Woody’ego Allena czy serial *Ostry dyżur* (*ER*). Godzic zwraca uwagę na kwestię podnoszoną jeszcze w latach trzydziestych ubiegłego wieku w związku z dokumentem, a mianowicie zakres interwencji realizatora w materiał. *Docusoap* bowiem rozmywa granicę między rzeczywistością a fikcją (W. Godzic, 2004, s. 203). Polski medioznawca utożsamia *docusoap* z telenowelą dokumentalną. Tego typu programy pojawiły się w polskiej telewizji publicznej

pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku, a kilka lat wcześniej – w Wielkiej Brytanii. Były to serie opowiadające o zdarzeniach „z życia zwyczajnych ludzi świadomych obecności kamery i czerpiących z tego przyjemność” (W. Godzic, 2004, s. 202). Miały być odpowiedzią telewizji publicznej na *reality show* typu *Big Brother*.

Zdaniem Maryli Hopfinger za popularnością seriali dokumentalnych stoi „rosnące zainteresowanie fikcją, zdarzeniami wziętymi z życia, perypetiami i przeżyciami ich rzeczywistych uczestników” (M. Hopfinger, 2010, s. 243). Od końca lat osiemdziesiątych XX wieku coraz większą oglądalnością cieszą się w telewizji formy dokumentalne i stylizowane na dokument. W telewizji polskiej pierwsze telenowele dokumentalne pojawiły się w 1999 roku: *Szpital Dzieciątka Jezus* (reż. Nono Dragovic i Grzegorz Siedlecki), *Pierwszy krzyk* (reż. Wojciech Szumowski), *Nieparzyści* (reż. Ewa Straburzyńska). Pierwsze *docusoap* produkowane były przez telewizję publiczną. Programom tym bliżej było do przymiotnika „dokumentalny” niż rzeczownika „telenowela”. Co prawda były reżyserowane i realizowano je na podstawie scenariuszy, ale ukazywały autentyczne problemy zwykłych ludzi, poruszając przy tym ważne kwestie społeczne (M. Hopfinger, 2010, s. 244–246).

Polską telenovelę dokumentalną Hopfinger definiuje jako serial, w którym materiał rejestruje się stosując techniki dokumentalne, opowiada natomiast przy użyciu środków przejętych z gatunków fikcyjnych, głównie seriali fabularnych. Telenowela dokumentalna jest „gatunkiem zawieszonym między dokumentem a fabułą, nastawionym na zaspokojenie potrzeb ludzycznych i afektywnych” (M. Hopfinger, 2010, s. 244). Mogą się w niej przejawiać ambicje edukacyjne i informacyjne. Wyróżnikami zaś są: poważna tematyka (często kontrowersyjna, społeczna, tabu obyczajowe), autentyczni bohaterowie, dosłowność, schematyzacja sposobów opowiadania, banalizacja świata przedstawionego, odsłanianie intymnych przeżyć uczestników – przesuwanie granicy między sferą prywatną a sferą publiczną.

Docusoap stanowi przykład mediów podglądowych – terminu takiego używa Michał Drożdż w odniesieniu zarówno do tabloidów, jak i wszelkich medialnych *show* (do których można zaliczyć *reality show*, *talk show*) skupiających się na pokazywaniu ludzkich intymnych przeżyć, podglądaniu prywatnego życia, wyreżyserowanego w staranny sposób tak, by sprawiało wrażenie autentycznego. Tworzą one tak zwaną kulturę obnażania, która polega na publicznym prezentowaniu prawdziwej bądź zmyślonej intymności i prywatności (M. Drożdż, 2010, s. 61). Popularność takich nowych form jak *docusoap* wiąże się z zapotrzebowaniem widzów na oglądanie potocznej rzeczywistości, z ich zainteresowaniem prywatnością. Za tą tendencją do podglądania i epatowania odbiorców stoją według Drożdża mechanizmy komercyjne, mieszczące się w obszarze zjawiska zwanego tabloidyzacją współczesnych mediów.

Genezy *scripted docu* można upatrywać także w prasie zwierzeniowej (np. „Z życia wzięte”, „Sukcesy i Porażki”), w której dominują „historie prawdziwe”, czyli: „długie narracje pierwszoosobowe, utrzymane w tonie poufnych wyznań i opatrzone fotografiami” (K. Stańczak-Wislicz, 2010, s. 24). Polska prasa zwierzeń powstała jako zapożyczenie gotowego modelu stworzonego w latach dwudziestych XX wieku w Stanach Zjednoczonych

i Wielkiej Brytanii. Oferuje opowieści o zwyczajnych, choć czasami wstydlivych problemach zwykłych ludzi. Z czasem zaczęła w niej dominować tematyka wielkich dramatów miłosnych, zdrad, rozstań. Zdaniem Katarzyny Stańczak-Wislicz prasa zwierzeń odpowiada na oczekiwania swoich odbiorców, kobiet biednych, sfrustrowanych, wykluczonych z udziału w kulturze zalegitymizowanej, oficjalnej, skazującej pewne tematy na margines.

Dzisiejsze produkcje typu *docusoap* znacznie odbiegają od tych sprzed 15 lat. W telewizyjnych ramówkach i prasie polskiej terminem *docusoap* określa się programy najczęściej na niemieckiej licencji, które pojawiły się w polskich stacjach komercyjnych około 2010 roku. Zaliczyć można do nich między innymi: *Pamiętniki z wakacji*, *Trudne sprawy*, *Ukryta prawda* czy *Dlaczego ja*. Nie są to jednak formaty konstruowane zgodnie ze słownikowymi definicjami, czyli opery mydlane przedstawiające sceny z życia policji, strażaków, ratowników medycznych czy detektywów, z udziałem autentycznych osób wykonujących te zawody i uzupełnione zdjęciami aktorów amatorów. W przypadku tych programów nie mówimy jednak o życiu zawodowym jakiejś grupy. To raczej seriale paradokumentalne definiowane jako „zbiór niepowiązanych ze sobą dramaturgicznie odcinków z zawsze nowymi bohaterami przedstawiający ich życiowe problemy” (J. Bucknall-Hołyńska, 2013, s. 69). W *docudramie* mamy do czynienia z silnym nacechowaniem emocjonalnym, stypizowaniem bohaterów, reprezentujących niższe warstwy społeczne, wyraźnym podziałem na bohaterów pozytywnych i negatywnych; najważniejsza jest zrozumiałość przedstawianych historii (w czym pomagają informacje na pasku u dołu ekranu); obecność głosu wszechwiedzącego narratora; ograniczone ruchy kamery; zdjęcia realizowane w rzeczywistych wnętrzach, nie w studiach. Z tych względów są to jednocześnie produkcje niskobudżetowe – ich pojawienie się należy także wiązać z kryzysem ekonomicznym na rynku medialnym. Spadające przychody z reklam zmusiły telewizję do oszczędności, a fabularyzowane dokumenty, które nie wymagają wyszukanej scenografii ani profesjonalnych aktorów, są znacznie tańsze w produkcji niż tradycyjne telenowełe i seriale.

Docudramy różni od telenoweli dokumentalnej brak autentycznych bohaterów (ich role odgrywają amatorzy i statyści) oraz błaha tematyka. Schemat odcinków jest taki sam, przechodzi przez trzy podstawowe fazy – konflikt, komplikacja i rozwiązanie. Codzienne życie mają odzwierciedlać: przeciętne wnętrza mieszkań, pospolity ubiór i styl wypowiedzi, problemy bliskie każdemu z widzów. W telenowelach występują aktorzy-amatorzy, co ma sprzyjać większej naturalności w odgrywaniu postaci, a także ułatwić identyfikację odbiorców z problemami bohaterów. Priorytetem nie jest talent aktorski naturszczyków, ale ich przeciętna aparycja, język i zachowanie. Scenariusz nie ma sztywnej formy, jest elastyczny i współtworzony przez aktorów (w dużej mierze improwizowany, gdyż naturszczycy nie byliby w stanie nauczyć się gotowego scenariusza i dialogów), inspirowany realnymi problemami. Schemat, według którego nagrywane są kolejne odcinki, pozostaje niezmienny. Paradokumenty posługują się stałą metodą gry aktorskiej, którą można opisać w kilku słowach – „pokażę, a potem opowiem, co pokazałem” (J. Frąś, 2012, s. 80–82). W telenoweli udającej dokument widoczna jest ingerencja reżysera, a sceny z życia bohaterów przeplatają się z wejściami, w których wprost do kamery zwierają się oni ze swoich przeżyć.

Konwencja paradokumentu stanowi telewizyjny odpowiednik tabloidu. Dowodzi tego chociażby forma sekwencji, w których bohaterowie komentują swoje perypetie (a w ramach podawane są ich imiona, nazwiska i wiek). Podpisy to z kolei cytaty z wypowiedzi bohaterów lub opisy ich „życiowej” sytuacji. Narracja – tak jak w tabloidzie – ma być przede wszystkim szybka, rzeczowa i łatwostrawna, język narratora jest prosty, przypomina słabe wypracowanie szkolne.

Programy tego typu pełnią funkcję zarówno rozrywkową, jak i terapeutyczną. Widzowie dostrzegają, że ich życie jest lepsze niż to przedstawione na ekranach telewizorów. Oglądanie tego typu programów może prowadzić do odreagowania skumulowanego napięcia i stłumionych emocji, fundując widzowi psychiczne oczyszczenie. Historie pokazywane w telenowelach paradokumentalnych mogą mieć pewien wpływ na życie codzienne widzów, podsuwają gotowe, choć prymitywne rozwiązania problemów. Zaspokajają chęć podglądania sąsiadów, cudzego nieszczęścia. Dopuszczają do głosu marginalizowane przez telewizję i nieuprzywilejowane grupy społeczne. Prezentują przy tym określone wartości i zawierają wyraźne przesłanie ideologiczne, konserwatywne i tradycjonalistyczne, podkreślające rolę rodziny. Zdaniem Bucknall-Hołyńskiej, programy tego typu przywróciły tradycję wspólnotowego oglądania telewizji, komentowania i dyskusowania treści poszczególnych odcinków. Odbiorców można podzielić na dwie grupy – widzów odbierających dosłownie, traktujących serio, oraz widzów traktujących program jako komedię czy satyrę, aktywnych na forach internetowych (J. Bucknall-Hołyńska, 2013, s. 72–74).

Interpretacja

Docusoap stają się inspiracją dla twórców kabaretowych. Przykładem może być skecz lubelskiego kabaretu Smile „*Pan Tadeusz*” dla *opornych*, w którym fragmenty epopei zostały zaprezentowane w konwencji pastiszu telewizyjnej *docudramy* – narrator tłumaczy polszczyznę literacką na współczesny slang młodzieżowy, u dołu ekranu pojawia się pasek informacyjny. *Scripted docu* został także sparodiowany przez składający się z zawodowych aktorów kabaret Na Koniec Świata w skeczu *Trudne prawdy* – tytuł to kontaminacja tytułów seriali *Trudne sprawy* i *Ukryta prawda*.

Serial medyczny to gatunek, który utrzymuje się w kolejnych wcieleniach na antenie telewizji od ponad półwiecza. Od *Dr. Kildare’a*, przez *M.A.S.H.*, *Szpital na peryferiach*, *Ostry dyżur*, po *Dr. House’a*. Medycyna to temat, który telewizyjni widzowie uwielbiają na równi z kryminologią. Brak precyzji terminologicznej w odniesieniu do konkretnych produkcji telewizyjnych, określanych mianem *docusoap*, dobrze widać na przykładzie serialu medycznego *Na sygnale*, emitowanego w TVP2, którego bohaterami są ratownicy medyczni. Jego premiera odbyła się 12 lutego 2014 roku. Premierowy odcinek obejrzało 3 mln 635 tys. widzów. *Na sygnale* jest definiowany jako serial z elementami *scripted docu*, czyli inscenizowanego dokumentu, a w 2015 roku otrzymał Telekamerę w kategorii „Serial paradokumentalny”, w której nominowano jeszcze: *Dlaczego ja*, *Szpital*, *Malanowscy i partnerzy* (w 2017 r. w kategorii „Serial fabularno-dokumentalny”). Najbliższe serialowi paradokumentalnemu są właściwie tylko dwie

pierwsze produkcje. *Na sygnale* oraz *Malanowscy i partnerzy* zawierają cechy właściwe dla *docusoap*, ponieważ oba serie opowiadają o życiu konkretnych grup zawodowych. W obu jednak nie występują ani autentyczni ratownicy medyczni, ani detektywi – ich role powierzono aktorom.

Cała produkcja *Na sygnale* jest blisko związana z innym serialem emitowanym od 1999 roku – *Na dobre i na złe*. *Na sygnale* jest pierwszym w historii TVP *spin-offem* tej cieszącej się dużą popularnością serii emitowanej przez TVP2. Załoga karetki reanimacyjnej ze stacji w Leśnej Górze – Wiktor, Piotr, Martyna i Adam – w każdym odcinku jedzie do osób, których życie lub zdrowie jest zagrożone. Ratownicy muszą podejmować szybkie decyzje i zmagać się z nieoczekiwanymi okolicznościami.

Twórcy serialu tak mówią o swojej produkcji:

Na sygnale to w istocie serial akcji, który ukazuje dramatyczne wydarzenia, w najbardziej newralgicznym czasie tzw. złotej godziny. W ratownictwie medycznym złota godzina to czas, w którym poszkodowany powinien znaleźć się na stole operacyjnym względnie w specjalistycznej jednostce pomocy. Pokazujemy tu młodych bohaterów przed trzydziestką, którzy wykonują trudny i odpowiedzialny zawód. Ciekawa i wartka akcja, dylematy oraz trudne decyzje pojawiających się w serialu bohaterów bez wątplenia będą stanowiły o jego atrakcyjności (<http://stopklatka.pl>).

Na ekranie występują zarówno zawodowi aktorzy (ekipa karetki), jak i amatorzy czy statyści. W ekipie serialowej karetki znaleźli się: Wojciech Kukliński jako Wiktor Banach – 44-letni, doświadczony lekarz-ratownik, Dariusz Wieteska w roli Piotra Strzeleckiego – 28-letniego kierowcy i ratownika medycznego, Monika Mazur jako Martyna Kubicka – 25-letnia stażystka po ukończonym kursie ratownictwa medycznego i Konrad Darocha, czyli Adam Wszolek – 26-latek, ratownik medyczny jeżdżący na zmianę z Martyną. Na planie serialu są obecni fachowi konsultanci – lekarze i ratownicy medyczni.

Wiktor Banach to obecnie lekarz-ratownik, wcześniej doświadczony chirurg. Był też himalaistą, prawdopodobnie porzucił wspinaczkę, gdy w Himalajach zginęła jego żona. W pierwszej serii kieruje Stacją Ratownictwa Medycznego w Leśnej Górze. Po wypadku kończącym pierwszy sezon nie od razu mógł pracować w karetce, więc na stanowisku szefa zastąpił go Artur Góra, gdyż możliwość aktywnej pracy w zespole wyjazdowym była jednym z kryteriów konkursu na to stanowisko. W międzyczasie (od wypisu ze szpitala, do powrotu do karetki) Wiktor pracował jako dyspozytor. Doktor Banach jest szorstki i wymagający, ale umie docenić osiągnięcia swoich pracowników. Dla pacjenta gotów złamać procedury czy narazić się na niebezpieczeństwo.

Piotr Strzelecki to kierowca karetki i ratownik medyczny. Planował studiować medycynę, ale uzyskał zbyt słaby wynik na egzaminie maturalnym. Wiktor namówił go, aby studiował ratownictwo medyczne, co może sugerować, że wcześniej był sanitariuszem. Jest krnąbrny, z trudem podporządkowuje się regulaminowi i procedurom, z tego też powodu często wchodzi w konflikt z nowym szefem. Piotr jest kobieciarzem, często zmienia dziewczyny, flirtuje też ze swoją koleżanką z karetki, Martyną.

Martyna Kubicka jest ratowniczką medyczną. Rozpoczynając pracę zastąpiła innego ratownika, zwolnionego z pracy, kiedy przyszedł na dyżur pod wpływem alkoholu. Początki nie były łatwe – Martyna wbrew poleceniu Wiktora zamiast pilnować pacjentki, kobiety z demencją, udzielała pomocy ofierze wypadku, co skutkowało zaginieniem starszej pani, która pod opieką zespołu karetki miała trafić do szpitala. Martyna to silna i zdecydowana kobieta, która uprawia sport (biegła w Marszu Niepodległości), śmieje się na horrorach i stara się być profesjonalistką. Od drugiej serii kocha się w Piotrze.

W ekipie Banacha jest też Adam Wszolek, ratownik medyczny. Nowy kierownik stacji, Artur Góra, mianował go szefem do spraw średniego personelu. W drugiej serii Adam zaintubował pacjenta mimo oświadczenia jego woli – za co został zawieszony. Okazało się, że konieczność intubacji spowodowana była zapaleniem płuc, a Wszolek nie popełnił błędu. Nie wiedząc o tym próbował popełnić samobójstwo – życie uratowała mu żona i ekipa karetki – a odpowiedzialność za to spadła na nie lubianego szefa.

Artur Góra to w drugiej serii kierownik stacji, lekarz-ratownik. Został pokazany jako karierowicz, dla którego najważniejsze są przepisy i skrupulatne przestrzeganie procedur. Jest w konflikcie zarówno z Wiktorem Banachem, jak i Piotrem Strzeleckim. Zdarza mu się lekceważyć zarówno zgłoszenia, jak i pacjentów. Nie docenia ratowników medycznych. Nie można mu jednak odmówić kompetencji. Okazuje się, że dorabia w prywatnej klinice, w jednym z odcinków zdarza się mu popełnić błąd w czasie zabiegu, który o mały włos nie doprowadza do śmierci pacjentki. Z opresji ratuje go Wiktor, który po zawieszeniu Góry (trwa dochodzenie w sprawie ewentualnego błędu w sztuce medycznej) wraca na stanowisko kierownika stacji.

Według opinii ratowników medycznych serial ma niewiele wspólnego z realiami pracy w stacji ratownictwa medycznego. Dziennikarz lokalnego dziennika odwiedził koszalińskich ratowników, aby zasięgnąć opinii u źródła. „Czy ogląda pan serial *Na Sygnale*?” – zadał pytanie jednemu z ratowników. Odpowiedź była krytyczna:

Oglądałem jeden z odcinków i nie zamierzam więcej oglądać, serial jest całkowicie oderwany od rzeczywistości. Gdzie pokazuje się, że po zdaniu pacjenta w szpitalu, ratownicy mają czas na picie kawy, rozmowy telefoniczne, itp.??? Według mojej opinii serial to totalne dno. Przedstawia naszą pracę jako sielankę i zabawę. Są takie dni, kiedy nie mamy czasu na nic, nie mówiąc o wypiciu kawy czy zjedzeniu śniadania lub obiadu. W serialu widzimy panią ratownik po rocznym kursie. Jakże trzeba mieć wykształcenie, żeby zostać ratownikiem medycznym? Według ustawy, należy ukończyć dwuletnie policealne studium na kierunku ratownik medyczny lub ukończyć licencjat na kierunku ratownictwo medyczne. Pani ratownik po rocznym kursie nie ma prawa wsiąść do ambulansu! (<http://koszalin.naszemiasto.pl>).

Ratownicy z całego kraju założyli nawet profil na Facebooku: „Organizacja na rzecz usunięcia serialu *Na sygnale* z ramówki telewizji”. Twórcy profilu uważają, że serial podważa kompetencje ratowników i utrudnia im codzienną pracę. Chodzi między innymi o błędy dotyczące dziedziny ratownictwa medycznego – od ubiorów, przez sposób prowadzenia masażu serca i defibrylacji, po wyposażenie karetki i zachowanie ratowników. Niektórzy z użytkowników profilu pomstują, że aktorzy nie zadali sobie trudu, by podpatrzeć pracę załogi karetek.

Na przekór tak nieprzychylnym opiniom serial cieszy się popularnością i wyraźnie odbiega – na korzyść – od poziomu innych tego typu produkcji telewizyjnych, jak chociażby tych nominowanych do Telekamery w tej samej kategorii. Autorzy słusznych zapewne zastrzeżeń natury merytorycznej nie biorą pod uwagę fikcyjnej natury telewizyjnego *show*. Z tego też względu *Na sygnale* nie można uznać za telenowelę dokumentalną, czyli nie jest to *docusoap* w pełnym znaczeniu tego terminu. W rolach głównych występują zawodowi aktorzy, nieznani jeszcze z innych seriali i telenoweli (poza Konradem Darochą grającym w telenoweli *Klan*), więc ich twarze nie zdążyły się opatrzyć widzom – dzięki temu postaci lekarzy i ratowników nabierają wiarygodności.

Zawodowi aktorzy (znani z pobocznych ról w innych produkcjach telewizyjnych) obok amatorów pojawiają się natomiast w rolach epizodycznych, odtwarzając postaci pacjentów lub członków ich rodzin. Każdy odcinek ma spójny dramaturgicznie scenariusz, w którym jest także miejsce na improwizację. O ile więc dialogi między ratownikami wypadają dość naturalnie, o tyle kwestie wypowiedziane przez poszkodowanych i osoby, które znalazły się na miejscu zdarzenia rażą sztucznością i znaną z innych *docusoap* niezamierzoną śmiesznością.

Podobnie jak w serialach paradokumentalnych, zdjęcia są kręcone w autentycznych wnętrzach i plenerach, czasami jednak pojawia się scenografia szpitala w Leśnej Górze znana z serialu *Na dobre i na złe*. W przeciwieństwie do *scripted docu* nie ma tu jednak ani narratora, ani paska informacyjnego. Ale tak jak w innych tego typu produkcjach w każdym odcinku akcja zostaje na pewien czas zawieszona, a jeden z aktorów odtwarzających postać lekarza lub ratownika komentuje dany przypadek, edukując jednocześnie widzów i przekazując informacje dotyczące udzielania pierwszej pomocy.

Serial telewizyjny musi się jednak rządzić swoimi prawami i przede wszystkim zaspokoić oczekiwania widzów, czyli dostarczyć rozrywki. Dlatego też przypadki, do których wyjeżdża zespół karetki z Leśnej Góry, daleko odbiegają od realiów pracy ratowników medycznych. Niekiedy problemy prezentowane w poszczególnych odcinkach ocierają się o absurd – są zarówno dramatyczne, jak i często wzbudzające śmiech. Tak jak na przykład w odcinku, w którym pogotowie wezwała para kochanków w trakcie zbliżenia intymnego, ponieważ u partnerki doszło do pochwicy. Akcja innego odcinka z kolei rozgrywa się w konwencji horroru. Dwoje młodych ludzi postanawia nocą odwiedzić opuszczony, cieszący się złą sławą dom. Jedno z nich wzywa karetkę twierdząc, że zostali napadnięci przez... ducha. Ratownicy – bohaterowie serialu – wykazują się niejednokrotnie wyjątkową odwagą, wręcz brawurą, a także pomysłowością McGyvera czy kompletną nonszalancją wobec procedur. Wszyscy – z wyjątkiem, oczywiście, doktora Góry – dla ratowania pacjentów są gotowi poświęcić karierę, a nawet własne życie.

Na sygnale ma nie tylko dostarczyć rozrywki, ale wypełnić wymaganą od telewizji publicznej misję. Twórcy serialu stawiają sobie więc nieco ambitniejsze cele niż w przypadku innych seriali paradokumentalnych. Wplecenie wątków obyczajowych i romansowych w opowieść o pracy zespołu stacji ratownictwa medycznego stanowi jednocześnie ukłon w stronę widzów podobnych seriali nadawanych w stacjach komercyjnych.

Bibliografia

Teoria

Barker Ch.: *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, przeł. A. Sadza, Kraków 2005.

Bucknall-Hołyńska J.: *Trudna sprawa z docusoap czyli patologia życia codziennego*, „Kultura Popularna” 2013, nr 1 (35).

Drożdż M.: *Tabloidyczna „produkcja” sensu i wartości*, „Oblicza Komunikacji” 2010, nr 3.

Frąś J.: *Fenomen popularności telenoweli paradokumentalnych*, w: B. Juśkiw (red.), *Kultura medialna. Próba analizy mediów w Polsce*, Kraków 2012.

Godzic W.: *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004.

Hopfinger M.: *Literatura i media po 1989 roku*, Warszawa 2010.

Stańczak-Wiślicz K.: *Opowieści o trudach życia: narracje zwierzeniowe w popularnej prasie kobiecej XX wieku*, Warszawa 2010.

Media

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/docusoap>.

<http://www.ekonomia.rp.pl/temat/853866.html?tag=fabularyzowane%20dokumenty>.

<http://kulturaliberalna.pl/2011/11/15/stanczyk-codzienna-porcja-nieszczęścia-o-serialach-paradokumentalnych/>.

<http://koszalin.naszemiasto.pl/artukul/serial-na-sygnale-a-prawdziwa-praca-koszalinski-ratownikow,2531336,artgal,t,id,tm.html>.

<http://nowosci.com.pl/321002,W-swiecie-udawanych-emocji.html>.

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/docusoap>.

<http://stopklatka.pl/wiadomosci/-/86898219,-na-sygnale-nowy-serial-tvp-w-stylu-na-dobre-i-na-zle->.

<https://en.wiktionary.org/wiki/docusoap>.

http://wyborcza.pl/1,90539,11109359,Prawda_czasu_prawda_serialu_Paradokumentalnego.html#ixzz3gRLpOL3H.

Na sygnale, scen. Robert Mąka, reż. Krzysztof Kasior, Leszek Korusiewicz, serial TVP2, 2014–2015.

E-book

Anna Godzińska

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Szczeciński

Szkoła Podstawowa nr 53 im. Fryderyka Chopina w Szczecinie

Tagi: *blog, e-komiks, media społecznościowe*

Definicje

Początek historii e-booków datuje się na 1971 rok, kiedy Michael Hart uruchomił Projekt Gutenberg, polegający na tworzeniu wersji elektronicznych książek istniejących do tej pory tylko na papierze. Pierwszym e-bookiem była Deklaracja Niepodległości Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej i moment ten rozpoczął erę książek elektronicznych. Kolejnymi digitalizowanymi książkami były: *Konstytucja Stanów Zjednoczonych* wraz z *Kartą Praw Stanów Zjednoczonych Ameryki*, *Biblia* i dzieła Szekspira. Projekt Gutenberg w 1997 roku oferował 1000 tytułów, a w 2013 roku – 42 tys. pozycji. (W. Myszka, *Książki elektroniczne. Stan technologii*, <http://kmim.wm.pwr.edu.pl>).

Za początek rynku e-booków w Polsce uznaje się rok 2000, kiedy ze strony wydawnictwa Świat Książki można było ściągnąć za darmo plik z książką Olgi Tokarczuk *Dom dzienny, dom nocny*. W tym samym roku pojawił się również pierwszy płatny e-book – *Jak nie dać się ogłupić. 46 krótkich kazań* Jarosława Kamińskiego (Wydawnictwo Nowy Świat). W 2009 roku powstała natomiast pierwsza polska księgarnia internetowa nexto.pl, oferująca książki w formacie EPUB. Działa ona do dziś – sprzedaje e-booki, audiobooki i e-prasę.

Przyjęcie jednej i pełnej definicji hasła e-book (ang. *electronic book* – książka elektroniczna) jest zadaniem niełatwym. Już sam termin książka jest otwarty, a wskazanie w internecie dokumentów elektronicznych, które można dzięki tej definicji scharakteryzować, może okazać się wyjątkowo trudnym zadaniem. Jeszcze kilka lat temu publikacjami elektronicznymi nazywano dokumenty tworzone za pomocą wyspecjalizowanego oprogramowania, którego najbardziej znanym dziś standardem jest Adobe Acrobat. Małgorzata Góralska uważa, że przy szukaniu właściwej definicji należy pominąć te:

które nawiązują do urządzeń funkcjonujących na zasadach książki tradycyjnej poprzez odwołanie do jej fizycznych właściwości (takich jak niewielkie rozmiary czy portatybilność). Książka elektroniczna w Internecie będzie oznaczała zatem przekaz przetwarzany przy użyciu technologii komputerowej, wyświetlany na ekranie monitora oraz upodobniony w węższym lub szerszym zakresie do tego, który jest charakterystyczny dla drukowanych publikacji (<http://www.ebib.pl>).

Paweł Wimmer podaje, że:

publikacją elektroniczną jest zestaw dokumentów wyposażony we własny system nawigacyjny i wyszukiwawczy dostarczany w postaci pliku przeznaczonego do odczytu w odpowiedniej przeglądarce bądź zewnętrznym urządzeniu odczytującym (P. Wimmer, 2000, s. 48).

Podobnie termin ten opisany jest w *Podręcznym słowniku bibliotekarza*:

Dokument elektroniczny, który w sposobie organizacji, prezentacji i wykorzystania treści nawiązuje do funkcjonalnych i konstrukcyjnych właściwości książki konwencjonalnej. Może być cyfrową kopią książki rękopiśmiennej czy też drukowanej, lub dokumentem nieposiadającym „papierowego” pierwowzoru (w jęz. angielskim *born-digital*). Tym terminem określa się także specjalistyczny sprzęt komputerowy oraz oprogramowanie przeznaczone do odczytu e-booków (*Podręczny słownik bibliotekarza*, 2011, s. 35).

Słownik języka polskiego podobnie wskazuje na e-book jako dokument tekstowy, ale i czytnik: „książkę dostępną w wersji elektronicznej oraz urządzenie umożliwiające odczytanie takiego tekstu” (<http://sjp.pwn.pl>).

Po kilkunastu latach obecności e-książki na polskim rynku istnieje jasne rozróżnienie obu pojęć. Tak więc e-book, e-książka lub książka elektroniczna, to książka, lub szerzej treść, zapisana w formie elektronicznej. Do jej odczytu służą programy zainstalowane na czytnikach e-booków lub innych urządzeniach, na przykład na komputerach osobistych, tabletach czy smartfonach.

Współcześni badacze są zgodni i wskazują jednomyślnie na znaczenie terminu. Bogdan Klukowski uważa, że „książka elektroniczna (i publikacja elektroniczna) zawiera treść tekstową. Treść tę można odczytywać przy użyciu rozmaitych narzędzi elektronicznych, także przenośnych” (B. Klukowski, 2013, s. 12). Podobnie Marcin Ożóg, który jako e-book rozumie plik zawierający tekst. Są to według niego publikacje, które wyświetlane na ekranie naśladują formę książki drukowanej i nie pozwalają czytelnikowi na wprowadzanie modyfikacji (M. Ożóg, 2002, s. 63).

Małgorzata Góralska zaproponowała typologię książek elektronicznych. Po pierwsze są to e-booki „odtworzące portatywność drukowanych wydawnictw” – jako przykład wskazuje encyklopedię wydaną na płycie CD, którą można włożyć do torebki i przenieść równie łatwo jak papierową książkę. Po drugie wyróżnia formy cyfrowe zachowujące logiczną strukturę tekstu. Trzecim typem publikacji elektronicznych są te, które łączą obie cechy (portatywność i logiczną strukturę tekstu) – autorka dzieli je na książki wizualne i hiperksiążki. Pierwszymi są skany czy zdjęcia istniejących druków, drugimi zaś e-booki w formacie EPUB, PDF czy MOBI (M. Góralska, 1996, s. 35).

Przez lata definicja e-booka była modyfikowana, a badacze coraz częściej dążyli do jej uściślenia. Dziś najczęściej powtarzana jest ta, która wskazuje na plik tekstowy, treść zapisaną w formie elektronicznej możliwą do odczytania na urządzeniu komputerowym przy użyciu odpowiedniego oprogramowania.

Na początku książki elektroniczne czytano przede wszystkim na komputerach, laptopach i palmtopach. Od pierwszych lat XXI wieku zaczęły pojawiać się przenośne urządzenia do odczytu, zwane czytnikami lub e-bookami. W ostatnich latach zaś coraz popularniejsze stają się smartfony, które mają wystarczająco duże ekrany, umożliwiające swobodne czytanie. Czytniki korzystają najczęściej z technologii e-papieru, zwiększającej komfort lektury w porównaniu z komputerem. Najpowszechniejszym formatem książek jest PDF – obsługiwany przez większość czytników, często dostępne są także EPUB oraz MOBI (Kindle Format). Każda z firm produkujących urządzenia do e-czytania ma najczęściej własny format, przeznaczony do konkretnego sprzętu.

Wiele tytułów książek zaliczanych do klasyki literatury (m.in. lektury szkolne), a także dokumenty i publikacje historyczne dostępne są w wersji elektronicznej. Można je ściągnąć za darmo ze specjalnych stron internetowych oraz wypożyczyć w wirtualnych bibliotekach. Najbardziej znane strony to: wolnelektury.pl (nie tylko z lekturami szkolnymi), polona.pl (teksty literackie, naukowe, dokumenty historyczne, czasopisma, fotografie) czy bc.pionier.net.pl (dostęp do zasobów 60 bibliotek cyfrowych tworzonych przez biblioteki, uczelnie, archiwa, muzea i ośrodki badawcze).

W Polsce można korzystać także z e-bibliotek. W ramach oferty darmowej działu katalog IBUK Libra, dostępny pod adresem <http://libra.ibuk.pl> (także z ofertą komercyjną). Z bazy można korzystać w placówkach bibliotek oraz z dowolnego miejsca po podaniu kodu do autoryzacji, który można otrzymać w bibliotekach. Innym projektem jest „e-Biblioteka”.

E-biblioteki komercyjne w Polsce tworzone są przede wszystkim z myślą o klientach korzystających ze smartfonów i tabletów. Najbardziej znany jest abonamentowy system wypożyczania e-booków Legimi, który oferuje dostęp do 2 tys. e-booków; podobnie działa ibuk.pl. E-czytanie proponuje także czytelniabezkartek.pl oraz wirtualna wypożyczalnia książek skierowana do klientów sieci komórkowych, którzy czytają przede wszystkim na smartfonach czy tabletach („Czytelnia Tu i Tam” – Orange).

Powyższe zjawiska są dowodem na to, że zmieniają się we współczesnej kulturze sposoby funkcjonowania książki. Przełom, z którym mamy do czynienia, często porównywany jest do zmian wprowadzonych dzięki wynalazkowi Gutenberga. Lektura – kiedyś czynność zarezerwowana dla uprzywilejowanych warstw społecznych – dzięki rozwinięciu druku stała się powszechna, a jej rozwój zawdzięczamy kolejnym wynalazkom – prasie i drukarskim maszynom rotacyjnym w XIX wieku. Zmiany te jednak są niczym w porównaniu z pojawieniem się komputera i internetu. Chrisitan Vandendorpe trafnie zauważa we wstępie do swojej książki *Od papirusa do hiper tekstu. Esej o przemianach tekstu i kultury*:

Dziś nie mamy już wątpliwości: rewolucja cyfrowa objęła swym zasięgiem również książkę i piśmiennictwo we wszystkich możliwych przejawach, bezlitośnie usuwając niewzruszone podstawy, na których od wieków spoczywała nasza cywilizacja (C. Vandendorpe, 2008, s. 7).

Pojawienie się komputera – jak wskazuje badacz – ma ogromny wpływ na kontakt z tekstem. Vandendorpe pisze wręcz, że „cyberprzestrzeń urzeczywistnia pradawne sny o powszechnej, demokratycznej partycypacji” (C. Vandendorpe, 2008, s. 8).

Mimo to wejście w epokę cyfrową nie zmieniło wiele w podstawie myślenia o literaturze. Jak pisze Dariusz Śnieżko:

kolejne wynalazki włączają do obiegu komunikacyjnego nowych, coraz liczniejszych uczestników, ale towarzyszą im konserwatywne reakcje, czyli poczucie inflacji wartości, obawa przed inwazją parweniuszy, dotychczas trzymany za drzwiami salonów, i przed postępującą w związku z tym intelektualną pauperyzacją (D. Śnieżko, 2014, s. 27).

Interpretacja

Starość aksolotla Jacka Dukaja ukazała się 10 marca 2015 roku i była to nietypowa literacka premiera. Powieść ta często bywa nazywana „książką przyszłości” czy „nową książką”, zaś sam autor wielokrotnie wypowiadał się na temat przyszłości literatury i jej form (J. Dukaj, 2015). Wydawcą jest Allegro – internetowa platforma handlowa, która opublikowała tekst jedynie w formie elektronicznej, wzbogaconej o bonusy dostępne jedynie podczas lektury na elektronicznych nośnikach. W materiałach prasowych na stronie [allegro.pl](http://media.allegro.pl) można przeczytać, że „książka ta angażuje czytelnika na tak wielu poziomach: tekst – hipertekst – art – real” (<http://media.allegro.pl>). Marketingowa maszyna – którą publikacjami i wypowiedziami wspierał sam autor – kreowała *Starość aksolotla* na książkę 2.0, e-booka otwierającego się na przyszłość i oferującego wielopoziomowe obcowanie z treścią.

Fabula *Starości aksolotla* rozpoczyna się wybuchem neutronowym, który kończy świat – przynamniej w znanej nam formie. Zagłada trwa kilkanaście godzin i można ją śledzić na żywo. Monitory w polskiej firmie IT, w której pracuje główny bohater powieści, Grześ, pokazują przemieszczanie się śmiercionośnej fali. Śmierć podąża od Azji przez kolejne państwa, by wreszcie dotrzeć do Polski. Umiera wszystko to, co jest materią organiczną, a pozostaje „przy życiu” materia nieorganiczna, reprezentowana tu głównie przez internet. Protagonista ma więc czas na przygotowanie się do nadchodzącej zagłady, ale i szansę, by spróbować przeżyć. Wykorzystuje ją i staje się bytem wirtualnym. Niewielka grupa ludzi z całego świata wpada na ten sam pomysł i w ostatniej chwili dokonuje transferu swojej świadomości do sieci. Ludzkość zaczyna więc nową formę egzystencji – jako *software* działający na infrastrukturze komputerowej.

Uwolnienie się z ciała, porzucenie materialności, okazuje się jednak przekleństwem. Większość bohaterów pragnie ucieleśnienia – ludzie wykorzystują znalezione roboty, które stają się ich zastępczymi ciałami i pozwalają funkcjonować w sposób imitujący poprzednie życie. Obserwujemy więc wędrówkę Grzesia po ulicach Tokio,

próby picia alkoholu, nieudany seks z innym robotem-człowiekiem. Nowi ludzie starają się przywrócić stary porządek – chcą odbudować relacje społeczne. Próby te jednak za każdym razem rodzą frustracje z powodu braku rzeczywistego kontaktu między świadomością a ciałem. *Starość aksolotla* – jak zauważył Maciej Jakubowiak w artykule *Śmierć książki* – to „opowieść o takim postępie, który nie do końca się udał i jedyne, co można z nim zrobić, to go po prostu odkręcić” (<http://www.dwutygodnik.com>).

Od strony formalnej publikacja ta stanowi hybrydę e-booka i hipertekstu. Jest to bowiem e-book, ale jednocześnie czytelnik ma wpływ na jego formę poprzez poszerzanie wiedzy na temat bohaterów czy wydarzeń oraz technologii, do których odsyłają konkretne linki. One właśnie, jako charakterystyczny element hipertekstu, w tym przypadku nie pozwalają na zmianę akcji przez odbiorcę, na jego wpływ na treść powieści, ale pełnią rolę ukrytych w zasobach internetu przypisów. To interesujący zabieg, który pozwala pisarzowi pominąć w narracji wywody dotyczące nowoczesnej technologii czy genetyki – kliknięcie na link odsyła automatycznie do odpowiedniej strony.

W „Książkach. Magazynie do czytania” Dukaj pisze o tym w następujący sposób:

Powstaje więc myśl: dlaczego by nie objąć autorską kontrolą całej tej WARSTWY KULTURY? (...) Staje się oto coraz rzadszym wyjątkiem czytanie z nośnika, na którym zarazem nie możesz wejść w kilka innych strumieni kultury (s. 11).

Ta „warstwa kultury” to w powieści przypisy – linki, które po pierwsze objaśniają terminologię i skróty „z naszego świata”, na przykład MMO (ang. *Massively Multiplayer Online Game* – rodzaj gier komputerowych, w których rozgrywka odbywa się przez internet), PIAP (ang. *Public Internet Access Point* – publiczny punkt dostępu do internetu). Po drugie – objaśniają świat po zagładzie – czyli choćby zrzeszenia (gildie) robotów i powiązania między postaciami. W ten sposób tekst staje się warstwowy – główna narracja wzbogacona jest o dodatkowy tekst, do którego odsyłają linki – odnosząc do kolejnych informacji. Imponująca jest liczba hipertekstowych odnośników – jest ich aż 180, ale ich przydatność okazuje się niewielka. Większość stanowią wyjaśnienia terminów powszechnie znanych, na przykład DNA, pozostałe zaś odnoszą się do terminów ukutych przez autora na potrzeby książki. Te drugie istotne są w zrozumieniu kontekstu narracji.

Starość aksolotla to także ilustracje, które jednak w wersji MOBI (przeznaczonej na czytnik Kindle, najpopularniejszy w Polsce) nie są tak imponujące i piękne, jak w kolorowych formatach EPUB czy PDF – najlepiej jest więc czytać i oglądać tę powieść na tablecie lub komputerze czy smartfonie. Znajdziemy tu również 17 unikatowych exlibrisów, które pojawiają się w tekście wraz z mottami i dodatkowymi komentarzami. Kolejnym nowoczesnym elementem e-booka Dukaja są projekty robotów wykonane przez Alexa Jaegera, które można ściągnąć jako pliki gotowe do wydruku 3D.

To dość obszerne nagromadzenie bonusów wydaje się adekwatną formą do przekazania treści powieści. Dukaj – jako najpopularniejszy w Polsce pisarz science fiction – podjął się próby połączenia narracji z gatunku

fantastyki naukowej ze swego rodzaju przyszłościowym wynalazkiem – jego e-book idzie przecież o krok dalej od elektronicznych książek wydawanych dotychczas. Forma więc nawiązuje bezpośrednio do treści.

W opublikowanym w 2010 roku w „Tygodniku Powszechnym” tekście pod tytułem *TL;DR* (ang. *Too long; didn't read* – *Za długie, nie do czytania*) Dukaj przywołał esej amerykańskiego krytyka kultury Nicholasa Carra, który w 2008 roku zauważył, że sposób, w jaki czyta literaturę, zmienił się od czasu, gdy korzysta z komputera i internetu. Stwierdził, że nie umie się już skupić na dłuższym, kilkunastostronicowym wątku – skacze po tematach jak między kartami przeglądarki internetowej. Zastanawia się, dlaczego potrafił kiedyś w skupieniu czytać *Annę Kareninę*, a dziś skoncentrowanie się choćby przez godzinę na dłuższym tekście jest dla niego niezwykle trudne. Odpowiedź Dukaja była niezwykle trafna i konkretna: „Google zgwałciło nam mózgi”. Pisarz miał tu na myśli zapewne ciągi logiczne, którymi rozumiemy słowo pisane, obecne w mózgach ludzi kultury zachodniej przynajmniej od czasu wynalezienia druku. *Starość aksolotla* wydaje się być odpowiedzią na potrzeby współczesnego czytelnika, który jako odbiorca takiej hipertekstowej powieści raczej surfuje niż czyta. Tu właśnie – według autora *Starości aksolotla* – przebiega granica między „tradycyjną” a „nową” książką. Pierwsza przeznaczona jest tylko do czytania, druga zaś poszerza pole odbioru o wszystkie zdigitalizowane dane. Trudno się z takim wnioskiem nie zgodzić. Tekst przeniesiony z papieru na ekrany smartfonów czy tabletów zdecydowanie zmienia swoją postać i pozwala przekraczać bariery, które stawiała do tej pory tradycyjna forma książki. Często także ułatwia lekturę, ponieważ sami możemy dobrać wielkość czcionki, niezrozumiałe słowo szybko zostanie odnalezione w tym samym nośniku, link odeśle nas do wzbogaconej treści itd. Niesie to jednak ze sobą pewne niebezpieczeństwo, o którym Dukaj także wspomina:

Kluczową zaletą tradycyjnej książki nie jest *ułatwienie lektury*. (...) Papierowa książka służy czemuś innemu: *zawężeniu pola uwagi*. (...) Przeczytać książkę – to wyczyn. Przeczytać na dodatek e-booka, gdy wokół każdego zdania huczy milion wirtualnych dystrakcji, to jak przejść na linie nad przepaścią w trakcie burzy z piorunami (J. Dukaj, 2015, s. 11–12).

Autor jednak wydał swoją najnowszą powieść właśnie w tej „trudniejszej” do czytania formie. *Starość aksolotla* może być traktowana jako zapowiedź zmian, które czekają nas nie tylko w związku z rozwojem nowych technologii, ale także z zupełnie odmiennym gatunkiem czytelnika. Współczesny, wychowany już w świecie z internetem odbiorca literatury obcuje z nią najczęściej na nośnikach elektronicznych. Poza tym przyzwyczajony jest do szukania natychmiastowych odpowiedzi na nurtujące go pytania, a książka elektroniczna daje taką możliwość, zamieniając dawne przypisy na linki.

Niezwykle intrygujący jest zabieg Dukaja – niszcząc w fabule powieści materię organiczną, nadał człowiekowi zupełnie inną formę. Podobnie jego powieść, która pogrzebała tradycyjną książkę, wydana jedynie w wersji e-booka, pyta o książkę przyszłości. Sam autor jednak w *Śmierci aksolotla* pokazuje, że technologia nie zmienia tak wiele, jak mogłoby się wydawać. Ludzkie umysły, zamknięte w ciałach robotów, dopadają te same, ludzkie

emocje – smutek, depresja i melancholia. Podobnie jest z literaturą, która bez względu na e-bookowe opakowanie pozostanie tekstem.

Bibliografia

Teoria

- Dukaj J.: *Bibliomachia*, „Książki. Magazyn do Czytania” 2015, nr 1 (16), s. 8–13.
- Górska M.: *Elektroniczne książki*, „Zagadnienia Informacji Naukowej” 1996, z. 2, s. 33–40.
- Górska M.: *Książka on-line. Próba objaśnienia zjawiska*, <http://www.ebib.pl>, data dostępu: 28.07.2015.
- Jakubowiak M.: *Śmierć książki*, <http://www.dwutygodnik.com>, data dostępu: 28.07.2015.
- Klukowski B.: *E-booki w kraju i na świecie*, Warszawa 2013.
- Myszka W.: *Książki elektroniczne. Stan technologii*, <http://kmim.wm.pwr.edu.pl>, data dostępu: 29.07.2015.
- Ożóg M.: *Książka elektroniczna*, w: P. Marecki (red.), *Liternet. Literatura i internet*, Kraków 2002, s. 61–80.
- Czapnik G. (red.): *Podręczny słownik bibliotekarza*, Warszawa 2011.
- Śnieżko D.: *Dawni autorzy i nowe medium*, w: P. Michałowski (red.), *Od pióra do sieci*, Szczecin 2014, s. 23–48.
- Vandendorpe C.: *Od papirusa do hipertekstu. Esej o przemianach tekstu i kultury*, przeł. A. Sawisz, Warszawa 2008.
- Wimmer P.: *Publikacje elektroniczne. W poszukiwaniu standardu*, „Webmaster” 2000, nr 6.

Media

- Dukaj J.: *Starość aksolotla*, Warszawa 2015.

E-komiks

Krzysztof Lichtblau

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: e-book, blog, media społecznościowe

Definicje

Komiks internetowy dzieli się na dwa podstawowe podgatunki – pierwszym są komiksy przeniesione do sieci z wersji papierowej; drugim – powstałe z myślą o publikacji w internecie. Zwraca na to uwagę między innymi Paulina Potrykus-Woźniak w *Słowniku nowych gatunków i zjawisk literackich* (P. Potrykus-Woźniak, 2010, s. 89–90). Komiks przygotowywany do publikacji w internecie może wykorzystywać dźwięk, animację, a przy tym nie jest ograniczony formatem wydruku, co w konsekwencji wpływa zarówno na plansze, jak i kadry. Przykładem takiego komiksu, który istnieje wyłącznie w wersji cyfrowej, jest *The Right Number* Scotta McClouda. W tym komiksie kolejne kadry „wylaniają się” z kadrów poprzednich. Czytając go mamy więc wrażenie wchodzenia w głąb opowieści, co jednocześnie stanowi wyraz zerwania z klasycznymi komiksowymi paskami.

Za początek komiksu internetowego uważany jest 1993 rok, kiedy to w sieci opublikowany został *Doctor Fun* Davida Farley’a. Był to jednak komiks, który miał swoją wcześniejszą premierę papierową. Komiksy tworzone wyłącznie do wykorzystania w internecie pojawiły się w 1995 roku. Jako pierwsze wskazuje się *Argon Zark!* Charley’a Parkera (www.zark.com), który ukazywał się do 2008 roku, oraz *Kevin and Kell* Billa Holbrooka (www.kevinandkell.com).

Szczegółowej periodyzacji komiksu internetowego dokonał Shaenon Garrity, który wyróżnił pięć okresów funkcjonowania tego medium: „Epokę Kamienia” (1985–1992), „Epokę Brązu” (1993–1995), „Erę Osobliwości” (1996–2000), „Żarty się skończyły” (2001–2006) oraz „Wiek Tych Wszystkich Aplikacji” (od 2007 do dziś) (S. Garrity, 2012). Badacz zauważa, że przed 1993 rokiem zeskanowane komiksy czasami wysyłano za pomocą sieci – w tym sensie były to komiksy internetowe. Okres po 1996 roku to między innymi dostrzeżenie komercyjnego potencjału w komiksie internetowym (podobnego do tradycyjnego komiksu w formie pasków umieszczanych w prasie na przełomie XIX i XX wieku). Zwieńczeniem był rok 2000, kiedy to swoją nową książkę – *Reinventing Comics: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art Form*, opublikował Scott McCloud – autor jednej z najważniejszych prac o komiksie *Zrozumieć komiks* (S. McCloud, 2015). Rok 2001 to przede wszystkim

narodziny *Web 2.0* (zob. hasło *Web 2.0*), ale również eksperymenty z formą. Od 2007 roku – jak zauważa teoretyk Shaenon Garrity – komiksy internetowe ulegają przekształceniom w celu dostosowania do portali społecznościowych i urządzeń mobilnych.

Ustalenie cech konstytutywnych komiksu internetowego może odbywać się przez badanie różnych płaszczyzn, między innymi przez całościowe przyjrzenie się *net artowi* (sztuce internetowej), a także relacjom komiksu i literatury, które podporządkowują swoją formę do możliwości sieci (P. Potrykus-Woźniak, 2010, s. 89–91) oraz komiksu i komiksu internetowego (A. Mazurkiewicz, 2012). Ta różnorodność możliwych spojrzeń wskazuje, że komiks internetowy tworzy nową poetykę. Bez wątpienia jest on więc nowym tekstem kultury, a jego nierzadkie odniesienia do komiksu konwencjonalnego traktować należy ewolucyjnie (A. Mazurkiewicz, 2010; T. Żaglewski, 2010).

W kontekście *net artu* kluczowe jest to, na co zwraca uwagę Ryszard W. Kluszczyński. Medioznawca pisze:

Gdy artysta powołuje do istnienia wirtualne środowisko, w które wpisuje wizje interaktywnych zachowań odbiorców, ci ostatni odnajdują się wówczas wobec konieczności udzielenia własnej odpowiedzi, konieczności odniesienia się do sytuacji, w której się znaleźli. Interaktywne, kreatywne zachowania, które wtedy podejmują, zmieniają ich w aktywnych uczestników wydarzenia artystycznego, nadają im status interaktorów. Odbiorca/interaktor poprzez swoje twórcze działanie – współudział w procesie kreacji – wychodzi na spotkanie artysty bądź czyniąc rzeczywistymi jego wirtualne koncepcje, bądź też zastępując (lub raczej uzupełniając) go w czynnościach kreatywnych. Sztuka interaktywna, która powstaje w wyniku takich kolektywnych praktyk – dostarcza swym uczestnikom nowych doświadczeń, budując w ten sposób kontekst, w którym zmienia się ich sposób pojmowania i sztuki i komunikowania (R.W. Kluszczyński, 2002, s. 129).

Sieć zmienia więc zasadniczo uczestnictwo czytelników w odbiorze dzieł. W pewnym sensie są oni zaangażowani w proces twórczy. W świecie komiksu internetowego jest to widoczne choćby na blogach komiksowych, portalach społecznościowych, gdzie funkcjonują krótkie komiksy, a także na stronach fanowskich. Łączy się to bezpośrednio z refleksją Tomasza Żaglewskiego nad *Komiksem 2.0*. Nazwa *Komiks 2.0* jest analogią do terminu *Kultura 2.0*, a ta – nawiązuje do *Web 2.0*. W pewnym uproszczeniu są to synonimy innego pojęcia – cyberkultury. Badacz pisze:

Współczesna kultura konwergencji – jako wszechogarniająca, multimedialna praktyka – próbuje każdego z potencjalnych odbiorców określonego produktu uczynić właśnie fanem, czyli doskonałym konsumentem, zaangażowanym już nie tylko w odbiór, ale i współtworzenie danego produktu. (...) Wspomniany prosument, to tubylec świata nowych mediów, dla którego każde poszczególne dzieło stanowi przede wszystkim „bazę danych” (termin Lwa Manovicha) przygotowaną do kultywowania strategii „remiksu” (termin Lawrence’a Lessiga). W takiej przestrzeni film, powieść czy komiks pozbawione swych materialnych nośników i przeniesione w cyberprzestrzeń zaczynają brać udział w nieustannej cyrkulacji treści, „remiksowanej” przez kolejnych prosumentów (T. Żaglewski, 2010).

Wiele stron internetowych to zbiory (coś w rodzaju antologii) komiksów wyselekcjonowanych z zalewającej nas masy sieciowych publikacji. Istnieje wiele serwisów zbierających linki do konkretnych komiksów (M. Puczyński). Mają przy tym zadanie archiwizujące, co jest niezwykle istotne dla *net artu*. O niebezpieczeństwie ulotności Kinga Kuczyńska pisze tak:

Kobiece e-komiksy cierpią na te same dolegliwości, co te tworzone przez mężczyzn: są przelotne, czasem zmieniają się w środku serii z braku pomysłu na kontynuację bądź puentę, bywają hermetyczne – posługują się specjalistycznym językiem (...). Brakuje ich archiwizacji, co skutkuje często bezpowrotnym zaginięciem niektórych z nich (K. Kuczyńska, 2012, s. 56).

Adam Mazurkiewicz wyróżnił sześć podstawowych cech komiksu internetowego. Sam badacz zwraca uwagę na ich ogólność, ale niewątpliwie mają one wpływ na przybliżenie istoty tego medium – są to:

- premiera komiksu w internecie,
- niekomercyjny charakter (w tym darmowy dostęp) do publikacji,
- nieograniczona możliwość wypowiedzi,
- elastyczność reakcji na aktualne wydarzenia,
- zróżnicowana estetyka,
- kolektywne autorstwo publikacji (A. Mazurkiewicz, 2012, s. 68).

Zatem komiksolog za komiksy internetowe uznaje te, które pierwotnie ukazały się w sieci. Przypadek, w którym w sieci zaczyna funkcjonować komiks pierwotnie papierowy, można określić mianem „komiksu w internecie” lub „komiksu cyfrowego” (K. Frąszczak) lub *spite comic*, do czego wrócę omawiając odmiany e-komiksu. Ksenia Frąszczak podkreśla różnicę między komiksem internetowym a komiksem cyfrowym. Badaczka pisze:

Najważniejsze cechy (komiksu internetowego – przyp. K.L.) w tym przypadku to: zerwanie z czytelnickimi przyzwyczajeniami kształtowanymi przez tradycyjny rynek, duża doza interaktywności, bezpośredni, nieformalny kontakt pomiędzy autorem i czytelnikami, zerwanie z traktowaniem komiksu jako produktu (K. Frąszczak, 2014, s. 48).

Co ciekawe dostępne są już na rynku komiksy internetowe, które zostały wydrukowane w zbiorach, między innymi – *Komiks w sieci. Antologia polskiego komiksu internetowego* oraz *Polski komiks kobiecy*, w którym – poza monograficzną częścią Kingi Kuczyńskiej – znajdziemy również wiele innych komiksów, także internetowych, polskich autorek. Oczywiście redaktorzy antologii zdają sobie sprawę z ograniczenia medium. Jak pisze Bartosz Kurc w posłowie do tego pierwszego zbioru:

Prezentowane komiksy w antologii *Komiks w Sieci*, jak zapewne zauważyliście nie posiadają cech interaktywności. Są wyborem, ukazaniem pewnych tendencji, których jedyną szansą publicznej prezentacji był Internet. Część z nich (komiksy Gonzalesa, Zalibarka czy Dziemskiego) swoją formą i tematyką nie odróżniają się od komiksów papierowych. Zresztą wymienieni ry-sownicy publikowali i publikują swe prace również w formie papierowej. Tutaj – w Internecie – mają jedynie więcej swobody

twórczej, co powoduje, iż niektóre prace są mocno nieobyczajne. To właśnie wolność Internetu. Druga grupa komiksów, choć nie ma funkcji interaktywnych, to jednak oglądana szerzej, wyróżnia się od komiksu drukowanego. A na pewno od polskiego komiksu (B. Kurc, 2004, s. 67).

Pierwodruk w internecie wiąże się z uwzględnieniem specyfiki sieci – redefiniowaniem relacji odbiorca–czytelnik, interaktywnością, hiperłączliwością, a co z tym związane – nielinearnością.

Kolejną ważną cechą e-komiksu jest niekomercyjny charakter prac. Mazurkiewicz ściśle wiąże to z ruchem fanowskim albo raczej fandomowym. To ostatnie pojęcie – autorstwa Johna Fiske’go – oznacza grono osób, które zdają sobie sprawę z odrębności swoich zainteresowań względem kultury oficjalnej. Według brytyjskiego badacza ma to związek z kulturą popularną w społeczeństwach uprzemysłowionych (J. Fiske, 2014, s. 19). Często więc twórcami komiksów internetowych są amatorzy. Wojciech Birek w artykule *Dryfując po cyfrowym oceanie* dostrzega zagrożenie dla komiksu klasycznego, gdyż bezpłatny dostęp do komiksów w sieci powodować będzie spadek zainteresowania nabywaniem komiksów drukowanych (W. Birek, 2014, s. 19). Tego typu refleksje dotyczą także innych gałęzi sztuki – między innymi literatury, filmu, muzyki.

Można jednak zauważyć, że komiksy tworzą także profesjonalści, funkcjonujący w sieci, aby reklamować swoją twórczość, wydawaną w formie papierowej. Bardzo dużym zainteresowaniem w ostatnim czasie cieszą się również krótkie komiksy w e-prasie. Artyści pracujący na zlecenie – tacy jak Jan Koza („Polityka”) i Marek Raczkowski („Gazeta Wyborcza”) – mają zagwarantować wejścia na portal i zwracać uwagę czytelników.

Prędkość przepływu informacji w sieci sprawia, że użytkownicy i czytelnicy mogą dość szybko skomentować bieżące sprawy. Bartosz Kurc pisze:

Widziane w całości komiksy sieciowe pokazują po prostu oblicze współczesności. Świetne komiksy Jacka Karaszewskiego, które prezentują codzienność, z jednej strony widzianą przez lupę (widać więcej!), a z drugiej dążące do syntezy. Tak samo prace Endo czy Agatki Raczyńskiej. Oprócz przedstawiania rzeczywistości za oknem, łączy je jeszcze coś. Wykonane są w sposób, który można nazwać „antykomiksowy” bądź świadomie pólamatorski (B. Kurc, 2004, s. 67).

Stąd wynika popularność blogów komiksowych, ale również wspomnianych już autorów, jak Koza i Raczkowski. Do podobnych wniosków, ale z punktu widzenia genderowego, dochodzi Kuczyńska. Badaczka zauważa, że internetowe komiksy kobiece także cechują się aktualnością tematów (K. Kuczyńska, 2012, s. 52–56).

Zróznicowanie estetyczne e-komiksów to konsekwencja między innymi tego, że sieć umożliwia publikowanie wszystkim – bez względu na jakość artystyczną. Autorzy często wykorzystują schematy, zmieniając tylko słowa w dymkach.

Technika cyfrowa to przede wszystkim przemiana estetyki, ale również środowiska twórców (odbiorców także). Birek pisze:

Możliwość komputerowej korekty każdego dowolnego aspektu dzieła daje większe szanse warsztatowym perfekcjonistom i podnosi ostateczną jakość „produktu”: współczesne komiksy są w swej masie o wiele bardziej dopracowane niż w dawnych heroicznych czasach narzędzi i technik „analogowych”. Jednocześnie jednak komiks staje się medium otwartym dla amatorów, których kiedyś dyskwalifikowałyby braki warsztatowe w zakresie technik plastycznych. Z pomocą technik komputerowych łatwiej takie braki zniwelować... lub zamaskować (W. Birek, 2014, s. 18).

Kolektywność autorstwa jest nie tylko cechą komiku internetowego. Klasyczne komiksy dzielą kompetencje na tworzenie osobno scenariusza i rysunków. Jak zauważa jednak Mazurkiewicz, współautorstwo w webkomiksach może być efektem tworzenia wspólnych projektów (A. Mazurkiewicz, 2012, s. 168). Współpraca może wynikać na przykład z zainteresowania pewnym bohaterem i chęci stworzenia fragmentu jego przygód.

Warto zwrócić przy tym uwagę, że komiksy internetowe czasem są anonimowe, co może wynikać z potrzeby zdystansowania się do prezentowanej treści. Olbrzymi przepływ informacji w sieci może także prowadzić do tego, że występują problemy z autorstwem, które trudno ustalić.

Paulina Potrykus-Woźniak wymienia trzy gatunki komiksów internetowych (P. Potrykus-Woźniak, 2010, s. 90). Pierwszym są *sprite comic*, czyli takie, które powstały ze zrzutów z ekranu albo zostały stworzone przez edycję z gier dwuwymiarowych. Innym rodzajem są *fan-comic* – ich twórcami są wielbiciel jakiegoś dzieła (filmu, komiksu, gry komputerowej), które staje się podstawą do tworzenia alternatywnych historii z udziałem ulubionych bohaterów. Bardzo popularne w sieci są blogi komiksowe, w których – zamiast tekstu (blog) lub zdjęć (fotoblog) – wpisy tworzone są w formie kadrów komiksowych (zob. hasło *post*). Jednym z najpopularniejszych jest blog Agaty „Endo” Nowickiej (<http://agatanowicka.com>).

Interpretacja

Blog komiksowy *Chata Wuja Freda* funkcjonuje od 13 października 2009 roku na stronie <http://chatolandia.pl>. Początkowo miał inny tytuł – *Niesamowite Przygody Ilony*. Nowa nazwa pojawiła się we wrześniu 2010 roku. Autorką bloga jest urodzona w 1987 roku graficzka – Ilona Myszkowska.

W pierwszym wpisie autorka skrótowo opisuje to, co ma się dziać na blogu. Na internetowej pocztówce (po lewej stronie znajduje się tekst, po prawej grafika humorystycznie/komiksowo przedstawiająca autorkę – Kobietę-Ślimaka) czytamy:

Witam w Chacie Wuja Freda!

Stronę tę tworzę ja, czyli kobieta-ślimak. Pseudonim ten przyjąłem zainspirowana tempem mojej pracy.

Nowe twory będą wrzucane na chatę dwa razy w tygodniu, w poniedziałki i piątki.

W Chacie znajdziecie komiksy mniej lub bardziej oparte na faktach, generalnie będzie o polityce, wolnej interpretacji Biblii, prostytutce i owcach, czyli o życiu.

Autorka zastrzega, że nie skupia się na konkretnej tematyce, a jedynym punktem odniesienia będzie obserwacja rzeczywistości. Również niewiele wynika z opisu na profilu Facebookowym bloga-komiksu: „Pseudofilozoficzny komiks online o mediach, umysłowych perwersjach, kompletnym braku romantyzmu, religii i ślimakach – czyli o życiu”.

Częstotliwość ukazywania się kolejnych wpisów jest od samego początku przestrzegana. Na nowej stronie pojawił się nawet podtytuł – *Dwarazywtygodnik dziwnych treści*. Takie określenie obowiązku wpisów to częsty zabieg w diariuszach, który ma zapewnić regularność, a przede wszystkim ciągłość. To ważne, choćby z tego powodu, że autorka sama określa się jako osobę leniwą, nie tylko poprzez pseudonim, ale również treść zamieszczanych komiksów.

Chata Wuja Freda to przede wszystkim narracja autobiograficzna. Nie jest to takie oczywiste, ponieważ w sieci funkcjonują różne rodzaje blogów komiksowych. Wymienić możemy choćby komiksy z zamkniętą całością albo ukazujące się co jakiś czas kolejne odcinki narracji. Przykładem takiego komiksu mogą być *Barwy Biedy*, ze scenariuszem Myszkowskiej i rysunkami Kiciputka (<http://barwybiedykomiks.pl>). Blogi z odcinkami, kontynuujące pewną fabułę, mogą być tworzone z pojedynczych kadrów, które składają się w całość.

Komiks Myszkowskiej jest pod tym względem niejednorodny. Znajdziemy w nim wpisy stanowiące pojedyncze kadry, ale również opisy dłuższych historii. Na blogu są również wpisy wyłącznie z tekstem albo komiksy ze zdjęciem na końcu, co ma między innymi uwiarygodnić odautorskie opisy. Kombinacji jest wiele – na przykład rysunki naniezione na zdjęcia. Taka różnorodność to częsty atrybut komiksu internetowego, ale nie tylko – znamy to choćby z reportażowego komiksu *Fotograf*, gdzie kadry komiksowe i zdjęcia zostały wykorzystane w bardzo podobnych proporcjach.

Rysunki Myszkowskiej są schematyczne. Autorka stosuje wiele uproszczeń, a przy tym pomija wiele szczegółów. Wykorzystuje zazwyczaj biel i czerń, rzadziej szarości. Taki zabieg estetyczny sprawia, że odbiorca skupia uwagę na „treści”. Jak przyznaje sama autorka – gdyż często spotyka się z tym pytaniem czytelników – w swojej pracy wykorzystuje tablet Wacoma Cintiq 12WX z programem Photoshop 5.

Nie jest konieczne czytanie komiksu od początku. Jako że najnowsze wpisy znajdują się na górze, to możemy zacząć w dowolnym miejscu. Przeglądając blog, możemy zwrócić uwagę na znaczny rozwój warsztatu Myszkowskiej. Początkowo są to trochę naiwne grafiki, z czasem przechodzą w profesjonalne, choć mało skomplikowane obrazy. O tym, że autorka ma duże umiejętności, świadczyć może choćby to, że prowadzi również blog ze wskazówkami dla twórców komiksów (<http://slimakova.blogspot.com>).

Same opowieści to narracja autobiograficzna. Poznajemy najbliższych autorki, sytuacje, w których się znajduje. Wszystko to w ujęciu humorystycznym, czasem bliższym czarnej komedii. Wieloletnia perspektywa nie pozwala na jednoznaczne sprecyzowanie charakteru bloga. Na początku mamy do czynienia z twórczością, dziś to przede wszystkim narracja dość znanej autorki komiksów, która, na przykład, oprowadza czytelnika po różnych festiwalach i spotkaniach. Poznajemy zaplecze działalności artystki, ale również jej charakter w sytuacjach prywatnych. Niektóre z zawartych na blogu komiksów to również interpretacje/reakcje na przeczytany artykuł (z hiperłączem do niego).

Świat artysty komiksowego doskonale wpisuje się w „fanizm” wytwarzany wokół bloga. Jest to niewątpliwy sukces Myszkowskiej. Świadczy o nim przede wszystkim to, co powstało z czasem jako dodatek do bloga, czyli gadzety (koszulki, kubki) z fragmentami komiksu. Ważnym elementem są także linki do zaprzyjaźnionych twórców komiksów. Taki zabieg to głównie wzajemna promocja i odsyłanie nowych czytelników na kolejne blogi.

Te ostatnie elementy wynikają nie tylko z interaktywności komiksu internetowego, ale również z tego, co Wojciech Birek, autor książki *Z teorii i praktyki komiksu. Propozycje i obserwacje*, nazywa sylwicznością komiksów, a co najlepiej widoczne jest właśnie w e-komiksach. W *Chacie Wujka Freda* ten „las rzeczy” widoczny jest w tematyce bloga, ale przede wszystkim w różnorodności form wpisów.

Myszkowska kilka lat temu wydała papierową wersję *Chaty Wujka Freda*. Autorka ma za sobą jeszcze kilka innych wydanych komiksów. Sam blog jest bezpłatny i otwarty dla wszystkich czytelników. Jego popularność pozwoliła autorce na zaistnienie i rozwinięcie działalności artystycznej również w przestrzeni komercyjnej.

Bibliografia

Teoria

Antologia polskiego komiksu internetowego. Komiks w Sieci, Kraków 2004.

Birek W.: *Z teorii i praktyki komiksu. Propozycje i obserwacje*, Poznań 2014.

Fiske J.: *Kulturowa ekonomia fandomu*, przeł. M. Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 3.

Frąszczak K.: *Komiks internetowy od postaw*, „Magazyn Miłośników Komiksu”, <http://kzet.pl>, data dostępu: 26.07.2015.

Frąszczak K.: *Webkomiks – problematyzacja definicji*, w: I. Kiec, M. Traczyk (red.), *Komiks i jego konteksty*, Poznań 2014.

Garrity S.: *The History of Webcomics*, „The Comics Journal”, <http://www.tcj.com>, data dostępu: 26.07.2015.

Kluszczyński R.W.: *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Kraków 2002.

Mazurkiewicz A.: *Gdy środek przekazu staje się przekazem. O webkomiksie jako tekście kultury (rekonesans)*, w: A. Gemra, H. Kubicka (red.), *Związki i rozwiązania: relacje kultury i literatury popularnej ze starymi i nowymi mediami*, Wrocław 2012, s. 159–177.

McCloud S.: *Zrozumieć komiks*, przeł. M. Błażejczyk, Warszawa 2015.

Kuczyńska K. (red.): *Polski komiks kobiecy. Monografia*, Warszawa 2012.

Potrykus-Woźniak P.: *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, Warszawa 2010.

Puczyński M.: *Internet w paski – komiks internetowy w Polsce*, „Histmag.org”, <http://histmag.org>, data dostępu: 29.07.2015.

Żaglewski T.: *Komiks 2.0 – sztuka i teoria komiksu wobec wyzwań kultury konwergencji*, w: K. Skrzypczyk (red.), *Komiks a komiksologia. Antologia tekstów z Sympozjum Komiksologicznego 2010*, Łódź 2010, s. 69–72.

Media

Ilona Myszkowska, *Chata Wujka Freda* (blog komiksowy), <http://chatolandia.pl>.

Gra



Magdalena Cielecka

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński

Tagi: *apka, media społecznościowe, Web 2.0*

Definicje

Gra to termin wyjątkowo trudny do zdefiniowania. Nie tylko dlatego, że nierozzerwalnie towarzyszy mu pojęcie zabawy, ale również dlatego, że oba stosowane są do opisanie wielu praktyk życia codziennego, oba przesiąkły do stwierdzeń i zwrotów, których używamy na co dzień – mamy wszak gry językowe i grę aktorską, ludzi zabawnych. Łacińskie pojęcie *ludus*, odpowiadające niemieckiemu *Spiel*, holenderskiemu *spel*, francuskiemu *jeu* czy rosyjskiemu *igra*, w języku polskim obsługiwane jest przez dwa wspomniane już rzeczowniki – „zabawę” oraz „grę”, choć granica pomiędzy oboma pojęciami zarysowuje się nie do końca wyraźnie. Nie wynika to jedynie ze specyfiki języka polskiego – na podobnie frapujące zagadnienie napotykają anglosascy badacze gier mierzący się z pojęciami *game* oraz *play* – choć zdają się dzielić pojęcie ludyczności podobnie jak w języku polskim, nie są do naszych dwóch słów przystające. Kłopotliwe staje się więc w takich sytuacjach ustalenie, czy gra stanowi podkategorię zabawy, czy może jest dokładnie odwrotnie – jak czynili to Katie Salen oraz Ericha Zimmerman (2004, s. 72–73). Temat ten, jak wiele innych dotyczących gier i zabaw w ostatnich latach obrósł w omówienia i analizy za sprawą rozwinienia się gałęzi nauki zwanej *game studies* bądź ludologią. Niezależnie jednak od tego, jak liczne są obecnie próby ujęcia w ramy poznawcze tego zjawiska, zainteresowanie grami jako elementem kultury istniało już wcześniej.

Klasyczną definicję gier i zabaw stanowi ujęcie holenderskiego historyka i językoznawcy – Johana Huizingi – zaproponowane w publikacji *Homo Ludens. Zabawa jako źródło kultury* z 1938 roku. W tej pierwszej monografii poświęconej roli gier i zabaw w naszym życiu, autor sugeruje, że każda kultura z zabawy się wywodzi i jest nią istotnie przesiąknięta. Zauważa również, że wiele społecznych obrzędów stanowi wyższe rodzaje zabawy, że to gry są ich kulturotwórczym katalizatorem.

Wedle Huizingi zabawa jest:

czynnością swobodną, którą odczuwa się jako „nie tak pomyślaną” i pozostającą poza zwykłym życiem, a która mimo to może całkowicie zaabsorbować grającego; czynnością, z którą nie łączy się żaden interes materialny, przez którą żadnej nie można

osiągnąć korzyści, która dokonuje się w obrębie własnego określonego czasu i własnej, określonej przestrzeni; czynnością przebiegającą w pewnym porządku według określonych reguł i powołującą do życia związki społeczne, które ze swojej strony chętnie otaczają się tajemnicą lub za pomocą przebrania uwydatniają swoją inność wobec zwyczajnego świata (J. Huizinga, 1985, s. 28).

Jest więc zabawa działaniem swobodnym; ma znaczenie i pełni funkcje społeczne; ma wytyczony czas, miejsce i prawa; jest powtarzalna i nie łączy się z zyskiem materialnym. W tym rozumieniu zabawa nie tyle jest przeciwna powadze, ile codziennemu życiu. Dużo mocniej wybrzmiewa to w alternatywnym, nieco krótszym ujęciu definicyjnym, które formułuje Huizinga:

Zabawa jest dobrowolną czynnością lub zajęciem, dokonywanym w pewnych ustalonych granicach czasu i przestrzeni według dobrowolnie przyjętych, lecz bezwarunkowo obowiązujących reguł, jest celem sama w sobie, towarzyszy jej zaś uczucie napięcia i radości i świadomość „odmienności” od „zwyczajnego życia” (J. Huizinga, 1985, s. 48).

Drugą z klasycznych definicji gry stanowi ta ukuta przez francuskiego filozofa Rogera Caillois w książce *Gry i ludzie*, który w wyraźny sposób rozwija myśli i rozważania Huizingi. Uważając jednak definicję Huizingi za równocześnie zbyt szeroką i zbyt wąską, Caillois proponuje własne ujęcie. Na kanwie szerszych analiz dochodzi do wniosku, że gry i zabawy to czynności:

1. dobrowolne: grający czy bawiący się nie może tego robić z obowiązku, w przeciwnym razie gra czy zabawa traci od razu charakter wesołej, obojętnej rozrywki;
2. wyodrębnione: zamknięte w określonych z góry granicach czasowo-przestrzennych;
3. zawierające element niepewności: przebieg ani wynik zabawy czy gry nie może być z góry wiadomy; nieodzowne jest pozostawienie pewnego marginesu, pozwalającego grającemu rozwijać inicjatywę i przejawiać pomysłowość;
4. bezproduktywne: gra czy zabawa nie prowadzi do tworzenia dóbr, bogactw ani jakiegokolwiek nowego elementu; prócz pomieszania własności w zamkniętym kręgu grających prowadzi ona do sytuacji identycznej z sytuacją wyjściową;
5. ujęte w normy: poddane konwencjom, które zawieszają zwykłe prawa i chwilowo wprowadzają nowe „ustawodawstwo”, jedynie obowiązujące;
6. fikcyjne: towarzyszy im specyficzne poczucie wtórnej rzeczywistości lub też całkowitego oderwania od życia powszedniego (R. Caillois, 1997, s. 20).

Autor zwraca uwagę, że ostatnie dwa punkty niemal zawsze wykluczają się wzajemnie, dopatrując się w tym podstawy nowego podziału, który wymagałby uwzględniania nie tyle aspektów gier, które odróżniają je od codzienności, ile elementów, które rozróżniają rodzaje gier pomiędzy sobą. Efekty podążania tym tropem stanowi opracowana przez niego klasyfikacja gier i zabaw. Cztery przedstawione przez niego kategorie stanowią domi-

nujące sektory, do których przypisać można gry, choć jak sam zauważa, nie wyczerpują one w całości świata gier i zabaw:

- *agon* – to gry i zabawy o charakterze zawodów oparte na rywalizacji, również sportowej,
- *alea* – będące łacińską nazwą gry w kości – opisuje wszelkie gry losowe oraz hazardowe,
- *mimicry* – odnoszący się do gier i zabaw skupionych na odgrywaniu, naśladowaniu lub wytwarzaniu jakiejś części rzeczywistości, a więc do wszelkiego rodzaju widowisk teatralnych, gier fabularnych, ale też dziecięcych zabaw w udawanie,
- *ilinx* – dotyczący gier, które dążą do oszołomienia, bądź zaburzenia świadomości, którym cechują się gry i zabawy powodujące euforię, lęk czy zwyczajne zawroty głowy (R. Caillois, 1997, s. 21–33).

Dodatkowo autor wprowadził dwie dodatkowe kategorie, są to: *paideia* i *ludus*, stanowiące dwa przeciwstawne elementy skali, którą można nałożyć na każdy z poprzednich typów. *Paideia*, wywodzące się od greckiego określenia dziecka, objawia się:

we wszelkiej ucieście wyrażającej się natychmiastowymi, bezładnymi ruchami, żywiołowym swobodnym igraniem, chętnie przebiegającym miarę, przy czym jego zasadniczą, a może jedyną racją bytu jest spontaniczność, brak jakichkolwiek reguł. Od plectenia co ślina na język przyniesie do mazania po papierze, od przrzucania się obelgami po dzikie hałasy (R. Caillois, 1997, s. 34).

Paideia odnosi się więc do swobodnych i nieskrępowanych przesadnymi zasadami form zabaw, które dostrzec możemy u ludzi oraz zwierząt – cechuje je radość, żywiołowość oraz przesada.

Ludus natomiast ujęty jest w reguły, bardziej odnosząc się do polskojęzycznego rozumienia gier niż zabaw. Ponieważ silnie bazuje na ustanowionych zasadach, pozwala na dostarczenie „sposobności do ćwiczeń i na ogół prowadzi do uzyskania pewnej określonej sprawności, mistrzostwa w posługiwaniu się jakimś przyborem czy też udzielaniu zadowalającej odpowiedzi na czysto konwencjonalne pytania” (R. Caillois, 1997, s. 35). Co istotne, w *ludus* mamy do czynienia z pewną stałą sytuacją, regulowaną układem reguł, która może być odtwarzana – zależnie od rozbudowania zasad gry – w mnogości różnych wariantów.

Jak widać, z podziału tego wylania się pewne intuicyjne w naszej kulturze rozróżnienie gier i zabaw – gry stanowią obudowane zasadami systemy (*ludus*), podczas gdy zabawy są nieskrępowane, chaotyczne i radosne (*paideia*).

Ze względu na wspomniany wcześniej rozwój medium gier komputerowych oraz fakt, że współcześni badacze niejednokrotnie właśnie grami wideo się zajmują – bardzo szybko okazało się, że klasyczne definicje gier nie przetrwały próby czasu. Główny – choć nie jedyny – element, który sprawia akademikom problem, to koncepcja badawcza określana mianem „magicznego kręgu”, przywołana przez Huizingę. Holender widzi w grach i zabawach praktyki, które odbywają się w wydzielonych od codzienności miejscu i czasie. Ze względu jednak na specyfikę

współczesnej zmediatyzowanej rzeczywistości, wielu badaczy podnosi sprzeciw wobec tej kategorii. Za przykład zadający mu kłam podaje się gry komputerowe z gatunku MMO (ang. *Massively Multiplayer Online*), których wirtualny świat zasiedlany przez setki tysięcy awatarów trwa nieprzerwanie, niezależnie od tego czy konkretny użytkownik w danym momencie gra, czy też nie. Podobnie wiele gier typu AR (ang. *augmented reality*) rozszerza znacznie nasze rozumienie miejsca, w którym toczy się gra, nakładając na rzeczywiste lokacje (takie jak np. budynki, place, muzea) siatkę swoich wirtualnych obiektów. I chociaż obserwacje poparte przykładami konkretnych gier są ze wszelkich miar słuszne, w świecie akademickim pojawiają się głosy – takie jak badacza i projektanta Erica Zimmermana – sugerujące, że koncepcja „magicznego kręgu” została wypaczona i wszelkie próby jej obalania atakują nieistniejącą koncepcję, której nikt realnie nie proponuje (E. Zimmerman, 2012).

Kłopotliwy jest też jednak pojawiający się w obu definicjach wymóg bezproduktywności gry – wspólnie użytkownicy gier wideo zdobywać mogą wirtualne dobra, które mają swoją wartość ekonomiczną w świecie rzeczywistym – powszechne jest sprzedawanie nie tylko zdobytych przedmiotów, ale całych, odpowiednio rozbudowanych postaci.

Większość badaczy skłania się ku stwierdzeniu, że mimo tych rozbieżności elektroniczna rozrywka dalej wpisuje się w obręb gier jako takich, szukając rozwiązania w aktualizacji starych definicji. Wśród licznych, stworzonych na początku tego wieku, bodaj największą popularnością cieszy się ta ukuta przez duńskiego badacza – Jespera Juula, który tworząc swoją definicję, oparł się on na analizie uprzednich propozycji postawionych przez innych badaczy gier, w tym również na definicjach Huizingi i Callois. Analizie poddane zostały też teksty Chrisa Crawforda, Katie Salen oraz Erica Zimmermana, Elliotta M. Avedona oraz Briana Suttona-Smitha, Davida Kelleya i Bernarda Suitsa. Juul próbował stworzyć definicję obejmującą wszelkie rodzaje gier i zabaw – gry fabularne, teatralne dramy, gry losowe, sport i wiele innych – w tym kłopotliwe dla definicji gry komputerowe. Juul proponuje, by uznać, że:

gra jest opartym na regułach systemem formalnym o zróżnicowanym i policzalnym wyniku, gdzie różnym wynikom przypisuje się różne wartości, gracz podejmuje wysiłek mający na celu wywarcie wpływu na wynik i czuje przywiązanie do wyniku, a konsekwencje działania są opcjonalne i podlegają negocjacji (J. Juul, 2010, s. 45).

Obecnie stworzona przez Jespera Juula definicja jest jedną z częściej przyjmowanych i cytowanych w rozprawach naukowych dotyczących gier.

Interpretacja

Gry wideo – z powodów po części historycznych, a po części z dość oczywistych względów językowych – w dość naturalny sposób wydają się podkategorią gier jako takich. W zdecydowanej większości języków ta specyficzna forma elektronicznej rozrywki ma w swojej nazwie grę bądź zabawę. Dodatkowo – pierwsze programy kompute-

rowe uważane za gry, takie jak *Tennis for Two* z 1958 roku, czy jego komercyjny spadkobierca – *Pong* z 1972 roku, są produkcjami zręcznościowymi symulującymi pewne aspekty sportów. Nie jest to oczywiście jedyna ścieżka rozwoju tego medium, nieco później wytworzyła się nowa, bazująca na mechanikach interaktywnej literatury – wciąż jednak odbierana jako kolejna kategoria rodzącego się interaktywnego fenomenu. Nic zatem dziwnego, że dla odbiorców i badaczy gry komputerowe w istocie muszą być nową formą gier, a więc i w pewnym zakresie definicjom tychże podlegać.

Kiedy więc ich rozwój spowodował, że przestały pasować do utrwalonych i sprawnie działających definicji, potrzeba utworzenia nowych wciąż zakładała przededefiniowanie gier jako całości, nie zaś osobnego przyjrzenia się interaktywnym produkcjom. I choć spójna i powszechnie wykorzystywana definicja – tak jak ta sformułowana przez Jespera Juula – jest dyskusjom na temat gier potrzebna i przydatna, próba przyłożenia jej do wielu przykładów gier wideo okazuje się nie przynosić satysfakcjonujących efektów. Jednym z ciekawszych w tym zakresie gatunków gier komputerowych są gry przygodowe – efekt wspomnianej już wcześniej alternatywnej ścieżki rozwoju interaktywnej literatury.

Wartym omówienia przykładem może być gra *The Secret of Monkey Island* stworzona przez studio LucasArts w 1990 roku. Tytuł ten jest reprezentantem gier przygodowych typu *point'n'click*, charakteryzujących się specyficzną metodą sterowania i interakcji ze światem gry – gracz, używając myszki, kontroluje kursor na ekranie, a klikając na konkretne elementy świata przedstawionego, wywołuje działanie protagonisty gry.

Historycznie gry przygodowe wywodzą się od gatunku zwanego tekstówkami znanymi również jako *interactive fiction*. Były to gry opisujące świat przedstawiony wyłącznie tekstem, pozwalające na interakcje z nim poprzez wpisywanie różnorodnych, czasami bardzo rozbudowanych komend. Granie w gry tekstowe sprowadzało się więc do eksplorowania przestrzeni gry, zbierania przedmiotów i prób przeprowadzania interakcji z nimi. Większość z nich zaprogramowany miała spory wachlarz działań, które skutkowały śmiercią postaci gracza, wyświetlając mu liczbę punktów, które zdobył przed przegraną.

Ten nieco okrutny mechanizm karania za błędy, które gracz może popełnić, rozwiązując lateralne zagadki arbitralnie wymyślone przez twórców, został zaszczerpiony również w graficznych grach przygodowych, wspomnianych *point'n'clickach*. Tytuły takie jak *King's Quest: Quest for the Crown* (1984) od Sierra Entertainment nie tylko pozwalały nieuważną decyzją zabić postać w pierwszych sekundach gry, ale też zezwalały na projekt przebiegu rozgrywki, w którym gracz doprowadzi do nierozwiązywalnej sytuacji – na przykład poprzez niezebranie przedmiotu, który jest istotny do ukończenia gry, a który to staje się niedostępny dla gracza po wykonaniu jakiejś akcji. Tego typu mechanizmy w łatwy sposób wspierały postrzeganie przygodówek jako gier – gracz mógł grać lepiej lub gorzej, osiągnąć różny wynik (definiowany tym jak daleko zaszedł). Istniały warunki zwycięstwa i warunki przegranej. Wszystko jednak zmieniło LucasArts, decydując się na ogromną modyfikację podejścia do sposobu projektowania rozgrywki przygodówek. Ich gry tworzone były tak, by nie tylko niemożliwa była śmierć

protagonisty, ale również tak, by nie istniała możliwość zablokowania gry złą decyzją. Spotkało się to z ciepłym przyjęciem graczy – gry LucasArts zyskały na popularności, a *The Secret of Monkey Island* osiągnęło status tytułu kultowego.

Pierwsza odsłona tej popularnej humorystycznej serii opowiada o perypetiach Guybrusha Threepwooda, którego marzeniem jest zostać piratem. Na drodze do swego celu pokonać musi rozliczne zagadki, nieumarłych korsarzy i nieserdecznych mu przedstawicieli lokalnego półświatka. Toczy on słowno-szermiercze potyczki i wykonuje rozliczne testy i zadania. Nijak jednak, na poziomie mechaniki gry, zginąć nie może. Wydawałoby się, że to niegroźna zmiana, ot, ułatwienie dla graczy, których frustrowało wczytywanie stanu zapisu gry po każdej śmierci. A jednak wprowadzenie tej zmiany sprawiło, że dwa z sześciu punktów definicji Jespera Juula przestały być spełniane. Bo jak mówić o zróżnicowanym i policzalnym wyniku w grze, w której nie da się przegrać? W grze, w której można jedynie wygrać, a opcja wygranej jest jedna? Jedyny inny wybór to porzucenie gry i nieukończenie jej, ale na tej zasadzie należałoby też mówić o przegrywaniu w kostkę Rubika. Kiedy gra ma jeden wynik, trudno też mówić oczywiście o przypisywaniu wynikom różnej wartości. Jest więc ten tytuł bardziej niż klasyczną grą, pewnego rodzaju układanką, która ma skończoną liczbę możliwych do podjęcia kroków, nieskończoną liczbę prób i tylko jedno słuszne rozwiązanie. W pewnych aspektach bliżej jej do puzzli niż do gry. A jednak dla każdej osoby charakteryzującej się swego rodzaju biegłością w tym medium – pewien „growy” odpowiednik czytania – *The Secret of Monkey Island* bez wątpienia jest grą wideo. Do tego grą dobrą i kultową – nijak nie określono by jej ani mianem artystycznego eksperymentu podważającego sedno „growości” (jak zwykł nazywać to zjawisko Juul), ani wadliwie zaprojektowanego produktu. Czy zatem jedna z klasycznych gier wideo może nie być grą?

Z pomocą mogą przyjść prace fińskiego badacza Veli-Mattiego Karhulahtiego, w tym między innymi *Adventures of Ludom: A Videogame Geneontology*. Karhulahti przygląda się bardzo uważnie kategorii zagadki (ang. *puzzle*) jako swoistemu niezależnemu fenomenowi ludycznemu, który nie jest podkategorią gier, a który to bardzo trafnie opisuje problem napotykaną przez klasyczne przygodówki, sugerując, że gatunek ten mógłby w istocie być podzbiorem gier wideo nie będąc częścią zbioru gier (V.-M. Karhulahti, 2015).

Inny, równie ciekawy głos w dyskusji należy do Olliego Tapia Leino, który wprowadza do słownika badań nad grami pojęcie grywalnych artefaktów (ang. *playable artifacts*), które definiuje następująco:

Grywalne artefakty odróżnia od gier nierozzerwalność procesu oraz materialności, i mogą być identyfikowane jako podzbiór wszystkich artefaktów technologicznych na bazie ich zdolności do oceniania decyzji użytkowników i zwiększania bądź zawężania na ich podstawie ich przestrzeni wyboru, innymi słowy na bazie ich zdolności do narzucania warunków rozgrywki swoim użytkownikom [tłum. własne]” (O.T. Leino, 2012).

Innymi słowy, chociaż grywalne artefakty grami nie są, dostarczają użytkownikom podobnych doświadczeń jak gry, przez branie odpowiedzialności za wolność gracza (O.T. Leino, 2012).

Być może więc, niezależnie od popularności definicji Jespera Juula, i niezależnie od wygody umysłowej, która nakazuje nam widzieć w grach wideo podzbiór gier w ogóle, warto byłoby spojrzeć na oba te pojęcia jak na elementy, które mają wiele cech wspólnych, ale i wiele cech odrębnych. Być może dla wypracowania wartościowych i sprawnych narzędzi analitycznych należy założyć, że nie wszystkie gry wideo są grami.

Bibliografia

Teoria

Caillois R.: *Gry i ludzie*, przeł. A. Tatarkiewicz, M. Żurowska, Warszawa 1997.

Huizinga J.: *Homo Ludens. Zabawa jako źródło kultury*, przeł. M. Kurecka, W. Wirpsza, Warszawa 1985.

Juul J.: *Gra, gracz, świat. W poszukiwaniu sedna „growości”*, w: M. Filiciak (red.), *Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi*, Warszawa 2010.

Karhulahti, V.-M.: *Adventures of Ludom: A Videogame Geneontology*, Turku 2015, www.doria.fi, data dostępu: 1.07.2017.

Kubiński P.: *Gry wideo. Zarys poetyki*, Kraków 2016.

Leino O.T.: *Death Loop as a Feature*, „Game Studies” 2012, nr 12 (2), gamestudies.org, data dostępu: 1.07.2017.

Zimmerman E.: *Jerked Around by the Magic Circle – Clearing the Air Ten Years Later*, 2012, www.gamasutra.com, data dostępu: 1.07.2017.

Media

The Secret of Monkey Island (1990), prod. LucasArts (gra).

Hejt



Agata Jankowska

Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *informacja, media społecznościowe, stereotyp*

Definicje

Hejt (ang. *hate* – nienawiść; *to hate* – nienawidzić) jest zjawiskiem nowym, ściśle związanym z kulturą wirtualną i internetowymi platformami komunikacji (forami internetowymi, grupami dyskusyjnymi, portalami, mediami społecznościowymi). Trudno ustalić, kiedy dokładnie termin ten pojawił się w powszechnym użyciu – być może nastąpiło to w drugiej dekadzie XXI wieku. W dyskursie naukowym hejt funkcjonuje od niedawna, prawdopodobnie ze względu na kolokwialność. W związku z tym proponowano jego polskie odpowiedniki, takie jak „nienawiść” czy „nienawistnik”, a do języka publicystyki próbowano wprowadzić takie pojęcia, jak: „agresja elektroniczna”, „mowa nienawiści”, „mowa agresji”, „język wrogości” czy „wredna mowa” (M. Juza, 2015, s. 30).

Jedna z definicji podaje, że hejt to internetowa mowa nienawiści, która polega na przypisywaniu negatywnych cech, wzywaniu do podejmowania dyskryminujących działań wymierzonych w określoną grupę społeczną, do której przynależność postrzegana jest jako naturalna, a nie pochodząca z wyboru (D. Bychawska-Siniarska 2013, s. 6–7). Hejt jest czymś więcej niż żartem, a jego znaczenie jest nacechowane pejoratywnie. Wyraża negatywne poglądy o przedstawionych wydarzeniach lub przedmiotach, z wyrażania których autor czerpie przyjemność. Hejt to również nienawistne i obraźliwe wpisy o kimś lub o czymś. Wyrazami bliskoznacznymi są: zniewaga, atak, krytyka, nienawiść, pomówienie, zniesławienie (M. Brzezińska-Waleszczyk, 2016, s. 83). Według *Miejskiego słownika slangu i mowy potocznej* hejt to również: „Negatywna opinia na tematy związane z wyglądem osoby, zachowaniem danej osoby lub grupy, jej pracą i twórczością”. Zjawisko to występuje najczęściej na forach internetowych oraz na portalach społecznościowych – może być zarówno anonimowe, jak i jawne. Według raportu *Hejt w internecie*, ośmiu na dziesięciu ankietowanych podało, że celem hejtu jest obrażanie bądź ośmieszanie innych i sprawianie im przykrości. Czterech na dziesięciu respondentów odpowiedziało, że hejt to także „szerzenie języka nienawiści”, „psychiczne wyzywanie się na innych osobach”, „krytykowanie innych osób lub wydarzeń”. Jak podaje kampania „Humanity in Action”, hejt jest rezultatem wielu okoliczności i postaw, które najczęściej wiążą się ze stereotypowym myśleniem i uprzedzeniami, a jego występowanie zależy od kontekstu

społeczno-kulturowego, regionu, historii, narodowości (<http://uprzedzuprzedzenia.org>). Ta sama organizacja definiuje zjawisko hejtowania jako typ dyskursu publicznego, który jest zasilany negatywnymi przekonaniami i uczuciami – najczęściej wymierzonymi w przedstawicieli grup i mniejszości spełniających rolę „kozłów ofiarnych”. Marta Juza zauważa, że hejt to również „dewiacyjna forma zachowań podczas publicznych dyskusji”, które nie tylko przekraczają unormowane wzorce grzeczności i interakcji, ale też łamią zapisy prawne dotyczące praw człowieka (M. Juza, 2015, s. 27).

Autorem hejtu jest hejter – osoba, która czerpie satysfakcję z nienawidzenia wszystkich i wszystkiego, najczęściej ludzi popularnych, często ukrywając się pod „nickiem” (*Miejski słownik slangu i mowy potocznej*). Określenie to często używane jest wymiennie z nazwą „troll”, nie są one jednak tożsame. Działalność trolla ma inne cele: jest to najczęściej prowokowanie, drażnienie i obrażanie innych użytkowników oraz wywoływanie kłótni w sieci. Troll przede wszystkim pragnie zwrócić na siebie uwagę poprzez kontrowersyjne komentarze, w przeciwieństwie do hejtera nie wyraża z reguły swoich poglądów (K. Garwol, 2016, s. 302). Podsumowując, jego aktywność ma prowadzić do zaburzenia komunikacji (K. Gajewski, 2013, s. 117). Z kolei zarówno hejt, jak i trolling można uznać za pasożytnicze formy komentowania (K. Gajewski, 2013, s. 125). Bardzo często stanowią one bowiem sądy dalekie od tematu komentowanego artykułu czy wpisu i dotyczą przede wszystkim: obelgi politycznej, komentarzy antykatolickich, homofobicznych, antysemickich (K. Gajewski, 2013, s. 125).

Nie wszystkie treści określane jako hejt wpisują się w definicję mowy nienawiści, choć te dwa terminy bardzo często używane są wymiennie. Niektóre hejty – choć wykraczają poza granice kultury wypowiedzi (K. Garwol, 2016, s. 305) – nie nawołują jednak otwarcie do zachowań dyskryminacyjnych i przemocy, nie szerzą pogardy w stosunku do osób bądź grup o odmiennych poglądach, rasie, narodowości, wyznaniu itp. To właśnie taki hejt, który odzwierciedla mowę nienawiści może wywierać negatywne skutki poza światem wirtualnym i mieć swoje przykre konsekwencje w rzeczywistości (M. Brzezińska-Waleszczyk, 2016, s. 82). Należy zatem przyjąć, że genezą internetowego hejtu jest mowa nienawiści – odpowiednik angielskiego terminu *hate speech*, czyli ustnych i pisemnych wypowiedzi łączących, oskarżających, wyszydzających i poniżających grupy i jednostki z powodów po części od nich niezależnych – takich jak przynależność rasowa, etniczna, religijna, a także płeć i preferencje seksualne (S. Łodziński, 2003).

Mowa nienawiści, podobnie jak każdy akt mowy, może mieć swoje bezpośrednie skutki. Zagadnienie to poruszyła Judith Butler, skupiając się na pytaniu o to, czy wyrażający nienawiść akt mowy może być jednocześnie rozumiany jako czyn, który w sposób raniący działa na swojego adresata albo adresatkę. Amerykańska filozofka wykorzystwała teorię aktów mowy zaproponowaną przez Johna Langshawa Austina, który wyróżnił dwa rodzaje aktów mowy o charakterze performatywnym – illokucyjny i perlokucyjny. Pierwszy ma swoje bezpośrednie skutki, mówienie jest samo w sobie pewnym działaniem, natomiast drugi rodzaj aktu mowy dopiero zapoczątkowuje

pewne następstwa, dzieli je jednak od danej wypowiedzi pewien czas (J. Butler, 2010, s. 25–26). Butler doszukuje się w mowie nienawiści relacji władzy i podporządkowania:

mowa tego rodzaju wyraża i wdraża strukturalną relację dominacji, stanowiąc językową okazję dla jej utwierdzenia. (...) mowa nie tylko *odzwierciedla* stosunki społecznej dominacji, mowa *odgrywa* dominację, stając się nośnikiem, za pomocą którego potwierdza się struktura społeczna. Zgodnie z modelem illokucyjnym mowa nienawiści *ustanawia* swojego adresata w momencie wypowiedzi. Ani nie opisuje ona krzywdy, ani nie wytwarza jej jako swego następstwa, lecz jest sama w sobie zadawaniem krzywdy rozumianej jako społeczne podporządkowanie (J. Butler, 2010, s. 28).

Autorka przestrzega jednak przed uznaniem wpływu „walczących słów” za totalny i przypisywaniem im podmiototwórczej władzy „ujarzmiania”. Powszechne przekonanie, że mowa może pobudzać konkretne działania otwiera coraz to szersze pole manewru dla kompetencji państwa i jako przykład podaje argumenty konserwatywnych krytyków przeciwko tekstom czarnoskórych raperów, wobec których podstawowym zarzutem są ich perlokucyjne właściwości prowadzące do kryminalnej przemocy. Butler sugeruje, że zwrócenie się przeciwko raperom ma odwrócić uwagę od bardziej palących problemów, takich jak rasizm i warunki życia Afroamerykanów w Stanach Zjednoczonych (J. Butler, 2010, s. 31–33). Jednym słowem – to, co zostaje uznane za mowę nienawiści wpisane jest w dyskurs władzy, który ustanawia wygodne dla siebie (w ramach ustalania określonego porządku) interpretacje „walczących słów”. Idąc dalej, można powiedzieć, że tego typu praktyki bliskie są propagandzie. Mowa nienawiści bardzo łatwo zostaje wtedy wpisana w oficjalną politykę mimo swojego performatywnego potencjału – tak w przeszłości („Zapluty karzeł reakcji”, „Żydzi, wszy, tyfus plamisty”), jak i współcześnie (np. „gorszy sort”, „resortowe dzieci”, „komuniści”, „ubecy”, „wykształciuchy”). Władza nie tylko produkuje, ale także wspiera mowę nienawiści grup oddolnych. Głośny stał się przypadek działaczki ONR-u Justyny Helcyk, która podczas jednego z wieców na wrocławskim rynku we wrześniu 2015 roku wykrzykiwała antyislamskie i rasistowskie hasła, nazywając muzułmanów „islamskim ścierwem”. Kilka dni przed planowanym procesem sądowym – Helcyk oskarżono początkowo o nawoływanie do nienawiści na tle rasowym i wyznaniowym – prokuratura zwróciła się do sądu o przekazanie akt, po czym kilka miesięcy później sprawę umorzono, usprawiedliwiając decyzję brakiem znamion przestępstwa. Oskarżona sama wcześniej poprosiła o interwencję ministra sprawiedliwości, Zbigniewa Ziobrę, a interpelację w jej sprawie złożył poseł Kukiz’15 – Adam Andruszkiewicz.

Według przeprowadzonego w 2016 roku raportu *Mowa nienawiści, mowa pogardy* w latach 2014–2016 znacząco wzrósł odsetek osób, które zetknęły się z mową nienawiści zarówno w mediach, jak i w życiu codziennym. Badani najczęściej spotykają się z hejtem w mediach. Ten sam raport wykazał też, że grupami najczęściej hejtowanymi na forach internetowych są geje i uchodźcy, a także inne grupy mniejszościowe (Żydzi, Romowie, transseksualiści, muzułmanie, feministki). Badania raportu wykazują również, że mowa nienawiści skutkuje (zwłaszcza u młodzieży) przekraczaniem innych norm społecznych, akceptacją aktów przemocy lub zachowań represyjnych

wobec mniejszości (izolacja, zamykanie granic, inwigilacja). Jednocześnie wraz z upowszechnianiem się mowy nienawiści zwiększa się gotowość do używania przemocy. Do stosowania mowy nienawiści przyznaje się dziś połowa młodych Polaków wobec gejów, Romów, imigrantów – 30% z nich przyznało się do wyrażania antysemickich hasel i pogardliwych treści wymierzonych w feministki lub lesbijki. Dwukrotnie rzadziej do stosowania hejtu przyznają się młode Polki.

Zgodnie z polskim prawem szerzenie mowy nienawiści jest zabronione i podlega karze grzywny, ograniczenia wolności lub pozbawienia wolności do lat dwóch. Polski kodeks karny uznaje za przestępstwo nawoływanie do nienawiści na tle różnic narodowościowych, rasowych, etnicznych i wyznaniowych, jak również pomawianie lub znieważanie innych osób. Zapisy te reguluje art. 256 i art. 257 Kodeksu Karnego. Również ustalenia legislacyjne Rady Europy definiują mowę nienawiści, a ODIHR (Office for Democratic Institutions and Human Rights), instytucja OBWE, uznaje ją za przestępstwo z nienawiści (ang. *hate crime*).

Interpretacja

Polskie fora dyskusyjne, portale i media społecznościowe to miejsca, które najczęściej – jak to się powszechnie określa – „zalewa fala hejtu”. Walka z nim jest właściwie bezskuteczna, a każda kolejna informacja, post czy artykuł, dotyczące ważnych i budzących wielkie emocje wydarzeń wydają się być jedynie pretekstem do publikowania niezliczonych, negatywnych i nienawistnych komentarzy. Hejt skierowany jest przeciwko osobom publicznym: politykom, artystom, dziennikarzom czy celebrytom; jest również silnie związany z konfliktami na tle światopoglądowym, a kolejne podziały (polityczne, społeczne, ideologiczne) jedynie pogłębiają skrajne reakcje użytkowników sieci. Najskrajniejsze komentarze budzi ostatnio kwestia uchodźców, wobec których internauci są wyjątkowo bezwzględni w operowaniu mową nienawiści o podłożu rasistowskim, czy po prostu prymitywnymi inwektywami opartymi na stereotypach i uprzedzeniach.

W ostatnim czasie żywą dyskusję wywołała kwestia praw reprodukcyjnych kobiet (w tym sprawa dostępu do aborcji), której iskrą zapalną były rządowe plany zaostrzenia ustawy aborcyjnej. Polki masowo wyraziły swój sprzeciw organizując w całym kraju „czarne marsze”. Pochodną konfliktu między postępowymi aktywistkami a ruchem *pro-life* było wyznanie piosenkarki Natalii Przybysz. Na łamach „Wysokich Obcasów” artystka powiedziała, że dokonała zabiegu usunięcia ciąży. Przy okazji rozmowy na temat jej najnowszego singla *Przez sen wyznała*: „To historia o aborcji. (...) O wpadce. Trafiła się ludziom dorosłym, rodzicom dwójki dzieci, którzy już mają jakąś wizję swojego życia. (...) Nie chcą wracać do pieluch. Nie chcą szukać większego mieszkania teraz”.

Wywiad z Przybysz wydaje się opowieścią o anonimowych ludziach, o których solistka mówi w trzeciej osobie. Dziewczyna z piosenki najpierw próbuje zażyć tabletki na wrzody, a gdy te okazują się nieskuteczne decyduje się na legalny zabieg usunięcia ciąży na Słowacji: „Przychodzi anestezjolog, ona podaje rękę, zasypia. Po pięciu

minutach budzi się na sali. (...) Wszystko trwało pięć minut. Pięć minut. I nagle przychodzi taki wielki oddech. Największy wydech świata”.

Na samym końcu Przybysz przyznała, że to historia o niej samej:

No, ta dziewczyna... To znaczy ja. Czuję wielką ulgę. Nagle cieszysz się wszystkim w swoim życiu, tym, co masz. Robisz postanowienia, jakby był Nowy Rok – że teraz zrobisz to i tamto. To najbardziej uskrzydlające przebudzenie. Pięć minut – i masz z powrotem swoje życie.

Wyznanie wzbudziło żywą dyskusję w polskich mediach społecznościowych i na portalach – wywołało burzliwe i radykalnie skrajne reakcje tak wśród internautów, jak i wśród komentujących wywiad publicystów i dziennikarzy. Najciekawszym aspektem całego zamieszania wokół aborcyjnego *coming outu* piosenkarki jest to, że podzieliła ona również środowiska kobiece związane z ruchem *pro-choice* i „czarnym protestem”. Wiele internetek, które deklarowały się jako obrończynie kompromisu aborcyjnego, potępiło Przybysz za to, ich zdaniem, zbyt śmiałe wyznanie. Zarzucono jej między innymi, że działa na niekorzyść wspólnej sprawy, i że jej „materialistyczne” podejście da kolejne argumenty przeciwnikom legalizacji aborcji. Joanna Pachla, również uczestniczka „czarnego protestu”, w internetowym wydaniu „Gazety Wyborczej” jednoznacznie i surowo zaprotestowała przeciwko słowom Przybysz:

Czyli zaczynamy najgorzej. Czarny protest wymierzony był przeciwko zaostrzeniu obecnych przepisów, a nie domagał się legalizacji aborcji jako takiej. Niezależnie od tego, co każda z nas na temat aborcji sądzi, nie mylmy tych dwóch przypadków. Nie wykorzystujemy tak szerokiej inicjatywy do forsowania własnych racji. Zadbajmy najpierw o to niezbędne nam do spokojnego życia minimum, a nie sięgajmy od razu po więcej. Tyle razy musiałyśmy tłumaczyć ludziom, że nie protestujemy dlatego, że chcemy, by nas na życzenie skrobano.

Hejt, jaki spadł na Natalię Przybysz, obnażył przede wszystkim brak solidarności w środowisku kobiet. To one najczęściej komentowały w niewybredny sposób jej decyzję. Poza prymitywnymi inwektywami, hejterskie komentarze negowały ją jako matkę, a także jako człowieka. Czytamy w nich: „W moich oczach jest nic nie warta jako człowiek i matka. (...) Po prostu miała taki kaprys i tyle”; „To potwór, nie matka”, „Chora, opętana kobieta”. Artystka została publicznie zdemonizowana i zdehumanizowana, głównie dlatego, że usunęła ciążę nie z powodu dramatu (choroby, zagrożenia życia, deformacji płodu czy gwałtu), lecz dlatego, że po prostu nie chciała mieć kolejnego dziecka. Najbardziej bulwersowały jej słowa o za małym mieszkaniu i już ustabilizowanej sytuacji życiowej, której nie chciała zmieniać ze względu na kolejne dziecko. „Pochwaliła się, że zabiła dziecko, bo ma za małe mieszkanie”; „Po prostu dziecko przeszkadzało jej w planach mieszkaniowych”; „Tutaj pańcia artystka skalculowała sobie metraż i ilość zabawek i uznała, że dla kolejnego dziecka miejsca nie będzie. I radośnie obwieściła światu, że pojechała się wyskrobać”; „Gorzej, jak uzna, że te 60 metrów mieszkania to jednak za mało i zabije jedno

z dwojga swoich dzieci” – czytamy. Pojawiają się tutaj standardowe dla antyaborcyjnej retoryki hasła o „zabijaniu dziecka” i rzekomych morderczych instynktach kobiety.

Wyznanie Natalii Przybysz – jak można było się tego spodziewać – najsilniej poruszyło środowisko prawicowych publicystów i hejterów regularnie odwiedzających narodowo-konserwatywne media. Rafał Ziemkiewicz, znany ze swoich niewybrednych komentarzy w serwisie Twitter, nie omieszczał podzielić się swoim stanowiskiem w tej sprawie: „Znając celebrycki półświatek przy następnej płycie Przybysz zacznie się lansować na nawrócenie i Jezusa. A to dziecko spuszczone w sraczu...”. Stronnicze są zresztą same nagłówki internetowych serwisów: *Szokujące wyznanie Natalii Przybysz. Dokonała aborcji, bo miała za mało miejsca w mieszkaniu!* (se.pl), *Przybysz trafi za karty? Złożono zawiadomienie o zbrodni zabicia dziecka* (fronda.pl), czy *Natalia Przybysz superbahaterką „Wysokich Obcasów”*. *Wyróżnienie pośmiewiskiem internetu* (telewizjarepublika.pl).

W złożonym przez Katolicki Klub imienia św. Wojciecha zawiadomieniu do prokuratury czytamy również o „zamordowaniu dziecka nienarodzonego”, „czynach przestępczych” i „zbrodni dzieciobójstwa”, które dowodzą „demoralizacji” piosenkarki. W komentarzach pod artykułem na fronda.pl, gdzie opublikowano fragmenty zawiadomienia, użytkownicy idą jeszcze dalej, porównując Przybysz do zbrodniarzy wojennych sądzonych w Norimberdze: „hitlerowców w Norimberdze nie sądzono za to, że na terenie Niemiec zabijano ludzi, lecz na terenie całej Europy!”. Zestawianie aborcji z Holokaustem, a kobiet broniących swoich praw z hitlerowcami, to stały motyw ideologicznej walki zwolenników ruchu *pro-life*. Głośny stał się tweet Tomasza Terlikowskiego, w którym zamieścił zdjęcie munduru SS, sugerując, że to idealny uniform dla uczestniczek „czarnego protestu”. Poza krytyką skupioną wokół demoralizacji czy dehumanizacji Przybysz pojawiły się również hejty wprost nawołujące do nienawiści i aktów przemocy: „Powinno się takie zboczne osoby na zawsze wyeliminować z naszego społeczeństwa. Czy jej rodzice przynajmniej do tego potwora?”.

Przeciwnicy aborcji założyli także swój hejterski profil na Facebooku pod nazwą „Natalia Przybysz Aborcja”, nawołujący między innymi do bojkotu jej twórczości i koncertów. Przede wszystkim jednak skupiono się na potępieniu jej decyzji o aborcji przez zestawienie jej fotografii ze zdjęciami martwych płodów.

Sprawa Natalii Przybysz jest specyficzna, ponieważ nie skończyła się na jednorazowym „skandalu”. Emocje rozbudziła ponownie po przyznaniu jej tytułu „Superbahaterki Roku” w plebiscycie *Wysokich Obcasów*; regularnie w kraju odbywają się protesty środowisk narodowych przeciwko jej koncertom. Jej przypadek to klasyczny przykład hejtu, gdzie mieszają się: stereotypowe myślenie o roli kobiet i aborcji, dyskryminacyjny charakter wypowiedzi, nawoływanie do nienawiści ze względu na różnice światopoglądowe, pogardliwość i uprzedmiotawiającą postawę wobec tego, o kim się pisze. Nie byłoby też przesadą uznanie takiego hejterskiego „dyskursu” jako mowy nienawiści wpisującej się w relację dominacji, o której pisze Butler. Hejter ustanawia swoją pozycję poprzez krzywdę (jaką jest jego wypowiedź), domagając się społecznego podporządkowania tego/tej, w którego wymierzona jest jego nienawistna wypowiedź. Przybysz wymknęła się takiemu „symbolicznemu” podporządkowaniu

nie tylko dlatego, że poddała się zabiegowi usunięcia ciąży, ale też dlatego, że wyznała, iż była to decyzja dobrowolna, spowodowana obawą o komfort życia.

Antyaborcyjna narracja realizuje jednocześnie dyskurs władzy – zakaz przerywania ciąży przez regulacje prawne i jej publiczne potępienie ma przysłonić inne problemy, związane między innymi z polityką socjalną, opieką okołoporodową, sytuacją samotnych matek.

Bibliografia

Teoria

Brzezińska-Waleszczyk M.: *Granica pomiędzy hejtem a beka w sieci. Próba odpowiedzi na podstawie wybranych przykładów*, „Kultura – Media – Teologia” 2016, nr 25, s. 81–98.

Butler J.: *Walczące słowa. Mowa nienawiści i polityka performatywu*, przeł. A. Ostolski, Warszawa 2010.

Czaplicka M.: *Hejt w Internecie. Raport ilościowy*, 2015.

Gajewski K.: *No comment. Z poetyki komentarza elektronicznego*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, nr 56 (112), z. 2, s. 111–127.

Garwol K.: *Hejt w Internecie. Analiza zjawiska*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2016, nr 4 (18).

Juza M.: *Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” 2015, nr 25.

Łodziński S.: *Problemy dyskryminacji osób należących do mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce*. Raport nr 219, 2003.

Wiśniewski M.: *Mowa nienawiści, mowa pogardy*. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych, 2016.

Media

<http://www.tvn24.pl/wroclaw,44/wroclaw-byla-oskarzona-o-nawolywanie-do-nienawisci-sprawa-umorzona,737976.html>.

<http://www.fronda.pl/a/przybysz-trafi-za-kraty-zlozono-zawiadomienie-o-popełnieniu-morderstwa,81292.html>.

<http://www.polityka.pl/forum/1276058,na-natalie-przybysz-po-jej-wyznaniu-o-aborcji-wylala-sie-fala-hejtu.thread>.

<http://www.wyrwanezkontekstu.pl/ludzie/natalia-przybysz-opowiedziala-o-wlasnej-aborcji-niestety-w-sposob-najgorszy-z-mozliwych/>.

http://www.se.pl/rozrywka/gwiazdy/zabia-dziecko-by-miec-miejsce-na-ksiazki_908774.html.

<http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,53662,20861449,natalia-przyszbysz-aborcja-moj-protest-song.html>.

<http://telewizjarepublika.pl/natalia-przybysz-superbohaterka-wysokich-obcasow-wyroznienie-posmiewiskiem-internetu,46830.html>.

Highlight

Paweł Wolski

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *infotainment, media społecznościowe, Web 2.0*

Definicje

Highlight to internetowy montaż fragmentów filmowych, ukazujący specyfikę jakiegoś zjawiska przez nagromadzenie najbardziej charakterystycznych dla niego scen. Zasadniczymi technikami jego tworzenia są kondensacja – czyli zagęszczenie narracji do krótkiej, ale przekazującej maksymalną dawkę informacji i remediacja – czyli „reprezentacja jednego medium w drugim, rodzaj zapożyczenia stanowiący jedną z podstawowych cech mediów cyfrowych, obecny jednak na przestrzeni całej historii sztuki” (M. Pisarski, *Remediacja*); tu najczęściej polega to na przeniesieniu filmu kinowego lub telewizyjnego do formatu montażu na YouTube lub podobnego portalu internetowego.

Pośród form literackich najbliższa *highlightowi* byłaby sylwa (R. Nycz, 1984, s. 33), zaś w filmie wskazać by można postulowany przez Siergieja Eisensteina montaż atrakcji (M. Hendrykowski, 1994, s. 23).

W kategoriach właściwego kontekstu mediów cyfrowych *highlights* należą do technik *dynamic video skimming*, tj. opracowywania:

zbioru sekwencji i odpowiadających im dźwięków z oryginalnego źródła wideo, które składają się na przekaz o wyższym stopniu semantycznej zawartości lub na zagęszczenie znaczeń tego samego stopnia (J.H. Oh, Q. Wen, S. Hwang, J. Lee, *Video Abstraction*),

a więc kondensowania najciekawszych scen filmu po to, by w sposób zwięzły ukazać jakąś charakterystyczną jego cechę lub skomentować go (czyli dodać do niego jakieś sensy, przenieść na „wyższy stopień semantycznej zawartości”) lub po prostu streścić jego przebieg, nie dodając doń żadnych komentarzy (czyli dokonać „kondensacji znaczeń tego samego stopnia”). *Highlight* to gatunek pokrewny *supercuts*, czyli konstytuującym się w latach dwudziestych XX wieku „montażom wideo powstałym w wyniku wycinania [cut] i sekwencjonowania elementów istniejących już filmów i reklam telewizyjnych” (*Supercut Genre*).

Podobnie jak w przypadku przywołanej definicji techniki *dynamic video skimming*, większość komentatorów *supercuts* podkreśla ich intertekstualny charakter (co spokrewnia je ze wspomnianymi sylwami, a raczej z sylwicznością jako ponowoczesną formą funkcjonowania tekstów kultury), tj. niemal zawsze towarzyszący ich autorom zamiar krytycznego odwołania się do tekstu źródłowego. Zdaniem Toma McCormacka *supercuts* wywodzić się mogą w prostej linii z *epic fail compilations*, czyli montażu zazwyczaj zabawnych, czasem niebezpiecznych wypadków, które stały się podstawą „wczesnych filmików YouTube z serii PWNAGE, stanowiących z kolei przedłużenie zjawiska znanego z epoki VHS – domowych montażu klipów przedstawiających różne porażki” (T. McCormack, *The Compilation Nation. The history and the rise of the supercut*). Autor wskazuje wprawdzie związek *epic fail compilations* z gatunkiem *sitcomu*, jako reżyserowaną narracją telewizyjną, a w jego ramach szczególnie z techniką *flashback*, czyli przeglądem sekwencji zabawnych zdarzeń doprowadzających do aktualnej sceny, silnie jednak podkreśla ich intymistyczną genezę – w czasach, gdy *fail compilations* pojawiały się przede wszystkim w telewizji jako taśmy nadsyłane przez widzów (w Polsce bodaj najpopularniejszym z wczesnych przykładów był emitowany w TVP w latach 1989–2006 program „7 dni świat”, kończący się krótkim przeglądem takich nagrań), ich treść stanowiły głównie sceny z życia rodzinnego (wesel, przyjęć, zabaw dzieci).

Zasadniczą różnicą dzielącą *epic fail compilations* od *supercuts* jest intencja twórców – w pierwszym przypadku cel jest „intencjonalnie komiczny” (T. Mizerkiewicz, 2007, s. 26), w drugim bywa tylko jednym z autorskich zamiarów. Przede wszystkim jednak intencje twórców *supercuts* nie ograniczają się do zabawy, części:

ukazują stereotypy i klisze stosowane przez jakiegoś reżysera, aktora lub postać; najkreatywniejsze z nich są w stanie nawet uwidaczniać niezauważane wcześniej schematy naszego postrzegania rzeczywistości (*Supercut Genre*).

Highlights, podobnie jak *epic fail compilations*, są jedną z form funkcjonowania prywatności w przestrzeni publicznej (choć w sposób mniej bezpośredni, o czym dalej), zaś podobnie jak *supercuts* stanowią jednocześnie komentarz do niej. Jako takie *highlights* skupiają w sobie najistotniejsze, z punktu widzenia funkcjonowania we współczesności, właściwości tych i wielu innych form gatunkowych (takich jak np. *sampling*) i dlatego „przyjrzenie się funkcjonowaniu *highlights* jest niezwykle ważne dla zrozumienia ponowoczesnej kultury konsumpcyjnej” (A.P. Kavoori, 2010, s. 52).

Pośród istotnych wyznaczników tej kultury wymienia się między innymi niepewność granic pomiędzy przestrzenią prywatną i publiczną (E. Wąchocka, 2015) oraz „ekspertyzację” rzeczywistości (A. Giddens, 2008, s. 20). Pierwszą okoliczność z drugą łączy ich wynikanie z rosnącego wciąż zakresu dostępnych nam kanałów informowania (w tym coraz łatwiejszy dostęp do technologii łączących z tymi kanałami) – im więcej sposobów, za pomocą których czerpiemy wiedzę o świecie, tym więcej sposobów informowania świata o sobie (np. przez portale społecznościowe, portale typu aboutme.com, linkedin.com).

Ciągły przepływ wszystkich tych informacji w obu kierunkach wymaga technik zawężania wiązki informacyjnej. Rolę tę spełniają właśnie „eksperci”: komentatorzy w telewizji, coache, autorzy blogów, komentatorzy na internetowych forach. Łączne występowanie zjawisk nadmiaru wiedzy o rzeczywistości, jej ekspertyzacji i załamywania się jej wewnętrznych granic pomiędzy sferą publiczną i sferą prywatną sprawia, że eksperci nie muszą już legitymować się odpowiednim, społecznie (a więc „publicznie”) potwierdzonym przygotowaniem (np. dyplomem ukończenia studiów politologicznych, certyfikowaną praktyką psychologiczną). W efekcie na co dzień zarówno my czerpiemy z tak rozumianej, publicznie dostępnej wiedzy eksperckiej, jak i sami stajemy się publicznymi ekspertami np. wypowiadając się na forum lub tocząc dyskusje polityczne w mediach społecznościowych.

Za jeden z przejawów takiej „ekspertyzacji” codzienności uznać można właśnie *highlights* – jeśli ich zasadą jest wyrażanie komentarza do jakiegoś zjawiska za pomocą najbardziej reprezentatywnych dlań scen, to osoba wyrażająca taki komentarz staje się mocą tej definicji ekspertem w danej dziedzinie. Osoba budująca swoją „eksperską” tożsamość za pomocą *highlightu* korzysta w ten sposób z funkcjonującego od dawna, określonego narzędzia współczesnej autoidentyfikacji, jakim jest lista: „lista, wymienianie, kolekcja to odpowiedź na «nadmiar» rzeczywistości, to wstęp do opanowania rozproszenia, zdefiniowania, zrozumienia” (R. Sendyka, 2015, s. 353). Autorka tych słów dowodzi, że lista nie jest jedynie formą mnemotechniczną – służącą do automatycznego, bezrefleksyjnego zapamiętywania, ale „afektywnym śladem egzystencjalnym” (R. Sendyka, 2015, s. 379), sposobem na wyrażanie siebie.

Internetowa lista urywków wideo z najciekawszych hollywoodzkich filmów albo najważniejszych dowodów na niekompetencję jakiegoś polityka różni się od podobnych list wykorzystywanych czasem w sytuacjach niewirtualnych, na przykład rozmowy w pubie, fizyczną nieobecnością ich autora (eksperta-dyskutanta). Internetowa przestrzeń publiczna wykształciła jednak mechanizmy jej uzupełniania „o element «brakującej» widzialności skorelowanej z cielesnym wymiarem ludzkiej tożsamości” (M. Kamińska, 2011, s. 129) – awatar zastępuje nam często ubiór, zdjęcie profilowe – ciało, emotikony – mimikę twarzy; na podobnej zasadzie (choć rzadziej) montaże z ulubionych koncertów na YouTube (lub linki do nich na Facebooku) zastępują plakaty na ścianach pokoju, a fragmenty z najciekawszych naszym zdaniem meczów zastępują szalik z godłem ulubionej drużyny piłkarskiej.

Highlight jako, z jednej strony, sposób wyrażania siebie za pomocą listy, z drugiej zaś, jako forma budowania własnej wirtualnej obecności, bardzo często oparty jest właśnie na wydarzeniach sportowych. Dzieje się tak dlatego, że nasza tożsamość, poza internetem, z reguły tworzona jest na podstawie form wysoce zrytualizowanych, takich jak muzyka, film czy właśnie sport, a więc najczęściej sięgamy właśnie po nie również w internecie, ale z nich jedynie ta ostatnia nie uwzględnia możliwości naruszenia reguł rytuału, a zatem doskonale nadaje się jako pole wyrażania opinii eksperckich. O ile bowiem wyjście poza konwencję w filmie, muzyce, literaturze bywa pożądane – jak na przykład przełamanie zasad Disneyowskiej bajki w filmie *Shrek* (K.J. Zarębski, 2001) lub wprowadzenie przez Dorotę Masłowską prozodii hip-hopowej w powieści *Paw królowej* (D. Masłowska, 2005) – o tyle

w sporcie całkowicie dyskwalifikuje (wszelkie odmienności muszą mieścić się w ramach zasad – etiopski maratończyk Bikila Abebe jako jedyny uczestnik nowożytnych Olimpiad biegł bosy, co choć nietypowe, było jednak zgodne z regułami), a jakkolwiek zmiana konwencji w sporcie może nastąpić jedynie na drodze instytucjonalnej, tj. poprzez decyzje odpowiednich organizacji eksperckich (np. mimo że w praktyce sparingi i – rzadziej – lokalne walki bokserskie od dawna bywają rozgrywane bez użycia kasków, ich wycofanie w starciach mężczyzn-seniorów nastąpiło dopiero podczas Olimpiady w Rio de Janeiro w 2016 r. w wyniku popartej medycznymi badaniami – składną wątpliwymi – decyzji MKOl). Z tego powodu dwa wymienione wcześniej gatunki (*supercuts* i *epic fail compilations*) łączy z *highlights* kontekst sportowy – drugim po scenach rodzinnych najczęściej wykorzystywanym typem filmów w *fail compilations* były wypadki sportowe, zaś *supercuts*, mimo definicyjnie przypisywanej im mocy krytycznej, zdaniem cytowanego już Andy’ego Baio, który poddał je badaniom statystycznym, częściej tworzone były przez fanów (w tym fanów sportowych).

Ciekawiło mnie, czy twórcy tych filmów byli fanami czy krytykami źródłowego materiału. Z badań wynikało, że większość *supercuts* – ok. 73% – została stworzona przez fanów. Ta forma być może kryje w sobie potencjał krytyczny, ale póki co służy głównie wyrażaniu zamilowań (A. Baio, *Supercut: Anatomy of a Meme*).

Raymond Gamache, w książce *A History of Sports Highlights*, pisał:

Pomimo licznych przemian w sposobie funkcjonowania mediów, sportu, sportowców i dziennikarzy, jedno się nie zmienia: fascynacja sportowymi urywkami [*sports highlights*], które stały się gatunkiem samym w sobie; można by spędzić całe życie na ich oglądaniu na YouTube, który stał się dziś właściwie kosmosem składającym się z prawie samych highlightów.

Co jednak ważniejsze, sportowy *highlight* jest pewną formą wyrażania siebie za pomocą obrazów należących do społecznego imaginarium. Tym samym jest też jednym ze sposobów wytwarzania społecznego uznania (*Anerkennung*) realizującego się za pośrednictwem mediów wizualnych i stanowi, poza formułą autobiograficzną, również narzędzie budowania wspólnoty „synoptycznej”. „Synoptykon”, w teorii Thomasa Mathiesena (T. Mathiesen, 1997), stanowi sposób dyscyplinowania władzy za pośrednictwem mediów, teatru, sportu i innych instytucji kultury. Ich Foucaultowska moc „panoptyczna” (J. Potkański, 2014) nie zostaje, co prawda, tym samym zniesiona – a więc zawody sportowe wciąż stanowić mogą na przykład sposób uwidoczniania ciała i modelowania jego wzoru tak, aby było zdyscyplinowane oraz gotowe do pracy i wojny, tj. do służby na rzecz suwerena (Z. Bauman, 1995, s. 77), ale jednocześnie może stanowić sposób na zaistnienie w porządku publicznym i zmanifestowanie swojej (np. seksualnej, ideologicznej) podmiotowości (patrz np. gesty Jessiego Owensa, Janusza Kusocińskiego, Tommiego Smitha i Johna Carlosa, Władysława Kozakiewicza). *Highlight* sportowy skupia w sobie zatem zarówno użyteczne sposoby budowania i wyrażania swojej intymności, jak i, potencjalnie, opartą na ponowoczesnej epistemologii wizualnej moc rewindykacyjną (J.E. Green, 2010).

Interpretacja

Większość filmów YouTube oznaczonych tagiem *highlight* to filmy sportowe. Wśród nich najczęściej znaleźć można urywki z meczów futbolu amerykańskiego i boks. Powodem dominacji pierwszego z nich może być przynależność do kręgu kulturowego wiodącego prym w wykorzystaniu nowych technologii i związanych z nimi mediów oraz to, że:

reguły futbolu amerykańskiego, podobnie jak reguły wszystkich innych północnoamerykańskich dyscyplin sportowych nastawionych na masową publiczność, są ciągle udoskonalane z myślą o polepszeniu go i zwiększeniu możliwości uczestnictwa w nim widzów (H.U. Gumbrecht, 2003, s. 138),

co z kolei wiąże go bezpośrednio z okolicznościami proliferacji elementów kultury eksperckiej, o których mowa powyżej, a także maksymalizacji konsumpcyjności sportu.

Drugi ze sportów, choć w okresie popularności związanej z powstawaniem nowych mediów takich jak kino i telewizja również stanowił domenę kultury amerykańskiej, wyraźną obecność wśród internetowych *highlights* zawdzięcza w dużej mierze innym jeszcze okolicznościom – wyraźniejszej niż w przypadku wielu pozostałych sportów agoniczności (akcja rozgrywa się pomiędzy dwoma zawodnikami, a nie dwiema drużynami) i większej zmienności wyniku rozgrywki w zależności od momentu kulminacyjnego (nawet najwyższa przewaga punktów, dystansu, w większość innych dyscyplin nie kończy rozgrywki, w uderzanych sportach walki najbardziej oczekiwana i jednocześnie mogąca zakończyć konkurencję w każdym, także najmniej przewidywalnym momencie jest nokaut). Ta okoliczność sprawia, że jest to sport bardzo podatny na techniki wykorzystywane w gatunkach takich jak *highlight*, szczególnie w tym aspekcie, w którym gatunek ten nawiązuje do wzmiankowanego wyżej montażu atrakcji Eisensteina – większość *highlightów* bokserkich to montaż scen nokautów (najważniejszych nokautów w danych latach, np. <https://www.youtube.com/watch?v=XhbL9G8EngI>, należących do jednego boksera, np. <https://www.youtube.com/watch?v=p7lt1JtApGQ>).

Badając historyczne antecedeny dzisiejszych sportowych urywków, cytowany już autor *A History of Sports Highlights* przypomina, że sport w ogóle (w tym szczególnie wyścigi konne i właśnie boks) był najczęstszym obiektem pierwszych filmowych nagrań, ale że jednocześnie pierwsze komercyjne próby wykorzystania filmu ograniczały się już przede wszystkim do (fingowanych) bokserkich walk. Na przykład firma Thomasa Edisona, Edison Company, skonstruowała w grudniu 1892 roku obrotowe studio filmowe, którego stałym elementem był bokserki ring (R. Gamache, 2010, s. 8). Studio było obrotowe, żeby podążać za odpowiednim do filmowania światłem – późniejsze próby wykorzystania coraz lepszych technik sztucznego oświetlania sprawiały, że bokserzy nie mogli walczyć z powodu temperatury emitowanej przez żarówki (R. Gamache, 2010, s. 35). Agoniczność tego sportu, jak pokazuje ten sam autor, była też jednak paradoksalnie powodem malejącej opłacalności ukazujących go filmów – jako że klientom pokazujących walki teatrom kineskopowym (kinetoskop to opatentowane przez

Edisona urządzenie pozwalające pojedynczemu widzowi oglądać film przez specjalny wziernik) pozwalano płacić za oglądanie całej walki lub wybranych rund, ci płacili zazwyczaj tylko za ostatnią, spodziewając się (słusznie, bowiem filmowane wówczas walki były zazwyczaj reżyserowane), że zobaczą w niej nokaut (R. Gamache, 2010, s. 21). Ta sama zasada leży u podstaw zarówno popularności, jak i niskiej refleksyjności dzisiejszych *highlightów* prezentujących nokauty, które w wyniku nagromadzenia najbardziej spektakularnych scen kulminacyjnych tracą wymiar krytyczny właściwy ambitniejszym *supercuts*, i stają się pełnoprawnymi przedstawicielami kultury nadmiaru, w rozumieniu hiperrealności Jeana Baudrillarda.

Bokserские *highlights* są w związku z tym o tyle ciekawym obiektem analizy i interpretacji, o ile stanowią przekaz nasycony powszechnie zrozumiałą symboliką (podstawowe reguły boksu są, w odróżnieniu od futbolu amerykańskiego, w sposób niemal archetypiczny przejrzyste dla reprezentantów wszystkich bodaj kultur i niezależnie od stopnia zainteresowania sportem), który doskonale wpisuje się przy tym w symulakryczną (sylwiczną, hiperrealną, wirtualną) modalność wyrażania siebie w warunkach zachodniej kultury nadmiaru. Najciekawsze są przy tym te, które nie są po prostu listą nokautów – choć i te są interesujące właśnie o tyle, o ile reprodukuja postkapitalistyczną dialektykę skończoności i nieskończoności jako wyraz tyleż „wyobrażonej władzy nad światem, poczucia poznawczej pewności wyrażanej w figurze administracji (*Katalog*), co pochodną chaosu, nieopanowanej nieskończoności” (R. Sendyka, 2015, s. 350), ale katalogiem scen sygnalizujących zarówno jednostkowy ślad emocjonalny, jak i stan kultury, z której czerpie sposoby konceptualizacji siebie.

W polskojęzycznej sferze YouTube’a takie symboliczne dla obu gestów *highlights* pojawiły się po śmierci Jerzego Kuleja w 2012 roku. Część z nich nosi co prawda cechy innego gatunku – *tribute* (np. https://www.youtube.com/watch?v=lEd_JEmXsx4), szczególnie wtedy, gdy stosują zamiast ekstrakcji wideo technikę montażu statycznych zdjęć (również w poetyce klasycznej biografii rozpoczynającej się datą i miejscem urodzin, a kończącej obrazem trumny, <https://www.youtube.com/watch?v=0q9xyCxxCeQ> lub znicza – <https://www.youtube.com/watch?v=yYNUeBgRV3s> z nadrukowaną datą śmierci i epitafium). Są jednak też takie, które wpisują się bezpośrednio w poetykę *highlight*.

Jednym z nich jest film *Jerzy Kulej – Legenda*, opublikowany 25 stycznia 2013 roku przez użytkownika Charakterny (<https://www.youtube.com/watch?v=SCHsQksUgW4>). Jest to film autorski, zmontowany w sposób dowodzący doskonałego władania dostępną amatorom techniką (np. plansze początkowe i końcowe utrzymane są w kolorystyce zbliżonej do wyimków z czarno-białych filmów archiwalnych, przejścia pomiędzy sekwencjami są płynne), a jednocześnie noszący cechy działania nieprofesjonalnego (zauważane w komentarzach innych użytkowników zagłuszanie wypowiedzi Jerzego Kuleja w wycinkach z telewizyjnych wywiadów przez zbyt wyraźną muzykę w tle).

Film rozpoczyna się od migawki z materiału filmowego o Kuleju z kadrem skoncentrowanym na jego twarzy (z okresu, gdy bokser miał około 60 lat) oraz planszą z napisem „JERZY KULEJ, LEGENDARNY POLSKI

BOKSER, DWUKROTNY MISTRZ OLIMPIJSKI”. Po tym następuje wypowiedź Marka Piwowskiego (reżysera, w którego filmie *Przepraszam, czy tu biją* Kulej zagrał rolę milicjanta) o bokserze („Podawał rękę jak pianista, a była to ręka, która potrafiła zabić!”), a następnie fragmenty wypowiedzi, której bokser udzielił podczas swojego siedemdziesiątego jubileuszu zorganizowanego przez Polski Związek Bokserski (m.in. o swojej dumie z tego, że jako jedyny Polak był dwukrotnym olimpijskim złotym medalistą w boksie, że nigdy nie leżał na deskach oraz nadziei na to, że na bokserskim podium podczas zbliżającej się wówczas Olimpiady w Londynie stanie „Polak lub Polka”), przeplatana obrazami z jego olimpijskich walk (m.in. finałowych z Jewgienijem Frołowem w Tokio i Enrique Regüieiferosem w Meksyku), jeden (!) nokaut na Japończyku Raizie Kashimie podczas meczu z Japonią 30 marca 1963 roku w Tokio i kilka innych pomniejszych scen z walk. Po tym ponownie następują migawki z jubileuszu (krojenie tortu w towarzystwie ówczesnego prezesa PZB Jerzego Rybickiego) i kolejne zbliżenia na twarz, sfilmowane około roku 2000, kadr z innego materiału archiwalnego pokazującego tablicę z napisem „Gwardyjski pion sportowy”, unoszenie przez sędziego jego ręki w geście zwycięstwa nad Kashimą i końcowa plansza z napisem „ZMARŁ 13 LIPCA 2012 ROKU... PANIE JURKU, DZIĘKUJEMY ZA TO CO ZROBIŁ PAN DLA POLSKIEGO BOKSU ZAWSZE BĘDZIEMY O PANU PAMIĘTAĆ”.

Najważniejsze sceny walk Kuleja dobrane są według przejrzystego klucza (olimpijskie zwycięstwa), komplikuje go jednak wybór tylko jednego nokautu – był on wprawdzie spektakularny i kompozycyjnie użyteczny, bo przeciwnik Kuleja, tracąc po otrzymaniu uderzenia równowagę, wykonał kilka kroków wstecz, przedłużając moment upadku, co po pierwsze – pozwala uwidocznić nokaut bez uciekania się do techniki *slow motion*, a po drugie – spaja kłamrą film zaczynający się od słów Piwowskiego o „ręce pianisty, która potrafi zabić”. Walka z Kashimem jednak, w odróżnieniu od finałów olimpijskich, nie była równie istotna z punktu widzenia rozwoju kariery boksera, co w obliczu dość przypadkowego zestawienia jej z walkami z Tokio i Meksyku rodzi podejrzenie, że pojawiła się ze względów estetycznych, a nie merytorycznych.

Takie przypadkowe zestawianie scen mających stanowić spójny ekspercki komunikat jest charakterystyczny dla sposobu funkcjonowania *highlightów* jako emanacji kultury ponowoczesnej. Nie tylko zresztą w internecie i nie tylko w wykonaniu autorów nieprofesjonalnych. Cytowany już Gamache pokazuje, jak za pośrednictwem nowych technik media sportowe, posługujące się w epoce przedkinowej głównie gazetowymi statystykami wyników, z kanału informacji przeistoczyły się w źródło rozrywki. Po wprowadzeniu technologii zapisu wideo i natychmiastowego odtwarzania go, media te pozornie powróciły do swojej „technicznej” (statystycznej, analitycznej) roli (R. Gamache, 2010, s. 11–12), w istocie jednak szczegółowe analizy nagrań (rozstawienia piłkarzy, powtórek przekraczania mety) przemieniły debatę ekspercką w taką samą formę rozrywki, jak oglądane w kinetoskopie spektakularne (i minimalistyczne) „montaże atrakcji”, tj. rundy, w których następował nokaut (R. Gamache, 2010, s. 17–18). Taką właśnie rolę „pustego” ozdobnika zdaje się pełnić w *highlightie* Charakternego mało znaczący nokaut Kuleja na Kashimie.

Istnieje jednak inna możliwość interpretacji domniemanej nieadekwatności tej sceny w omawianym montażu. Hans Ulrich Gumbrecht, zastanawiając się nad fenomenem uczestnictwa w sportowym wydarzeniu (jako jego obserwatorzy), twierdził:

że nie zbliżymy się ani trochę do rozwiązania naszego problemu, póki będziemy usilowali pojąć sport jako fenomen należący do uniwersum mimesis, to znaczy, jako przedstawienie, jako znaczące związane ze znaczącym, czyli – z odwrotnej perspektywy – jako coś, co wymaga interpretacji, czytania, rozszyfrowywania (H.U. Gumbrecht, 2003, s. 138).

Podobnie Martin Seel dowodził w *Die Zelebration des Unvermögens. Zur Ästhetik des Sports*, że sport jest zjawiskiem autopojetycznym, realizującym się w czymś na kształt cielesnej samoprodukcji – „samostanowieniu biologicznego ciała”, „Verselbststaendigung des Leibes” (M. Seel, 1993, s. 121). Istotę sportowego spektaklu stanowi więc przypadkowość cielesnych odruchów – uczestniczymy, także jako widzowie (K. Theweleit, 2004), w zdarzeniu, którego źródłem jest to, co niewidoczne, bo rozgrywające się przecież w ciele, czyli obszarze niedostępnym naszemu poznaniu. Sportowe widowisko funkcjonuje zatem podobnie do katarktycznych odruchów śmiechu lub płaczu, które nie są przecież pokazywaniem radości lub smutku, ale ich przeżywaniem; nie jesteśmy, jak dowodził Plessner (od którego Seel pożycza ten przykład) obserwatorami afektów, ale przeżywającymi je podmiotami. W tym sensie sport jest takim samym wydarzeniem epifanijnym, krótkim błyskiem oświeclającym to, co w ciele inaczej niewypowiadalne.

Jeśli przyjąć tę „epifanię” wykładnię sportowego uczestnictwa, należałoby uznać, że w *highlightcie* Charakternego przeciwstawienie sensownych scen zwycięstw olimpijskich z bezsensowną w tym ciągu sceną przekształcającego doświadczenia, „Ereignis” (V. Schürmann, 2002) nokautu jest opozycją sztuczną; Charakterny być może odgrywa rolę eksperta dogłębnie rozumiejącego logikę zdarzeń czyniących z Kuleja świetnego sportowca, ale nie odgrywa zamiłowania do sportu. W takim układzie ta „nielogiczna” scena doskonałego i spektakularnego nokautu jest epifanijnym sensem jego sportowego uczestnictwa.

Charakterny ostatecznie pada jednak w swoim montażu ofiarą internetowego nadmiaru obrazów, które gubią swój pierwotny sens na kolejnych etapach remediacyjnych przekształceń. Otóż twarz 60-letniego Kuleja, pojawiająca się na początku i na końcu montażu, ma wyraźnie pełnić funkcję jedynie ilustracyjną, stanowić wprowadzenie do ważniejszej od tych obrazów wypowiedzi boksera o jego olimpijskich sukcesach i tło dla jeszcze ważniejszych scen je ukazujących. YouTube’owa sylwetka Charakternego cechuje się (oprócz przejrzystego znaczenia jego nicka) filmami mającymi konotować siłę i sprawność, a także opór wobec „lewicowego establishmentu”.

Autor zdaje się jednak nie wiedzieć (lub pomijać), że jest to sekwencja wyjęta z krótkiego filmu z roku 2000, emitowanego w nieistniejącej już stacji „Wizja sport”, którego ważnym momentem było następujące zdanie boksera: „Historii się nie zmieni”, wypowiedziane na tle obrazu 60-letniego Kuleja stojącego przed lustrem, w którym odbija się niewielkie popiersie Lenina (w sekwencji tej ponadto słyszymy m.in. zdania „Umiejętność zadawania

lewego prostego spowodowała to, że ja jakąś pozycję zająłem” oraz „Ja wybieram symbole wypowiedane w czasie, gdy Kulej wykonuje walkę z cieniem”). Z tego samego programu wyjęty jest zresztą użyty przez Charakternego kadr z charakterystycznym napisem „Gwardyjski pion sportowy”, który w filmie z „Wizji sport” symbolizuje prawdopodobnie biurokratyzowaną nomenklaturę PRL („pion” zam. „klub”). Narracja filmu emitowanego w „Wizji sport” wyraźnie nawiązuje więc do tego, że bokserska kariera Kuleja (1955–1979) przypadła w całości na czas Polski Ludowej i do tego, że jego ówczesny sukces stał się powodem oskarżeń o nieetyczny kompromis z reżimem (co wyjaśnia kuriozalne tłumaczenie się z umiejętności bokserskich jako rzeczywistego powodu sportowych osiągnięć: „Umiejętność zadawania lewego prostego spowodowała to, że ja jakąś pozycję zająłem”).

Co więcej, jako zawodnik milicyjnego klubu „Gwardia” Jerzy Kulej był członkiem Milicji Obywatelskiej, a po roku 1989 związał się z partią uważaną przez niektórych za kontynuatorkę PRL-owskich idei socjalistycznych. Wynikająca z zacytowanego przez autora przekazu z „Wizji sport” sylwetka polskiego boksera prawdopodobnie jednak nie odpowiadałaby na tożsamościotwórcze zapotrzebowania Charakternego; dlatego pomija on wszystkie te wątki, pozostawiając w cytacie jedynie pozbawiony kontekstowego znaczenia obraz twarzy Kuleja (ten gest wynika zatem przede wszystkim z autoidentyfikacyjnego potencjału *highlight*, a mniej zaś z również obecnej w tym tekście epitafialnej klamry, która każe „mówić dobrze o zmarłych”).

Dowodzi to tego, że rewindykacyjna moc *highlightu*, wykorzystywana bezrefleksyjnie, może obracać się przeciw tym, którzy jej używają (M. Kamińska, 2011, s. 131–132). W związku z tym interpretacja mówiąca, że *highlights* to narzędzie „niezwykle ważne dla zrozumienia ponowoczesnej kultury konsumpcyjnej” (A. Kavoori, 2010, s. 52), musi – jak brzmi dalsza część tego cytatu – odpowiadać przede wszystkim na pytanie: „Co w nim pominięto?” (A. Kavoori, 2010, s. 52).

Bibliografia

Teoria

Baio A.: *Supercut: Anatomy of a Meme*, <http://waxy.org>, data dostępu: 3.11.2016.

Bauman Z.: *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń 1995.

Gamache R.: *A History of Sports Highlights: Replayed Plays from Edison to ESPN*, Jefferson 2010.

Giddens A.: *Konsekwencje nowoczesności*, przeł. E. Klekot, Kraków 2008.

Green J.E.: *The Eyes of the People: Democracy in an Age of Spectatorship*, Oxford 2010.

Gumbrecht H.U.: *Piękno sportu zespołowego. Futbol amerykański – na stadionie i w telewizji*, przeł. K. Krzemieniowa, w: A. Gwóźdź (wybór, wstęp i opracowanie), *Media-eros-przemoc. Sport w czasach popkultury*, Kraków 2003.

Hendrykowski M.: *atrakcji montaż* (hasło), w: M. Hendrykowski, *Słownik terminów filmowych*, Poznań 1994.

Kamińska M.: *Internet jako medium autoprezentacji i kreowania tożsamości*, w: M. Kamińska, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Poznań 2011.

- Kavoori A.: *Digital Media Criticism*, New York 2010.
- Leclerc G.: *Le regard et le pouvoir*, Paris 2006.
- Masłowska D.: *Paw królowej*, rys. M. Sieńczyk, Warszawa 2005.
- Mathiesen T.: *The viewer society: Michel Foucault's „Panopticon” revisited*, „Theoretical Criminology” 1997, t. 1, nr 2.
- McCormack T.: *The Compilation Nation. The history and the rise of the supercut*, www.movingimagesource.us, data dostępu: 3.11.2016.
- Mizerkiewicz T.: *Nić śmiesznego*, Poznań 2007.
- Nosal P.: *Kultura ekspercka w mediach*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja. Kwartalnik myśli społeczno-pedagogicznej” 2009, nr 4.
- Nycz R.: *Sylwy współczesne: problem konstrukcji tekstu*, Wrocław 1984.
- Oh J.H. (i in.): *Video Abstraction*, <http://www.igi-global.com>, data dostępu: 13.11.16.
- Pisarski M.: *Remediacja*, <http://www.techsty.art.pl>, data dostępu: 3.11.2016.
- Potkański J.: *Epoka spojrzenia: literatura i społeczeństwo nowego kapitalizmu*, Warszawa 2014.
- Schürmann V.: *Spiel und Ereignis, Hauptvortrag beim Sportspiel-Symposium 2002 vom 26. – 28.9.2002 in Bremen: >Begründungsdiskurs und Evaluation in den Sportspielen<*, Unveröffentlichtes Manuskript, 2002, Universität Bremen, s. 3 (tekst zamieszczony na stronie badacza).
- Seel M.: *Zeilebration des Unvermögens. Zur Ästhetik des Sports*, „Merkur” 1993, nr 2.
- Sendyka R.: *Od kultury „ja” do kultury „siebie”. O zwrotnych formach w projektach tożsamościowych*, Kraków 2015.
- Supercut Genre*, <http://kk.org>, data dostępu: 3.11.2016.
- Taylor C.: *Nowoczesne imaginaria społeczne*, przeł. A. Puczejda, K. Szymaniak, Kraków 2010.
- Theweleit K.: *Beckenbauer als Zuschauer*, w: K. Theweleit, *Tor zur Welt: Fussball als Realitätsmodell*, Köln 2004.
- Wąchocka E. (red.): *Intymne – prywatne – publiczne*, Katowice 2015.
- Zarębski K.J.: *Zemsta jest zielona*, „Kino” 2001.

Media

Jerzy Kulej – Legenda (film na portalu YouTube, 2013, autor: „Charakterny”, www.youtube.com).

Hipster



Dominika Gruntkowska

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *media społecznościowe, postprawda, Web 2.0*

Definicje

Pojęcie hipster pojawiło się po drugiej wojnie światowej w USA – mianem tym określano ludzi dobrowolnie wyłączających się ze społeczeństwa. Hipster, jako postawę życiową, wybierał abnegację, odejście od mieszczańskiego społeczeństwa pełnego obłudy i fałszu. Jedną z istotniejszych definicji dotyczących zjawiska hipsteryzmu, autorstwa Normana Mailera, określa hipstera mianem „białego Murzyna”. To ktoś, kto przynależy jedynie częściowo do społeczeństwa, nieustannie znajduje się na jego obrzeżach. Hipsterzy anektowali po kolei elementy stroju, muzyki i zachowania Afroamerykanów, a także często przetwarzali je dla własnych potrzeb. Uwielbienie jazzu, swobodny ubiór i specyficzny język, nawiązujący do kultury czarnoskórych mieszkańców USA, w przypadku hipsterów stawały się dowodem dobrowolnej abnegacji, porzucenia własnego miejsca w społeczeństwie na rzecz przyjęcia roli Innego.

Samo określenie *hip* pochodzi najprawdopodobniej od identycznie brzmiącego okrzyku pochwalnego, używanego na koncertach jazzowych. Hipsterom zależało na przyjęciu roli Innego wobec mieszczańskiego, podziwiającego protestancki etos pracy społeczeństwa. Wejście w rolę Innego, w przypadku hipstera, dotyka wszelkich możliwych płaszczyzn inności. Hipsterzy nie spotykali się nigdy w miejscach modnych i lubianych przez ogół, wręcz przeciwnie, znajdowali własne, ukryte przed wścibskim wzrokiem porządnym mieszczań. Jak przystało na „białych Murzynów”, regularnie odwiedzali lokale czarnoskórych, gdzie przy akompaniamencie jazzu łamano tabu związków między białymi i czarnymi.

Oddzielenie przestrzenne nie było jednak jedynym, na jakie decydowali się hipsterzy. Swoją inność podkreślali także przez język. W komunikacji między sobą używali krótkich, gardłowych i wieloznacznych dźwięków. Języka tego nie można było się po prostu nauczyć, należało być wprowadzonym do środowiska i zaznajomionym z nim. Dzięki temu hipsterzy zachowywali niemalże doskonałą izolację od wpływów zewnętrznych. Niebagatelną rolę odgrywał także strój, który był rodzajem manifestu, zerwania ze społecznymi normami. Prawdziwy hipster nie przejmował się panującymi konwencjami, inspirował się zarówno ubraniami noszonymi przez czarnoskórych

robotników, muzyków jazzowych, jak i miejskich kłoszardów. Lubował się w „bebopowych kołnierzykach” (nosili je jazzmani), ubierał się głównie na czarno, nosił jeansy, swetry, berety, jego ubiór nie był kosztowny, ale przy tym niepozbawiony elegancji i fantazji.

Pierwsi hipsterzy, którzy razem słuchali z fascynacją jazzu i uciekali od mieszczańskiego społeczeństwa, różnili się pochodzeniem. Byli wśród nich młodzi, źle opłacani robotnicy, drobni przestępcy oraz synowie z dobrych domów, którzy uznali eskapizm za sposób na życie. Wszyscy byli dziećmi wojennego wstrząsu, szoku spowodowanego tym, jak mało może znaczyć życie i jak niespodziewana może być śmierć. Ich strategią wobec ulotności istnienia było życie chwilą, pragnienie transgresji, odrzucenie imperatywu gromadzenia majątku. W latach pięćdziesiątych XX wieku zafascynowani hipsterami beatnicy próbowali przejmować ich styl bycia i życia, jednak to, co dla beatników było chwilową zabawą i subkulturowym porywem, dla hipsterów było realnym życiem, a nie jedynie chwilową ucieczką, zabawą właściwą młodości, która kończy się, kiedy nadchodzi czas na ustabilizowanie się. Prawdziwi hipsterzy z politowaniem patrzyli na beatników, którzy rozmawiali w czasie koncertów jazzowych. Hipsterzy tworzyli pewną podskórną tkankę miasta, byli zwartym gronem, do którego dostać można się było jedynie na zasadzie wtajemniczenia i wtedy dopiero dostępne było wejście do zadymionych i brudnych lokali. Beatnicy wzorowali się na hipsterach, marzyli o wejściu do ich grona, ale jednocześnie czerpiąc inspirację z nich, świecili jedynie światłem odbitym prawdziwej awangardy. Beatnicy nie byli hipsterami, byli na marginesie kultury i społeczeństwa jedynie na chwilę, przeżywali przygodę i wracali na łono społeczeństwa. Hipsterzy byli w świadomy sposób aspołeczni (A. Litorowicz, 2012).

Można zaryzykować tezę, że hipsterzy nie są subkulturą. Wyznacznikiem subkultury jest przyjmowanie i przestrzeganie przez jej członków określonych reguł. Reguły te co prawda nie mają charakteru formalnego, ale znane są wszystkim członkom danej subkultury na zasadzie zwyczajowej – i dlatego są przestrzegane.

Czy tak samo można zdefiniować hipsterów? Co prawda hipsterzy słuchają dzisiaj alternatywnej muzyki (nie wiadomo jednak, co dokładnie kryje się pod tym pojęciem), dalej jednak sprawa się komplikuje. Hipsterzy nie mają już dzisiaj własnego, elitarnego języka. W powszechnej opinii ubiór hipsterów jest podobny, jako jego typowe elementy wymienia się flanelowe koszule, duże okulary, najczęściej ze zwykłymi, niekorekcyjnymi szklami, trampki i wąskie jeansy. Wyobrażenia większości społeczeństwa niewiele jednak interesują prawdziwych hipsterów, a sama ta kwestia jest bardziej skomplikowana niż mogłoby się z pozoru wydawać.

Hipster modą gardzi, nie jest jej wyznawcą, wręcz przeciwnie – odrzuca ją w sposób zdecydowany. Hipster wybiera to, co niemodne, komponuje garderobę w sposób nowy, zaskakujący i łamiący konwencje. Hipsteryzm łamie subkulturowy aspekt jednolitości stroju, włączenia w ramy danej subkultury przez określone ubrania. Każdy z hipsterów chce wyglądać niepowtarzalnie, bez wahania odrzuciłby „mundur” subkultury. Przyjęło się, że hipster, aby uniknąć jednolitości ubrań z popularnych sklepów, korzysta głównie z second handów, a kupione tam ubrania przerabia i nadaje im unikatowy wygląd.

Nie tylko ubrania hipstera nie mogą być takie, jak wszystkich; niebagatelną rolę pełnią również inne elementy kreacji, bo wszak życie hipstera, jak niegdyś dandysa, jest swoistą artystyczną kreacją. Sylwetki dandysa i hipstera zbliżają się do siebie w kilku kwestiach. Tak jak dandys, sztucznością, ironią i paradoksem, próbował zachować siebie w XIX-wiecznej przemysłowej metropolii (R. Księżyk, 2014), tak dzisiaj hipster pragnie swoim wyglądem stworzyć wyłom w głównym nurcie kultury. Dandysi pragnęli być swoimi własnymi twórcami, ich wygląd był nie tylko wyrazem aspiracji społecznych, ale także odzwierciedleniem intelektualnej wyższości (Ł. Kielban, 2012). Autokreacyjność i pragnienie przełamywania barier i wytwarzanie własnych wzorców niewątpliwie łączy dandysa i hipstera. Istnieje jednak między nimi znacząca różnica – pragnieniem dandysa było aspirowanie do wyższych kręgów społecznych, bycie „arystokratą ducha”, nawet jeśli w jego żyłach nie płynęła błękitna krew. Hipster natomiast przełamywał bariery społeczne nie w górę, ale w dół, inspirował się stylem ubioru robotników fabrycznych i przechwytywał oraz twórczo interpretował kulturę Afroamerykanów. Dandysi bawili się sztucznością, ostentacyjnie prezentując przekonanie, że to ona rządzi światem, nie poddawali się więc jej twórczej mocy, a na jej miejsce wytwarzali własną. Obecnie im było pragnienie autentyczności i prawdy, które każe zagłębiać się w społeczeństwie i szukać w nim tychże wartości. Prawdę odnaleźli hipsterzy w czarnych i robotniczych dzielnicach, dandysi odnaleźli ją w jej braku i nieistnieniu. Dandys prawdziwą elegancję widział dopiero w wyrafinowaniu, hipster do rangi wytworności podnosi pozorną niedbałość.

Ubranie hipstera ma nie tylko przełamywać granice mody i czasu, poprzez zestawienie ubrań pochodzących z różnych lat i stylów, ale także granice płciowości. Hipster odrzuca wizerunek, jaki według większości społeczeństwa wpisany jest we wzorec męskości. Hipster odrzuca również te normy – męskość czy kobiecość są dla niego jedynie zastanymi filisterskimi normami, którymi można bawić się wedle własnego uznania.

Pragnieniem hipstera jest znalezienie wszystkiego, co nowe i niestandardowe, nieznanne i włączenie tego w orbitę własnej egzystencji. Prawdziwy hipster szuka w zapomnianych zaułkach i małych muzycznych sklepikach płyt, najlepiej winylowych, z muzyką zespołów, których nikt oprócz niego nie będzie znał. W internecie szuka zespołów i wykonawców, którzy tak jak on brzydzą się komercją, są niepowtarzalni i co najważniejsze nie mają rzeszy fanów, hipster może więc zostać ich odkrywcą i wielbicielem, aby porzucić je później, kiedy zaczną być rozpoznawani, grywani w radiu i telewizji. Przodkowie dzisiejszych hipsterów tworzyli własne miejsca lub też anektowali je dla siebie – były to zazwyczaj małe, brudne i cieszące się złą sławą kluby, do których nie każdy mógł dotrzeć, jeżeli nie znał odpowiednich ludzi. Dziś sytuacja w pewnym stopniu się zmieniła. W dalszym ciągu hipsterzy są twórcami pewnych miejsc, zakładają je lub odkrywają, ale kluby te nie są już takie, jakimi były w XX wieku i to jest wyraźny znak czasu.

Łukasz Iwański, w artykule *Moda i hipsterstwo. Hierarchie statusu we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym* zauważa, że w dzisiejszym świecie wyznacznikiem statusu społecznego jest życie zgodnie z określonymi modami, podzielenie pewnych wspólnych paradygmatów istnienia. Ukierunkowana w określony sposób konsumpcja

jest tym, co sytuuje daną jednostkę w kręgu klasy wyższej lub niższej. W ten sposób aktualna dzisiaj moda na ekologiczny styl życia i troska o środowisko naturalne łączy anarchistów i polityków, wraz z ich rodzinami, jak chociażby małżeństwo Obamów. Mody, nawet te powstałe z chęci kontestacji wobec społeczeństwa konsumpcyjnego przechwytywane są przez wielkie koncerny i stają się dla nich źródłem ogromnych zysków. W przypadku wspomnianej wyżej ekologii, autentyczna troska o środowisko naturalne, przejawiana przez oddolne ruchy, zastąpiona została modą na „ekostyl”.

W ten sposób wartości i cele, a także zwyczaje tworzone przez hipsterów zawłaszczone zostają przez główny nurt kultury i odarte z wartości, jakie miały nieść za sobą. Bycie hipsterem oznacza dziś bycie modnym – hipster to ktoś, kto ma dobry styl, a styl jest w cenie, jest *cool*. Hipster jest jednak kimś z zasady niemodnym – moda na hipsteryzm bywa więc zaprzeczeniem samej idei hipsteryzmu. W ten sposób rysuje się podział, istniejący już w latach czterdziestych XX wieku, na gorących (*hot*) i chłodnych (*cool*) hipsterów. Do gorących zaliczano głównie młodzież beatnikowską, która była zafascynowana podziemnymi, chłodnymi hipsterami, pozostawiała jednak ich lżejszą odmianą. Podobny podział można utrzymać do dzisiaj, uznając za gorących tychże hipsterów, którzy przyjmują modny styl bycia hipsterami, buntującymi się jednak tylko w obrębie społeczeństwa konsumpcyjnego.

Interpretacja

Pierwsze pokolenie hipsterów łączyła niechęć wobec konserwatywnego społeczeństwa mieszczańskiego, w wyniku czego przejawiali dużą tolerancję obyczajową i liberalizm światopoglądowy. Dzisiejsi *hot* hipsterzy również odnoszą się z dużą swobodą do kwestii obyczajowych, sprzeciwiają się uprzedzeniom i anachronicznemu stosunkowi wobec norm płciowych. Wydawać by się mogło, że byłaby to jedyna cecha hipstera, której można być pewnym – nic jednak bardziej błędnego. Niedawno pojawił się nurt prawicowego hipsteryzmu, oparty na założeniu, że dzisiejsza kultura masowa jest z gruntu liberalna i we współczesnych zachodnich społeczeństwach zarówno role płciowe, jak i konwencje dotyczące życia prywatnego i intymnego uległy rozprężeniu. Z tego też powodu przyjęcie liberalnej postawy nie jest tym, co aspołeczne, ale przeciwnie – jest dopasowaniem się do mainstreamu.

W ten sposób narodziło się zjawisko prawicowych hipsterów – w Polsce tworzą oni, między innymi, nową „Fronde”. Trudno z ich manifestów wyklarować obraz tego środowiska, pewne jest natomiast, że chcą zaskakiwać, a także obnażać intelektualną nędzę pokolenia „lemingów”, którymi są według nich bezmyślni odbiorcy kultury masowej, tak zwani młodzi, wykształceni z wielkich miast, głosujący na Platformę Obywatelską i niechodzący do kościoła, dzielący wartości świeckiego i obywatelskiego społeczeństwa.

Maryna Miklaszewska, autorka *Spotkałam kiedyś prawdziwego hipstera*, pisarka o prawicowych poglądach, tytułowym hipsterem w swojej powieści czyni młodego mężczyznę, który sprzeciwia się obecnej władzy (w chwili napisania powieści był to rząd tworzony przez Platformę Obywatelską) i wraz z innymi sobie podobnymi tworzy kontrspołeczeństwo na terenie województwa świętokrzyskiego. Ludzie ci nie walczą z władzą, ale odcinają się od

niej, żyją zgodnie z naturą, a otrzymywane dzięki ich pracy surowce naturalne pozwalają im na zupełną niezależność od rządu. Próbują kreować taki wzorzec społeczeństwa i patriotyzmu, jaki wydaje im się właściwy, a który według nich został dawno zapomniany. Uważają, że polskość utraciono na rzecz ujednoliconego liberalnego społeczeństwa konsumpcyjnego, a oni biorą sobie za cel jej odzyskanie.

Tak opisany został główny bohater powieści przez wywodzącą się z wielkiego miasta bohaterkę, która kreowana jest w powieści na wzór tych, o których wspomniani wyżej twórcy „Frondy” mówią „lemingi”:

– Po prostu jest niezależny – Nina wróciła do głównego wątku. – I nie znosi mainstreamu, mówi, że jak chce zobaczyć całkowicie niemodnych ludzi, to włącza telewizor. Zwłaszcza różne telewizyjne show, bo tam jest takich na kopy, w pełnej krasie. (...) I nie poszedłby tam, gdzie bywają celebryci, robią zdjęcia paparazzi... (...) Ubiera się w rzeczy z zaprzyjaźnionej szwalni. No i zawsze nosi czarny płaszcz, z bardzo dobrej wełny. W zimie chodzi w tym samym, co w lecie, tylko zapiętym. (...) ma jakieś miejsce chyba na Krakowskim, gdzie czasem bywa, ale nie wiem dokładnie, gdzie. Może specjalnie chodzi do obciachowych miejsc, żeby zrobić z nich modne. Albo nie przejmuję się tym wcale. Nie wiem. Zresztą wyjechał z Warszawy jakiś czas temu. Wpada tu na krótko, mówi, że Warszawa się obsunęła. I że chce poznać tych mieszkańców prowincji, którzy nie wyjechali się do Warszawy. (...) Z Facebooka się wypisał. (...) nie używał również telefonu komórkowego i zlikwidował konto bankowe (M. Miklaszewska, 2012, s. 247–249).

Brak zgody, co do znaczenia terminu hipster i włączanie w jego orbitę znaczeniową coraz to nowych wartości sprawia, że termin ten może być trudny do zdefiniowania. W tym sensie hipster staje się więc znakiem kultury późnej nowoczesności, w której twarde definicje są trudne do utrzymania.

Bibliografia

Teoria

Gajda P.: *Jętki jednodniówki*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 209–210.

Ilska P.: *Mistrzostwa hipsterów. Relacja z XX Międzynarodowego Festiwalu Sztuk Przyjemnych i Nieprzyjemnych pod hasłem „Mistrzowie”*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 204–208.

Iwasiński Ł.: *Moda i hipsterstwo. Hierarchie we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym*, „Człowiek i Społeczeństwo” 2015, t. XL, s. 177–195.

Jaskuła Z., Jarniewicz J.: *Gesty Hipsterskie i gesty lancerskie*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 216–222.

Karpowiak E.: *Estetyczna bylejakość*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 14–19.

Kielban Ł., *Dandys – nadgentleman*, czasgentlemanow.pl, data dostępu: 23.05.2017.

Knapik-Gawin K.: *Dyskretny urok dmuchanego krokodyla. Nowa „Frona”*. *Notatki z lektury*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 71–77.

Królikowska N.: *Hipster Kosiński*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 82–87.

Księżyk R., *Nigdy dość nocy*, dwutygodnik.com, data dostępu: 23.05.2017.

Litorwicz A.: *Subkultura hipsterów. Od ponowoczesnej etyki do postmodernistycznej estetyki*, Gdańsk 2012.

Platek S.: *Etykieta z napisem „Kongo”, „Arterie”* 2014, nr 1, s. 236–238.

Podgórska J.: *Nieuchwytny hipster*, www.polityka.pl, data dostępu: 15.12.2016.

Szarecki A.: *Antynomie późnego kapitalizmu, czyli po co hipsterowi moda?*, „Kultura Współczesna” 2013, nr 4, s. 17–28.

Tomasiewicz M.: *Katohipster*, „Arterie” 2014, nr 1, s. 170–174

Media

Miklaszewska M.: *Spotkałam kiedyś prawdziwego hipstera*, Warszawa 2012.

Informacja

Sławomir Iwasiów

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *infotainment, konstruktywizm (w badaniu mediów), postprawda*

Definicje

Trudno wyobrazić sobie świat pozbawiony informacji (byłby to raczej przed-świat, rodzaj próżni poznawczej) – dlatego opowiadając historię informacji, właściwie należałoby przedstawić dzieje cywilizacji i kultury od momentu, tak czy inaczej pojmowanej, *genesis*, aż do współczesności. Informacjami są przecież – kod genetyczny, komunikaty przekazywane za pomocą języków (nie tylko ludzkich, ale także zwierzęcych) czy dzieła sztuki. W tym jednak wypadku można zawęzić krąg rozważań i przyjrzeć się bliżej (po)nowoczesnym sposobom rozumienia informacji, które przede wszystkim są związane z funkcjonowaniem mediów, dziennikarstwem, przemianami społecznymi, globalizującą się kulturą i rozwojem technologii informacyjnej.

Czym jest zatem informacja? Czy to sposób komunikowania, czy dane medium, czy może treść przekazu? Jednym z wpływowych badaczy, który zajmował się między innymi tak sformułowanymi zagadnieniami był Marshall McLuhan (1911–1980). Ten kanadyjski medioznawca, zyskawszy rozgłos dla prowadzonych przez siebie badań w latach sześćdziesiątych XX wieku, ukuł termin *medium is message* (środek przekazu jest przekazem), odnoszący się do prawidłowości rządzących komunikowaniem masowym (badacz opisał to zjawisko w książce z 1967 r. – *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*, której współautorem był grafik Quentin Fiore). Według McLuhana:

W takiej kulturze jak nasza, z dawną przywykłej do dzielenia i rozdrabniania zjawisk jako środków kontroli, nieco szokującym może się wydać przypomnienie, że z punktu widzenia swojej praktycznej funkcji środek jest przekazem. Innymi słowy, indywidualne i społeczne konsekwencje każdego środka – to znaczy każdego „przedłużenia” nas samych – wynikają z nowych proporcji, wprowadzonych w nasze życie za pośrednictwem każdej nowej formy „przedłużenia” nas samych czy każdego nowego środka technicznego (M. McLuhan, 2001, s. 212).

Wizje McLuhana były nierzadko pesymistyczne – określenie „środek przekazu jest przekazem” oznacza przecież również i to, że informacja transmitowana za pomocą mediów zawsze jest od nich, w takim czy innym

zakresie, uzależniona. McLuhan snuł w związku z tym katastroficzne wizje komunikacji międzyludzkiej i przepływu informacji. Pisał między innymi, że: „Jesteśmy równie sparaliżowani naszym nowym światem elektroniki, jak ludzie prymitywni sparaliżowani są naszą cywilizacją druku i mechanizacji” (M. McLuhan, 2001, s. 222). „Społeczeństwo informacyjne”, jak nazywał współcześnie żyjących ludzi, jest zatem uwięzione i uzależnione od wytwarzanych przez siebie środków komunikowania (w tym mediów masowych, jak gazety, radio czy telewizja).

Teoria McLuhana – mimo dużej liczby inspirujących się nią współczesnych medioznawców – wydaje się dzisiaj, z różnych powodów, zdeaktualizowana. Na przykład francuski dziennikarz i medioznawca Bernard Poulet (ur. 1946) uważa, że obecnie mamy problem z jednoznacznym zdefiniowaniem pojęcia informacji. Wymiennie stosujemy bowiem takie określenia, jak: „media”, „dziennikarstwo”, „komunikacja” czy „news”. Poulet, w książce pod tytułem *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, w pewnym sensie dystansuje się od „medialnego”, technologicznego rozumienia informacji; każda jednostkowa informacja to przecież nie to samo, co media (jak gazety, książki, strony internetowe, stacje telewizyjne, telefony komórkowe, gry wideo), które są po prostu przekaznikami. Francuski badacz stwierdza, że informacja jest bliższa społecznym celom, jest częścią obiegu kultury, wykracza poza obręb technologicznych granic.

To, co nazywamy „wytwarzaniem informacji”, jest pewnym zespołem działań podporządkowanym zasadom wypracowanym bardziej w praktyce aniżeli w teorii. Obejmuje ono sprawy kraju i świata, a dokładnie to, co niegdyś nazywano „sprawami miasta”. Chodzi więc zarówno o politykę wewnętrzną i międzynarodową, ekonomię, kwestie socjalne i społeczne, jak i o ścieranie się różnych poglądów, innowacje, naukę, zdrowie, religię, bezpieczeństwo wewnętrzne, wybory, przed którymi staje państwo (edukacja, imigracja, infrastruktura, zagospodarowanie przestrzenne, wymiar sprawiedliwości, etyka, wolność w sferze publicznej), ale też i o kulturę, wydarzenia artystyczne i sportowe, działalność stowarzyszeń i innych związków, wypadki i wydarzenia sensacyjne, o wojnę i pokój. Lista jest długa i stale się wydłuża, ponieważ chodzi o informowanie o tym wszystkim, co dotyczy obywateli (B. Poulet, 2011, s. 84–85).

W jakimś zakresie informacja jest nie tylko „przedłużeniem” medium, które jest jej nośnikiem, ale powstaje także z powodu określonych potrzeb społeczeństwa czy szerzej patrząc – kultury. Łącznikami pomiędzy społeczeństwem a wydarzeniami, o których trzeba informować, są dziennikarze. Zawód dziennikarza – dostarczyciela newsów – jest związany z podobnymi problemami teoretycznymi jak samo pojęcie informacji. Dziennikarz staje w codziennej pracy przed ściśle określonymi przez kanony tego zawodu wymaganiami i zadaniami, które Bernard Poulet tak podsumowuje: „Narzucanie przemyślanej formy, selekcja i hierarchizacja nadają sens natłokowi informacji pojawiających się każdego dnia, każdej godziny i w każdej minucie, o czym najlepiej świadczy internet” (B. Poulet, 2011, s. 86). Czy informacja w związku z tym jest czymś, co należy odkryć, odnaleźć, wyselekcjonować, czy raczej trzeba ją stworzyć, wykreować, nadać jej określony kształt?

Odpowiedź na tak postawione pytanie nie jest jednoznaczna – choć można znaleźć przykłady między innymi przychylenia się do konstruktywistycznej teorii mediów (i informacji). Polski medioznawca Tomasz Goban-

-Klas uważa bowiem, że zarówno informacja, jak i „wytwarzający” ją dziennikarze są częścią społecznego systemu kontroli, mają wpływ na kształtowanie rzeczywistości, na polityczne zwycięstwa i porażki oraz nastroje opinii publicznej:

Zatem informacje medialne są wręcz funkcjonalnie niezbędne dla systemu politycznego, a nie odwrotnie. To kształtuje podstawę wielkiej roli mediów w systemie społecznym. Dla wzmocnienia swej roli jako reprezentantów opinii publicznej media wykorzystują sondaże, a często same je zamawiają i opłacają. Wyznaczają wówczas temat sondażu, ich wyniki publikują wybiórczo i w ten sposób, niejako zwrotnie, urabiają postawy i opinie społeczne. Ta spirala sondażowa: zamówione aktualne medialne pytanie, sugerowany wachlarz odpowiedzi – selektywna prezentacja wyników – powołujący się na głos społeczeństwa artykuł, stała się elementem rzeczywistości medialnej i rutyny dziennikarskiej (T. Koban-Klas, 2005, s. 219–220).

Informacja jest zatem – z różnych społecznych i politycznych przyczyn – wytwarzana, choćby na zamówienie, jak opisywane przez badacza sondaże. Informacja staje się środkiem – by sparafrazować McLuhana – do osiągnięcia konkretnych celów, do „urabiania” rzeczywistości społecznej i żyjących w niej obywateli.

Innym jeszcze sposobem rozumienia informacji jest genologiczny punkt widzenia. W takiej perspektywie informacja należy do gatunków dziennikarskich i ma swoje określone cechy dystynktywne, które pozwalają wyodrębnić ją spośród wielu odmiennych gatunków piśmiennictwa. Według podziału genologicznego opracowanego przez Kazimierza Wolny-Zmorzyńskiego i Andrzeja Kaliszewskiego, informacją są, w najszerszym zakresie, wszystkie gatunki informacyjne (znajdujące się w opozycji do dziennikarskich gatunków publicystycznych). W węższym zakresie natomiast, informacja jest tożsama z notatką i charakteryzują ją takie cechy, jak: powiadamianie o zdarzeniu, statyczne podawanie szczegółowych faktów, ewentualne odwoływanie się do wydarzeń z przeszłości oraz obecność tytułu oraz typizowanie ze względu na miejsce opisywanych wydarzeń (np. lokalne, zagraniczne), źródło pochodzenia (pisane przez etatowych dziennikarzy, agencyjne, korespondencyjne) oraz dział czasopisma/gazety, w którym dana informacja została opublikowana (K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, 2009, s. 38–40). Problem polega oczywiście na tym, że trudno tak zdefiniowaną informację zupełnie odseparować od innych gatunków dziennikarskich czy też, gdyby spojrzeć szerzej, piśmienniczych. Informacja występuje bowiem we wszystkich odmianach rodzajowych gatunków dziennikarskich (prasowej, radiowej, telewizyjnej, multimedialnej), jest częścią składową wielu gatunków (m.in. sprawozdania, artykułu, wywiadu, reportażu, felietonu), trudno ją oddzielić od czynności wykonywanych przez samych dziennikarzy (ich praca to przecież, gdyby pokusić się o najprostszą definicję, zbieranie informacji).

Przedstawione powyżej teorie dotyczące informacji pokazują różne aspekty funkcjonowania tego terminu we współczesnej refleksji humanistycznej. Marshall McLuhan przedstawił „kulturowy” sposób postrzegania informacji, która stała się nieodłącznym elementem nowoczesności. Bernard Poulet zwracał uwagę na „społeczne” aspekty obiegu informacji – informacja jest między innymi gwarantem istnienia demokratycznego państwa. Tomasz Goban-Klas z kolei ujmuje informację w perspektywie „konstruktywistycznej” – nowoczesne media

i dziennikarze raczej nie poszukują informacji, ale wytwarzają je, żeby osiągnąć konkretne cele. Medioznawcy – Kazimierz Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kaliszewski – przedstawiają natomiast informację z punktu widzenia genologicznego – jest gatunkiem dziennikarskim i można w związku z tym opisać jej charakterystyczne cechy.

Interpretacja

Wiele wskazuje na to, że współczesna informacja krąży różnymi obiegami, ma za zadanie, mimo swojej nazwy, nie tylko informować, a przede wszystkim – nie zawsze ma taką samą formę (co zależy m.in. od medium, dzięki któremu jest rozpowszechniana). Informacja znaczy nierzadko więcej niż gatunek, ale też, w pewnym zakresie, stanowi czasami mniejszą część, może być jedynie elementem jakiegoś sposobu wypowiedzi (artykułu lub wywiadu). Warto prześledzić te zależności i różnice na wybranym przykładzie z prasy – z jednej strony „tradycyjnej”, papierowej gazety, z drugiej strony z portalu internetowego. Informacja zmieniła się bowiem w ostatnich latach najbardziej pod wpływem technologicznej transformacji mediów – cyfryzacja i jej konsekwencje, jak szerszy dostęp do informacji, jej bezpłatne źródła, inne sposoby opracowywania i publikowania informacji, tak zwana śmierć prasy na początku XXI wieku i inne zjawiska tego rodzaju, radykalnie zmieniły kondycję informacji.

W świątecznym wydaniu „Gazety Wyborczej” (31.05–1.06.2014 r.) pojawiło się przynajmniej kilkanaście artykułów, które zawierały mniej lub bardziej szczegółowe informacje. Interesujące, że w papierowej edycji „Gazety Wyborczej” właściwie nie są reprezentowane najkrótsze postacie informacji (jak wzmianka czy notatka), a raczej przeważają artykuły i obszerniejsze komentarze o charakterze informacyjno-publicystycznym.

Z pierwszej strony wynika, że najważniejszymi materiałami numeru są relacja z pogrzebu Wojciecha Jaruzelskiego oraz niepublikowany wcześniej wywiad z generałem. Na tej samej stronie, pod trzema portretami Jaruzelskiego, znalazł się komentarz Jarosława Kurskiego, który pisze, że: „Byliśmy na Powązkach świadkami jednego z bardziej haniebnych spektakli w dziejach III RP, której 25-lecie właśnie obchodzimy” (J. Kurski, 2014, s. 1). Wiadomo zatem już na wstępie, jaki jest stosunek piszącego i prawdopodobnie redakcji do uroczystości pogrzebowych i innych wydarzeń oraz wypowiedzi związanych z odejściem Jaruzelskiego. Sama informacja – czyli zbiór faktów dotyczących pogrzebu generała – jest w związku z tym mniej istotna niż komentarz do niej. Nie znajdziemy tu artykułów w rodzaju „Odbył się pogrzeb Wojciecha Jaruzelskiego” albo „Skandal na Powązkach” (właściwie z jednym drobnym wyjątkiem, o którym dalej) i nie ma w tym nic dziwnego, ponieważ tego rodzaju materiały dziennikarskie obecnie funkcjonują raczej w sieci. Dlaczego tak się dzieje? Jednym z powodów jest inny obieg i możliwości internetowych źródeł przekazywania najnowszych wiadomości.

Informacje o pogrzebie generała Jaruzelskiego pojawiały się na portalu „warszawa.gazeta.pl” na bieżąco – to znaczy każdego dnia, zarówno nieco przed, w trakcie, jak i po uroczystości publikowano różnego rodzaju materiały (raczej informacyjne, choć zdarzały się też komentarze), które przedstawiały rozmaite wątki tego wydarzenia. Na przykład 30 maja opublikowano tekst *Dziś pogrzeb gen. Jaruzelskiego. Prawica zabierze różańce*. Mimo tytułu

(jego pierwsza część jest neutralna; druga – z uwagi na świecki charakter pogrzebu generała – może być uznana za prowokacyjną), tekst rozpoczyna się skonstruowaną według wszelkich zasad stylu dziennikarskiego informacją:

Na Cmentarzu Wojskowym na Powązkach jest już przygotowany grób dla gen. Wojciecha Jaruzelskiego. Znajduje się w sąsiedztwie kwater żołnierzy I Armii Wojska Polskiego, Armii Ludowej i działaczy Polskiej Partii Robotniczej. W piątek zostanie tu złożona urna z prochami generała.

Wokół przykrytego dywanem z trawy grobu jeszcze w czwartek porządkowano teren – przycinano gałęzie drzew, strzyżono trawniki, montowano monitoring.

Ceremonia rozpocznie się o godz. 14. Urna z prochami wystawiona zostanie kwadrans wcześniej przed domem pogrzebowym. Ceremonia będzie miała charakter świecki, państwowy, z honorową asystą wojska. Przemówi były prezydent Aleksander Kwaśniewski. Zgodnie z wolą rodziny pogrzeb poprzedzi msza. O godz. 11 w Katedrze Polowej WP przy ul. Długiej odprawi ją biskup polowy Józef Guzek.

Pierwszy akapit wyróżniono w tekście jako lid, co nie zaburza ciągłości wypowiedzi (zależnie od charakteru lid może być na przykład streszczający, retrospektywny czy pytający – klasyfikacja akapitów wstępnych jest dość rozbudowana; w tym wypadku jest to rodzaj lidu pojedynczego, ponieważ znajduje się w nim informacja o jednym wydarzeniu). Kolejne fragmenty tekstu właściwie mają styl i charakter typowy dla informacji: są to pojedyncze fakty, przedstawione krótkimi zdaniami, nieozdobnym językiem, w rzeczowym i prostym stylu.

Jeden z tagów zamieszczonych na portalu „warszawa.gazeta.pl” pod tekstem o pogrzebie Jaruzelskiego odsyła do krótkiego filmu z samej uroczystości. Oto kolejna różnica pomiędzy papierowym a multimedialnym wydaniem – gazety mogą publikować jedynie zdjęcia, natomiast medium internetowe umożliwia zamieszczanie także przekazów audiowizualnych. Co więcej, mogą to być transmisje na żywo (w wypadku pogrzebu generała Jaruzelskiego zamieszczono film po ceremonii). Wprawdzie można by się zastanawiać nad etycznym aspektem takiego przekazu („transmisja z pogrzebu” – brzmi nieco drastycznie), ale, po pierwsze, jest to możliwe technicznie, a po drugie, tego rodzaju informacja wkraczałaby na pole zarezerwowane przez gatunek nazywany *infotainment*, który polega na łączeniu informacyjności z rozrywką, z sensacyjnością jakiegoś wydarzenia. Pochówek Jaruzelskiego miał właśnie tego rodzaju „sensacyjny” charakter (wydarzeniu towarzyszyła ostra dyskusja między lewicą a prawicą, do głosu dochodziły środowiska radykalne, od początku spodziewano się zamieszek), a zatem transmisja internetowa z tego właśnie pogrzebu mogłaby być postrzegana jako prowokacja.

Wracając do wydania papierowego „Gazety Wyborczej” z mniej więcej tego samego okresu – trudno spodziewać się po tradycyjnym wydawnictwie tych wszystkich ulepszeń (jak multimedia, komentarze oraz tagi – słowa kluczowe), które są powszechne w internecie. Zamiast tego dziennikarstwo „Gazety Wyborczej” w tym konkretnym wydaniu jest dość tradycyjne, a przy tym, by tak rzec, rozmyślnie „nieinformacyjne”. Wprawdzie pojawiły się teksty o typowo informacyjnym rysie – jak *Pogrzeb generała* autorstwa Jerzego S. Majewskiego i To-

masza Urzykowskiego – ale całość przygotowano tak, że był to raczej komentarz do wydarzenia, a nie przedstawienie tego wydarzenia. Lid w tym tekście (można go określić jako połączenie informującego i cytującego) został skonstruowany w dwóch częściach: „Kilka tysięcy osób żegnało wczoraj gen. Jaruzelskiego – jedni kwiatami i podziękowaniami. Drudzy gwizdami, wrzaskami: «Zdrajca, won pod Kreml!»” (J.S. Majewski, T. Urzykowski, 2014, s. 4). Jaka jest funkcja tego wstępu? Dlaczego użyto w nim słowa „wrzaski”, z jednoznacznie negatywną konotacją? Na ile ta informacja informuje, a na ile komentuje? Odtwarza czy konstruuje rzeczywistość – stając się emanacją dziennikarskiej postprawdy, dla której nie fakty, ale narracje mają większe znaczenie?

Nie jest wcale przypadkiem, że „sucha”, podręcznikowa niemal informacja, pisana z obiektywnego punktu widzenia i przezroczystym stylem, bywa częściej spotykana w internecie. Informacyjny styl pisanie, do pewnego stopnia zanika w gazetach tradycyjnych, a jest obecny na portalach i stronach informacyjnych. Dzieje się tak z kilku powodów. Przytoczona wcześniej informacja z portalu „warszawa.gazeta.pl” mogłaby wprawdzie znaleźć się w gazecie codziennej, ale już komentarze do niej i obecne pod tekstem linki nadają jej zupełnie innego wymiaru. W papierowym wydaniu informacja sama w sobie jest „martwa”, natomiast w internecie, nawet jeśli została skonstruowana w prosty sposób, zaczyna żyć własnym życiem. Komentujący tekst użytkownicy, powiązania z innymi tekstami, tagi, linki odsyłające do podobnych tematów – dzięki takim przejawom interaktywności portalu internetowego informacja przestaje być tylko zbiorem faktów, a staje się, na różnych poziomach, sposobem wypowiedzi, zaproszeniem do dyskusji, jednym z wielu materiałów dziennikarskich, które łączą się w nieskończoną sieć powiązanych ze sobą wątków.

Bibliografia

Teoria

McLuhan M.: *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, przeł. E. Różalska, J.M. Stokłosa, Poznań 2001.

Poulet B.: *Śmierć gazet i przyszłość informacji*, przeł. O. Hedemann, Wołowiec 2011.

Goban-Klas T.: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W.: *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2009.

Media

Kurski J.: [Komentarz], „Gazeta Wyborcza” z 31.05–1.06.2014, s. 1.

Urzykowski T.: *Dziś pogrzeb gen. Jaruzelskiego. Prawica zabierze różańce*, „warszawa.gazeta.pl”, data dostępu: 30.05.2014.

Majewski J.S., Urzykowski T.: *Pogrzeb generała*, „Gazeta Wyborcza” z 31.05–1.06.2014, s. 4.

Infotainment

Tatiana Czerska

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *docusoap, informacja, talent show*

Definicje

Infotainment (w wersji spolszczonej – inforozrywka) można zdefiniować jako zjawisko nadawania przekazowi medialnemu jednoczesnej wartości informacyjnej i walorów rozrywkowych. Termin *infotainment*, zapożyczony z angielszczyzny, używany głównie przez publicystów i badaczy mediów, określa zdominowaną przez rozrywkowe widowiska zawartość współczesnych mediów masowych, głównie telewizji. Pojęcie pojawiło się w USA z końcem lat siedemdziesiątych XX wieku w kręgu krytycznych obserwatorów zachodnich rynków medialnych. W *Słowniku terminologii medialnej* z 2006 roku *infotainment* definiuje się jako wypowiedź medialną, łączącą w sobie informację i rozrywkę (W. Pisarek, 2006, s. 82).

Z pojęciem inforozrywki łączy się ściśle pojęcie tabloidyzacji, które w opinii badaczy jest wystarczające (inforozrywka uznawana jest za modne słowo-wytrych) (J. Fras, 2013, s. 8). Według Stuarta Allana, zjawisko tabloidyzacji ma polegać na zrównaniu opartego na faktach poważnego materiału informacyjnego z treściami nasycenymi sensacjonalizmem, powierzchownością i pospolitością (S. Allan, 2004, s. 215). Neil Postman pisze z kolei o medialnej zabawie: „widowisko informacyjne jest formatem, który sprzyja rozrywce, a nie edukacji, zadumie czy katharsis” (N. Postman, 2002, s. 131). Zdaniem Szymona Ossowskiego współcześnie mamy do czynienia nie tyle z mediami tabloidowymi, ile tabloidalnymi. Dawniej teksty tabloidowe funkcjonowały w opozycji do dziennikarstwa tradycyjnego (opiniotwórczego), charakteryzując się między innymi prymatem zagadnień emocjonalnych nad intelektualnymi, obrazu nad tekstem, rozrywki nad informowaniem i edukowaniem oraz pierwszeństwem kryteriów rynkowych nad wszelkimi innymi w doborze tematów. Obecnie, kiedy wskutek procesu tabloidyzacji nastąpiło przekształcenie mediów tradycyjnych w media tabloidalne, ta różnica zaczęła zanikać (S. Ossowski, 2013, s. 175–176).

Janina Hajduk-Nijkowska wskazuje kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych, wśród których wymienia apokryfy, sensacyjne opowieści zawarte w średniowiecznych kronikach, a zaczerpnięte z treści funkcjonujących w obiegu potocznym, sensacyjne *exempla* wykorzystywane w kazaniach, pieśni dziadowskie, druki

nowiniarskie z relacjami z królewskich ślubów, pogrzebów i uroczystości dworskich, rozprowadzane na jarmarkach i odpustach drukowane ulotki kramarskie z opowieściami o zbrodniach rodzinnych i innych przerażających wydarzeniach (J. Hajduk-Nijakowska, 2010, s. 9–14).

W refleksji naukowej pojęcie *infotainment* ma przeważnie negatywną konotację – krytycy współczesnych mediów masowych, a zwłaszcza takich procesów i zjawisk jak medializacja, tabloidyzacja, mediokracja, używają tego terminu, piętnując liczne negatywne następstwa zdominowania przez treści i przekazy rozrywkowe wartości – zwłaszcza telewizji, tabloidowej prasy i portali internetowych. Ekspansję inforozrywki uznaje się za bezpośredni skutek komercjalizacji mediów w dobie kultury masowej. Refleksja krytyczna nad rozrywkowym charakterem programów informacyjnych pojawiła się najpierw w Stanach Zjednoczonych, dowodząc jak złudne jest przekonanie o wiadomościach jako obiektywnej reprodukcji społecznej i politycznej rzeczywistości. Wiesław Godzic za amerykańskimi medioznawcami (m.in. Douglasem Kellnerem, Neilem Postmanem, Stevem Powersem) podkreśla, że obecnie newsy stały się jednocześnie gatunkiem dziennikarskim i show-biznesem (W. Godzic, 2002, s. 87). Programy informacyjne mają niewiele wspólnego z obiektywną prezentacją faktów, są widowiskiem, które ukazuje fakty w sposób wybiórczy i poddany regułom show. Przekaz staje się towarem (usługą), którą trzeba dostarczyć klientowi, a jeśli nie jest on przekonany, że tego towaru potrzebuje, należy w nim tę potrzebę rozbudzić, czyli skojarzyć poczucie posiadania z przyjemnością i brakiem negatywnych konsekwencji. Komercyjna walka o czytelnika i widza dyktuje reguły gry rządzące mediami masowymi. Współczesne media, organizując opinię publiczną, podążają za instynktem tłumu, by współgrać z emocjami widowni. Nie eksponując funkcji poznawczych czy edukacyjnych, media stają się przede wszystkim szeroko zakrojoną przestrzenią generowania i kumulowania emocji.

Terminu *infotainment* używa się głównie w odniesieniu do telewizji, ale z inforozrywką spotykamy się również w innych mediach. Według Moniki Worsowicz, w prasie polega ona na fragmentacji wypowiedzi, konkretyzacji, personalizacji, sensacjonalizmie. Inforozrywka ma na celu wywołanie zaangażowania u odbiorcy, utwierdzenie go w przekonaniu, że wszystkim rządzą emocje. Zacierza się podział na informacyjne dzienniki oraz czasopisma rozrywkowe i użytkowe. Prasa codzienna upodobała się do periodyków, dzięki kolorowym fotografiom i ilustracjom oraz dodatkom tematycznym. Z kolei w niektórych czasopismach opiniotwórczych można zauważyć rezygnację z obszernych tekstów analitycznych. Dzięki wprowadzeniu składu komputerowego i zastosowaniu nowych możliwości technicznych szata graficzna gazet i czasopism zyskuje estetykę wideoklipu. Z tego względu lektura prasy przypomina coraz częściej oglądanie. Nowe techniki przekazu przyzwyczajają czytelnika do odbioru bodźców wzrokowych dekodowanych łatwiej i szybciej niż pismo. Grafika ma ułatwiać lekturę, a nawet zastąpić tekst. Z ekspansją infografiki, polegającej na kolorowej wizualizacji danego zagadnienia, mamy do czynienia zarówno w prasie (przykładem atrakcyjna, rozbudowana szata graficzna we „Wprost”, „Newsweeku” czy „Polityce”), jak i mediach elektronicznych (komputerowe wizualizacje w telewizyjnych programach informacyjnych). Zmiany

dotyczą także stylistyki tekstów odredakcyjnych. Wypowiedź powinna być bardziej bezpośrednia, aby łatwiej nawiązać kontakt z czytelnikiem i zmniejszyć wrażenie dystansu. Odbiorca ma poczuć się dowartościowany, dostrzegając zabiegi wydawców, redaktorów, dziennikarzy o skupienie jego uwagi i przywiązanie do tytułu (M. Worsowicz, 2001).

W telewizji *infotainment* dotyczy głównie wypowiedzi informacyjnych, typu: serwis informacyjny i wiadomości/news/notatka, sprawozdanie czy sylwetka. Neil Postman, pisząc o rozrywce jako nadideologii współczesnego dyskursu medialnego, wymienia następujące przejawy rozrywkowości serwisów informacyjnych:

- dobry wygląd i miły sposób bycia prezenterów (zazwyczaj są to gwiazdy mediów), którzy czarują urodą i wdziękiem; jeśli serwis prowadzi para – ich sympatyczne wzajemne przekomarzanie się,
- podkład muzyczny, który otwiera i zamyka widowiska informacyjne,
- żywy materiał filmowy,
- upodobnienie struktury wiadomości do struktury przekazu reklamowego – atrakcyjne opakowanie, które ma przyciągnąć i zatrzymać uwagę widza, zapewniając mu przyjemność oglądania (N. Postman, 2002, s. 131).

Wymienione przez Janinę Fras przejawy inforozrywki w telewizyjnych programach informacyjnych są bliskie tym opisanym przez Monikę Worsowicz w odniesieniu do prasy:

- określony dobór treści wypowiedzi – przewaga informacji niepoważnych, błahych, nadmiernie/niepotrzebnie spersonalizowanych, plotkarskich, skandalizujących, ekscytujących,
- przyjmowanie perspektywy tzw. zwykłego człowieka w przekazywaniu wiadomości poważnych,
- dobór systemów znakowych i formy wypowiedzi w telewizyjnych serwisach informacyjnych – oprawa (bloki reklamowe; plansza początkowa dynamiczna i „wirtualna”, także motyw muzyczny), wystrój i kolorystyka studia,
- dobór dziennikarzy i ich zachowań (dobry wygląd, skrócenie dystansu wobec publiczności),
- przewaga i atrakcyjność zawartości ikonicznej serwisów, korzystanie ze środków typowych dla wideoklipów (dynamiczny montaż, podporządkowanie akcji motywowi muzycznemu),
- potoczna, emocjonalna narracja, także leksyka i gramatyka (J. Fras, 2013, s. 10).

Medioznawcy (W. Godzic, D. McQuail, P. Winterhoff-Spurk) zwracają uwagę, że w mediach dominują przede wszystkim doniesienia o nieszczęściach, tragediach ludzkich, wojnach, kataklizmach, katastrofach, przestępstwach. Przemoc jest coraz bardziej preferowanym rodzajem informacji i zajmuje eksponowane miejsce w wiadomościach. Nawet najbardziej drastyczne relacje (np. z egzekucji czy zamachów terrorystycznych) włącza się w dyskurs rozrywkowego widowiska, w związku z czym przekaz zostaje pozbawiony swej pierwotnej semantyki (Godzic 2005, s. 90). W komercyjnych stacjach radiowych serwisy informacyjne są czytane na tle podkładu muzycznego. W telewizyjnych relacjach z miejsca katastrofy używa się często środków typowych dla fabularnego

filmu akcji – ekscentryczne pozycje i ruchy kamer, dynamiczny montaż, instrumentalne traktowanie wypowiedzi ratowników, świadków, ofiar. Czuć atmosferę spektaklu, teatru ulicznego, skonstruowanego ku przyciągnięciu uwagi widza.

Według autorów *Wieku propagandy* do oglądania wiadomości w telewizji skłania ludzi właśnie potrzeba rozrywki i zabawy. Potrzeba informacji jest drugorzędna. Wysoką oglądalność i zyski zapewniają lekkie, niewymagające nadmiernego wysiłku treści, powinny one ponadto być ekscytujące, angażować widza emocjonalnie, a przede wszystkim bawić:

Media nie przedstawiają wyważonego i pełnego obrazu tego, co dzieje się na świecie nie dlatego, że ludzie kierujący mediami informacyjnymi są źli i próbują nami manipulować, ale po prostu dlatego, że próbują dostarczyć nam rozrywki. Próbując nas rozerwać, dopuszczają się jednak nadmiernych uproszczeń, a tym samym nieświadomie wpływają na nasze poglądy o świecie, w którym żyjemy.

W rezultacie powstają wiadomości w postaci krótkich wywiadów i migawek filmowych. Najatrakcyjniejsze są historie, pozwalające się łatwo udratyzować i zwizualizować (A. Pratkanis, E. Aronson, 2003, s. 238–243).

Wiesław Godzic za Johnem Fiskem nazywa wiadomości „męską operą mydlaną”, o czym powinna świadczyć fikcyjna natura obu gatunków – jako że newsy, o czym była mowa wyżej, nie przekazują pełnego obrazu świata. Uruchamiają u widza wiele mechanizmów związanych z odbiorem tekstów fikcjonalnych. Podobnie jak w komediach sytuacyjnych i serialach, w wiadomościach nie dochodzi nigdy do rozwiązania sytuacji podstawowej, gdyż w gatunkach tych ważniejszą rolę odgrywa postawienie zagadki. Łączy je ponadto brak zakończenia, wielość wątków i postaci, częste powtórzenia. Męski charakter newsów miałby natomiast, według Fiskego, polegać na tym, że zapewniają one kontrolę i dominację, a nie rozłam i ucieczkę typowe dla gatunków kobiecych (Godzic, 2002, s. 91). Pamiętać należy jednak, że prezentowane tezy zostały opublikowane w 1987 roku i domagają się weryfikacji opartych na nowszych badaniach medioznawczych.

Za przejaw inforozrywki można też uznać pokazywanie polityki i polityków od strony skandalu i konfliktu. Atrakcyjniejsze od debaty o istocie demokracji i przywództwa stają się seksualne wybryki kandydatów na urzędy polityczne, wyniki sondaży opinii publicznej, szczegóły między- i wewnątrzpartyjnych utarczek. Do podobnych wniosków dochodzi Denis McQuail, pisząc o zjawisku medializacji, czyli kolonizacji jednej domeny społecznej (polityki) przez drugą (media), przez co rozumie adaptację polityków do obowiązujących w mediach kryteriów sukcesu. Politycy poddają się logice mediów, teatralizując własny wizerunek. Dla mediów mniejsze znaczenie ma program partii i poglądy poszczególnych polityków na daną kwestię. Atrakcyjniejsza jest natomiast dyskusja prowadzona w formie ostrego sporu, dlatego do studia zapraszani są zazwyczaj politycy reprezentujący skrajne poglądy (D. McQuail, 2007, s. 515).

Interpretacja

„Teleexpress Extra” – nadawany w TVP Info od 2 marca 2014 roku program informacyjny, stanowiący uzupełnienie głównego wydania „Teleexpressu” w TVP1, emitowanego początkowo o 17.15, obecnie od 1992 roku o 17.00, programu informacyjnego, który pojawił się w telewizji polskiej 26 czerwca 1986 roku. Pierwsze wydanie prowadził Wojciech Mazurkiewicz. Program uruchomił Józef Węgrzyn, szef Warszawskiego Ośrodka Telewizyjnego. Tytuł programu wymyślił ówczesny dyrektor generalny Telewizji Polskiej – Aleksander Perczyński.

Formuła nowego programu informacyjnego okazała się rewolucyjna w czasach, kiedy w Polsce istniały jedynie państwowe, podlegające kontroli media, a w telewizji można było oglądać tylko dwa kanały. „Teleexpress” od początku został pomyślany jako program informacyjny o formule odbiegającej od znienawidzonego „Dziennika Telewizyjnego”, kojarzącego się z reżimową propagandą. Nowy program miał być dynamiczny, adresowany głównie do młodej widowni, młodzieży, studentów. Prezenterzy czytali wiadomości na stojąco (w przeciwieństwie do unieruchomionych za biurkiem z obowiązkowym telefonem prezenterów dziennika wieczornego). Dodawali od siebie błyskotliwe komentarze i puenty, często się zmieniali podczas programu. W skład zespołu wchodził między innymi: Wojciech Reszczyński, Jolanta Fajkowska, Bożena Targosz, Magdalena Mikołajczak-Olszewska, Marek Sierocki, Zbigniew Krajewski, Jacek Wroński. Byli to młodzi, debiutujący w telewizji dziennikarze, ubrani swobodnie, w młodzieżowym stylu, w przeciwieństwie do prezenterów i prezenterek „Dziennika Telewizyjnego”, w tradycyjnych garniturach i garsonkach. Do 1992 roku program odtwarzano jednak z taśmy, a tylko ostatnie wejście prowadzącego było „na żywo”. W „Teleexpressie” materiał informacyjny ilustrowano atrakcyjnym materiałem filmowym. Oprócz serwisu poważnych doniesień z kraju i ze świata w programie przedstawiano wiadomości z obszaru kultury, nauki i rozrywki, okraszone dużą dawką humoru.

Rewolucyjnym rozwiązaniem było wprowadzenie do programu informacyjnego „Telehitu”, czyli prezentacji nowości muzycznych i emisja fragmentu wideoklipu. Program ruszył w sezonie wakacyjnym, tak zwanym ogórkowym, w którym to zazwyczaj nadawcy serwisów informacyjnych szukają luźnych, błahych doniesień. Tego typu informacje pojawiały się też w „Teleexpressie”, ale nie na zasadzie szukania sensacji, miały raczej charakter satyrycznego komentarza do ówczesnej rzeczywistości, z przymrużeniem oka prezentując rozmaite absurdy. Stałym fragmentem programu była rubryka zwana „Złotą Czcionką Teleexpressu”, czyli niezbyt pochlebna nagroda za różnego rodzaju „wpadki” w działalności instytucji publicznych oraz osób prywatnych, a często – za nadsyłane przez widzów różnego rodzaju przejęzyczenia – zwłaszcza z pism urzędowych, ogłoszeń, prasy lokalnej. Obecnie tę część programu zastąpiono pokazywaniem zdjęć nadsyłanych za pośrednictwem internetu.

Od 2005 roku w programie przyznawane są miejsca w łóżu „Galerii ludzi pozytywnie zakręconych” osobom z różnego rodzaju pasjami, które „Teleexpress” przedstawia w krótkich materiałach. Pojawiają się również stałe cykle: „Teleexpressowy przedział literacki”, „Młodzi polscy artyści”, „Alfabet muzyczny”. W sobotę prezentowane

są informacje o listach przebojów w Polsce i za granicą, dawniej w ten dzień stałym punktem programu była „Muzyczna kartka z kalendarza” (rocznice urodzin lub śmierci artystów).

W „Teleexpressie” można rozpoznać cechy typowe dla *infotainment* – prezenterzy zachowują się w sposób familiarny, nie ograniczają się do odczytania tekstu informacji, ale dodają od siebie jakiś komentarz czy zabawną puentę, zwracają się bezpośrednio do widzów, rozmawiają ze sobą. Program obficie wypełniają zabawne materiały z różnych zakątków Polski, co odróżnia go od innych programów informacyjnych, zajmujących się poważniejszymi tematami. Program jest dynamicznie montowany, ma atrakcyjną czołówkę, materiałom filmowym towarzyszy podkład muzyczny. Oczywiście, kiedy na polskim rynku pojawiły się komercyjne stacje telewizyjne z serwisami korzystającymi z zachodnich wzorców, „Teleexpress” stracił swą pozycję. Pozostaje jednak najstarszym ogólnopolskim programem informacyjnym. Nie jest już programem oglądanym najchętniej przez młodą widownię i można powiedzieć, że nieco się ustatkował. Wciąż ma jednak pozycję lidera i wielokrotnie pobił rekordy oglądalności, co zawdzięcza zapewne stałej widowni i popularnym, niezmiennym się od lat prezenterom, głównie Maciejowi Orłowskiemu, który miał najdłuższy staż (zakończył współpracę z TVP 31.08.2016 r.).

Jak zauważył Wiesław Godzic:

„Teleexpress” prowadzi widza w tradycyjny sposób po chaosie widzialnych fragmentów obrazów świata (...). Widać troskę o to (którą, niestety, także widz odczuwa), aby sekwencja rozwijała się w klasycznym porządku równowagi rzeczy dobrych i złych (W. Godzic, 2002, s. 95).

Za najlepszy, jeśli chodzi o atrakcyjność, a zatem i przykład *infotainmentu*, polski program informacyjny uznaje badacz „Fakty” TVN. Świadczą o tym: perfekcyjny, zaczerpnięty z CNN, najazd kamery na prowadzącego, żywy, zabawny i sensacyjny charakter programu również w warstwie słownej, kolokwialny, swobodny styl. Prezenter „Faktów” staje się tym samym wodzirejem informacyjnego show: ironizuje, zabawnie polemizuje z opiniami reporterów, ucina sobie pogawędki z widzami (W. Godzic, 2002, s. 96). Opinię Godzica należy jednak uzupełnić, ponieważ w podobnym stylu prowadził swój program Orłoś. Stał się wręcz twarzą „Teleexpressu”, pozostawiając w cieniu prezenterki – Beatę Chmielewską-Olech i Danutę Dobrzyńską.

Znacznie luźniejszą formułę nadano „Teleexpressowi Extra”. Nie jest to program informacyjny, nie zawiera serwisu wiadomości z kraju i ze świata, niemniej jednak odnosi się do najważniejszych doniesień ze świata polityki czy ekonomii, rozwijając lub uzupełniając niektóre, pojawiające w głównym wydaniu „Teleexpressu”, wątki. W weekendowych wydaniach „Teleexpressu Extra” następuje podsumowanie najważniejszych wydarzeń tygodnia i wybór słowa tygodnia, odnoszącego się do najgorętszych zdarzeń. Piętnastominutowy program wypełniają głównie ciekawostki, które w innych programach informacyjnych określa się jako „michałki”, czyli pojawiające się pod koniec serwisu doniesienia dotyczące błahych, często zabawnych zdarzeń, wpadek, absurdów. W „Teleexpressie Extra” znalazło się jednak miejsce na prezentację lokalnych społecznych inicjatyw, imprez, spotkań. Stałym

punktem programu jest sonda uliczna – początkujące dziennikarki chodzą z mikrofonem po centrum Warszawy, nakłaniając przechodniów do zwierzeń, popisów wokalnych czy gimnastycznych. Temat sondy jest zwykle związany z jedną z prezentowanych w serwisie informacji. Innym elementem programu, świadczącym o jego luźniejszej, w porównaniu z typowym programem informacyjnym, formule, jest prognoza pogody pokazująca na mapie mniejsze miejscowości o zabawnych nazwach dobranych zazwyczaj według określonego klucza. „Teleexpress Extra” zamyka obszerniejsza wersja „Telehitu”.

Warto jeszcze wrócić do też o męskim charakterze wiadomości telewizyjnych. Godzic zaobserwował, że gdy w „Teleexpressie” prowadzącym dziennikarzem jest kobieta, po jej wypowiedziach prezentujących wiadomości emitowany jest materiał zdjęciowy, komentowany przez męskiego lektora: kobieta mówi ogólnie, mężczyzna zaś szczegółowo. Badacz początkowo stawia tezę, że w polskiej telewizji w wiadomościach kobieta występuje jako ozdoba i wizualna przynęta, a dysponentem poważnych informacji jest mężczyzna. „Informacje” Polsatu jednak podważyły tę tezę – okazało się bowiem, że role kobiece i męskie występują tam zamiennie. Niemniej jednak analizy domagają się, by dostrzegać takie zjawiska, jak hierarchia ról prezenterów, zakres ich władzy, płciowość prezenterów w relacji do społecznego paradygmatu ról wyznaczanych kobietom i mężczyznom (W. Godzic 2002, s. 96–97). Pod tym względem „Teleexpress” wydaje się programem tradycyjnym i konserwatywnym. Prezenterki i prezenterzy co prawda wymieniają się w różnych dniach tygodnia, ale lektorem czytającym komentarz do materiałów filmowych nadal pozostaje mężczyzna. To kobietom (dodajmy: młodym i atrakcyjnym) powierzono także mniej poważną rubrykę, jaką jest uliczna sonda w „Teleexpressie Extra”. Jeśli chodzi o prezentowanie muzyki popularnej, niezmiennie od lat funkcję tę pełni mężczyzna – Marek Sierocki. Warto by się także przyjrzeć treściowej zawartości materiałów prezentowanych w obu programach – na ile dotyczą one spraw ważnych i interesujących dla kobiet. Pod tym względem, podobnie jak wiele innych programów telewizyjnych, „Teleexpress” i „Teleexpress Extra” nie odbiegają od standardów prasy kolorowej, wyznaczających kobietom wąski krąg zainteresowań, związany z modą, urodą, rodziną, domem.

Bibliografia

Teoria

Allan S.: *Kultura newsów*, przeł. A. Sokołowska, Kraków 2004.

Drożdż M.: *Tabloidyczna „produkcja” sensu i wartości*, „Oblicza Komunikacji” 2010, nr 3.

Fiske J.: *Television culture*, London–New York 1994.

Fras J.: *O pojmowaniu infotainmentu i nadmiernej rozrywkowości mediów masowych we współczesnym medioznawstwie*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 1.

Godzic W.: *Wiadomości telewizyjne jako mydlana opera dla mężczyzn*, w: tegoż, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002.

Hajduk-Nijkowska J.: *Kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych*, „Oblicza Komunikacji” 2010, nr 3.

- McQuail D.: *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Ossowski S.: *Tabloidyzacja audycji informacyjnych – przyczynek do badań*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2013, nr 1.
- Pisarek W. (red.): *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
- Postman N.: *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002.
- Pratkanis A., Aronson E.: *Wiek propagandy*, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Warszawa 2003.
- Winterhoff-Spurk P.: *Psychologia mediów*, przeł. P. Włodyga, Kraków 2007.
- Worsowicz M.: *Inforozrywka w prasie*, w: I. Borkowski, A. Woźny (red.), *Nowe media – nowe w mediach*, Wrocław 2001.

Media

„Teleexpress”, TVP, 1986–2017.

„Teleexpress Extra”, TVPInfo, 2014–2017.

Konstruktywizm (w badaniu mediów)

Bogdan Balicki

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *informacja, media społecznościowe, postprawda*

Definicje

Media tworzą rzeczywistość. Ten komunał, bliski szczególnie najnowszym koncepcjom medialnym, czerpie swoją retoryczną siłę z kontrowersji, którą wzbudza w ramach dyskusji o prawdziwości przekazu medialnego. W zależności od przyjmowanego stanowiska etycznego i poznawczego, przypisanie konstrukcyjnej mocy mediom, zwłaszcza tak zwanym nowym mediom, wywołuje zachwyt albo obawy, ponieważ różnica między kłamstwem a kreacją jest społecznie istotna. Niezależnie od tego, jak dużą popularnością cieszy się ów komunał i jaką rolę spełnia w ramach refleksji naukowej i publicystycznej, łączy się bardzo luźno z konstruktywizmem w teorii mediów.

Konstruktywistyczne rozumienie mediów (a także – środowiska medialnego) związane jest w sposób szczególny z pewną odmianą czy też szkołą określaną mianem radykalnego konstruktywizmu, ten zaś wywodzi się z dwudziestowiecznej koncepcji epistemologicznej opartej na koncepcji samoorganizacji (H.R. Maturana, E. von Glasersfeld, H. von Foerster, S.J. Schmidt). Media, jako elementy środowiska medialnego, są w nurcie konstruktywistycznym istotną instancją, definiującą człowieka jako jednostkę działającą społecznie.

Punktem wyjściowym tej koncepcji jest założenie (oparte na ewidencjach nauk biologicznych) o pierwotnej autonomii i zamknięciu umysłu, będącego wytworem materialnej sieci neuronowej. Człowiek, jako jednostka biologiczna, wyposażony jest w system nerwowy, który bezpośrednio wchodzi w reakcję jedynie z własnymi stanami wzbudzenia. Środowisko, w tym środowisko społeczne, istnieje dla nas tylko o tyle, o ile wynika to z konieczności spełnienia warunków jego przetrwania. Z twierdzenia o informacyjnym zamknięciu systemu nerwowego wynika jeden z podstawowych problemów poznawczych, mianowicie problem obserwacji i obserwatora. Obserwacja, jako element strategii przetrwania, jest funkcją procesu, który zachodzi w konkretnych empirycznych warunkach działania umysłu jako systemu poznawczego operującego w otoczeniu. Obserwacja pierwszego stopnia to konstruowanie obiektów, ich relacji, właściwości, relacji między nimi itd. Kiedy obserwacja sama staje się obiektem obserwacji, kiedy pytamy na przykład „jak dany obiekt jest w obserwacji konstruowany”, mówimy

o obserwacji drugiego stopnia, ta zaś w praktyce społecznej związana jest ściśle z komunikacją między autonomicznymi systemami.

Naiwny realizm, który rządzi codzienną praktyką życia, podsuwa bardzo proste rozumienie komunikacji jako wymiany informacji. Takie zdroworozsądkowe podejście wynika z potrzeby obserwacji pierwszego stopnia, dla której operatywna fikcja komunikacji jako kanału jest poręczna. Tymczasem w perspektywie obserwacji drugiego stopnia nie może być mowy o żadnej informacji, która podlegałaby wymianie między komunikującymi systemami, z tej przyczyny, że systemy te operują w sposób zamknięty i autonomiczny. Informacja jest wytwarzana wewnątrz systemu, nigdy nie wychodzi na zewnątrz, choćby z tego powodu, że jest ona – empirycznie rzecz ujmując – szczególnym stanem wzbudzenia systemu nerwowego, na zewnątrz zaś istnieją jedynie fale dźwiękowe, fale akustyczne lub inne bodźce chemiczne czy fizyczne.

Komunikację nazwać można w ramach obserwacji konstruktywistycznych skoordynowaną interakcję, w której systemy oddziałują na siebie za pomocą bodźców interpretowanych w odrębnych systemach w sposób refleksywny. Refleksywność rozumieć należy jako przypisanie znaczenia poszczególnym bodźcom w oczekiwaniu na wystąpienie kolejnych. Obserwator A obserwuje obserwatora B, przyjmując, że obserwator B zareaguje na bodziec obserwatora podobnie, jak A zareagowałby w jego sytuacji. Ta bazowa współ-obszernia obserwacja w interakcji jest podstawą coraz bardziej złożonych form komunikacyjnych – od prostych zachowań interakcyjnych, przez tworzenie języka naturalnego, aż po nadbudowanie nad nim złożonych instytucji życia społecznego.

Wraz z ewolucyjnie uzasadnionym rozwojem obszaru interakcji, narasta skomplikowanie reguł wytwarzania informacji w ramach autonomicznych systemów i jednocześnie pojawia się zapotrzebowanie na intersubiektywne reguły tworzenia informacji w ramach autonomicznych systemów poznawczych. Innymi słowy, rosnąca potrzeba komunikowania wymusza na wspólnotach komunikujących wytworzenie medium, a więc instancji, która jest na tyle plastyczna, by pozwalała produkować dowolne potrzebne bodźce w celu prowadzenia interakcji. Jednocześnie medium musi mieć określony zakres autonomii, co jest konieczne ze względu na niezbędny walor intersubiektywności – używając medium, system komunikujący stosuje jego reguły w celu wytworzenia oferty medialnej (mniej lub bardziej złożonego bodźca, który może być w ramach reguł interpretowany na potrzeby innego systemu). Same reguły zaś muszą pozostać nienaruszone – nie można zmienić zasad gry podczas jej trwania. Ta interakcyjna konieczność – nazwijmy ją przymusem środowiska medialnego – ma poważne konsekwencje dla nas, jako systemów operujących społecznie.

Wytworzenie niezależnego od systemu poznawczego medium – a historycznie rzecz ujmując, medium pierwotnym jest dla nas język naturalny – pociąga za sobą przemiany w ramach struktury wewnętrznej systemów, pozostających pod wpływem medium. Autonomiczne systemy w ramach interakcji medialnej upodabniają się do siebie strukturalnie tak, by medialny system wzajemnej obserwacji działał jak najlepiej. Ten proces, choć wydaje się bardzo abstrakcyjny, ma dwie bardzo ważne właściwości dla rozumienia znanych nam z życia codziennego

procesów komunikacyjnych. Po pierwsze – odsłania się w nim mechanizm sprzężenia zwrotnego – interakcja, oparta na skonwencjonalizowanych interpretacjach obserwacji, tworzy wirtualne (z fizycznego punktu widzenia) medium, to zaś raz wytworzone i trwale podtrzymywane, staje się platformą kooperacji i zarazem narzędziem socjalizacji. Socjalizacja do medium, a więc upodabnianie struktur systemów poznawczych, zwrótnie utwierdza stabilność medium. Po drugie – takie ontologiczne usytuowanie medium, jako potencjalności interakcji systemów zamkniętych, wskazuje na to, że pierwotną naturą medium nie jest jego materialne zaczepienie w postaci nośnika (dźwięku, tekstu, przekazu audiowizualnego lub multimedialnego), lecz właśnie konwencja wspierająca kooperację w ramach interakcji społecznej.

Wytworzenie się niezależnego obszaru interakcji organizowanego w postaci medium daje także początek innym ważnym, z punktu widzenia cywilizacji, fenomenom. Postrzeganie Innego, a więc hipotetycznie podobnego podmiotu społecznej interakcji medialnej, zakłada jednocześnie postrzeganie Siebie. Ja i Inny stają się możliwi za sprawą podstawowego dla wszelkiej organizacji rozróżnienia. Zatem medium, przede wszystkim pierwotne medium języka, umożliwia rozwój i kształtowanie tożsamości człowieka żyjącego społecznie, daje podwaliny pod elementarne struktury społeczne, koduje wartości i je utrwała – już to w postaci zrutynizowanych działań narracyjnych właściwych dla kultury oralnej, już to w postaci złożonych ofert medialnych (teksty pisane), charakterystycznych dla społeczeństw ukształtowanych przez medium pisma. Medialność jako taka staje się zaczątkiem rozwoju społecznego i ważnym czynnikiem wzrostu skomplikowania relacji społecznych. Ponieważ procesy samorzutne nie są celowościowe, skomplikowanie pierwotnego środowiska medialnego i związanych z nim interakcji komunikacyjnych może być teoretycznie nieograniczone, a poruszanie się w takim polu jest bardzo trudne lub wręcz niemożliwe – każdy wybór oznacza ryzyko niepowodzenia, pociąga konieczność obserwacji analizy i pochłania cenne zasoby. Dla utrzymania stabilności komunikacji konieczna jest zatem redukcja jej skomplikowania. „Reduktorem” społecznej interakcji jest kultura, jako spetryfikowanie, usztywnianie nieograniczonej potencji rozróżniania i nazywania. Media masowe, jako efekt długiej ewolucji środowiska medialnego – począwszy od kultury oralnej, poprzez kulturę pisma, druku, przekazu audiowizualnego i wreszcie internetu – są dziś jednym z najistotniejszych kulturowych regulatorów szeroko rozumianej komunikacji i wielorakich rzeczywistości społecznych. Zważywszy na liczbę czynników, które kształtują współczesne media (ekonomicznych, politycznych, technicznych i innych), również w ich przypadku możemy dopatrywać się mechanizmów autoregulacyjnych, a więc samorzutnych stabilności organizujących ich funkcjonowanie.

Konstruktywizm, oprócz zarysowanej wyżej ontologii komunikacji (lub ontologii komunikacjonistycznej), stanowi w nauce o mediach także ważne zaplecze konceptualne – poszerzając paletę możliwych modeli eksplanacyjnych, umożliwia rewizję klasycznych i zdroworozsądkowych koncepcji.

Głównym wkładem do zaplecza heurystycznego teorii mediów jest myślenie systemowe, które charakteryzuje perspektywa holistyczna – zamiast poszukiwania prostych relacji przyczynowo-skutkowych, zwraca się uwa-

gę na elementy, relacje i wielkości emergentne, a więc fenomeny wylaniające się z dynamicznej organizacji systemowej, ale niesprowadzalne do jej składników. Analiza zjawisk systemowych, w miejsce tradycyjnych rozważań teleologicznych, oznacza także poszukiwanie granicy systemu, jego sąsiedztwa, a więc relacji system/środowisko, a także systemowych wartości własnych (niem. *Eigengesetzlichkeit*), czyli reguł powstałych jako systemowe meta-observacje i służących regulacji działania systemu. Podstawowe pojęcia i koncepcje w ramach teorii systemów to między innymi różnica system/środowisko, refleksywność, granica systemu, kontyngencja, sprzężenie zwrotne, struktura i dryf strukturalny, samoorganizacja (zob. F.B. Simon, 2014).

W ramach konstruktywistycznego kierunku myślenia, obok wspomnianej wyżej holistycznej perspektywy systemowej, uwzględnia się szczególnie jeszcze aspekt tak zwanego odbioru, niezależnie od tego czy dotyczy on komunikacji interpersonalnej, literatury, czy mediów. Zgodnie z konstruktywistyczną ontologią komunikacji, rzeczywistość przeżywana jest konstruowana przez poszczególne systemy poznawcze w ramach autonomii systemowej, co oznacza, że tradycyjne koncepcje odbioru, oparte na modelu bodziec–reakcja, nie znajdują zastosowania. Określenie reakcji, jaką wywoła dane zdarzenie komunikacyjne (w tym zdarzenie medialne), może być poczynione tylko na podstawie określenia specyfiki poznawczego wyposażenia odbiorców, a więc ich kompetencji komunikacyjnych, interesów w ramach społecznych interakcji, intencji odbiorczych, stopnia socjalizacji w wyspecjalizowanych grupach odbiorców.

W szerokim planie konstruktywistycznym wyróżnić można dwa zasadnicze podejścia do zagadnienia mediów we współczesnym społeczeństwie i choć oba wykorzystują perspektywę systemową, różnią się między sobą w zakresie i formie obserwacji. Owe dwie szkoły określić można jako filozoficzną i empiryczną. Różnice między nimi wynikają z odmiennego rozumienia komunikacji.

Niklas Luhmann (1927–1998), tu jako reprezentant szkoły filozoficznej, ujmował komunikację jako niezależną od aktorów właściwą tkankę systemów społecznych. Człowiek – jako aktor podejmujący działania – jest jedynie środowiskiem dla systemów komunikacji, których struktury emergują co prawda z owych działań, są jednak wobec nich całkowicie autonomiczne. Ta odmiana konstruktywizmu pozwala na obserwacje w dużej skali, z relatywnie łatwym włączaniem obserwacji historycznych i odniesieniem do działania innych subsystemów społecznych (np. gospodarki, ekonomii, religii, polityki) (zob. N. Luhmann, 2009).

Przedstawiciele nurtu empirycznego (S.J. Schmidt, K. Merten, S. Weischenberg) skłania się natomiast ku obserwacji za pomocą wyżej wymienionego modelu w mniejszej skali i przy założeniu, że działania jednostki również wchodzą w skład działania systemów społecznych. Z tej perspektywy łatwiej obserwować na przykład obszar dziennikarstwa, jako obszar działania jednostek i grup społecznych w społecznym systemie mediów. Między obiema perspektywami nie ma ścisłej granicy, lecz raczej krążenie idei i uzupełnianie perspektyw (zob. K. Merten, S.J. Schmidt, S. Weischenberg, 1994).

Do kanonu konstruktywistyczno-systemowych twierdzeń o systemie mediów jako społecznym obszarze komunikacji masowej, należą między innymi:

- komunikacja masowa zakłada, że odbiorca wytwarza przeświadczenie, że inni odbiorcy wytwarzają takie samo lub podobne przeświadczenie,
- media masowe wchodzi w interakcję z innymi subsystemami społecznymi (gospodarki, nauki, sztuki, edukacji itd.) za sprawą swoich struktur tematycznych (tylko media masowe mogą obserwować wszystkie inne systemy),
- media masowe konstruuje informacje według kryterium aktualności (informacji – patrz niżej),
- media masowe dzięki ofertom informacyjnym tworzą zapotrzebowanie na dalsze oferty informacyjne,
- media masowe mają funkcję kierowania uwagi,
- samoobserwacja społeczeństwa możliwa jest za sprawą mediów masowych,
- media uczestniczą w tworzeniu rzeczywistości.

W węższej perspektywie do obserwacji empirycznych konstruktywizm tworzy czasem własne koncepcje, a czasem przeformułowuje koncepcje tradycyjne – znajdziemy wśród nich między innymi koncepcję aktualności oraz *gatekeeping*. Obie odnoszą się i wywodzą z obszaru badań nad dziennikarstwem jako producentem ofert informacyjnych (same informacje wytwarzane są tylko przez poszczególnych uczestników systemów społecznych).

Aktualność (niem. *Aktualität*) określa się jako wielkość trójwymiarową, złożoną z wymiaru czasowego (odstęp między wydarzeniem i relacją), rzeczowego (nowość, nieoczekiwanie) i społecznego (istotność dla odbiorcy). Organizacja rzeczywistości medialnej za pomocą aktualności ma konsekwencje dla ich działania – wskazuje między innymi na współzależność czynników, które zdroworozsądkowo zwykło się postrzegać jako wielkości niezależne. Ważność przekazu medialnego może być uzasadniona tylko razem z jego (propozycyjną) zawartością informacyjną i pozostaje pod wpływem czynnika czasowego. Ten ostatni realizowany jest za pomocą częstotliwości występowania danego medium, która w przypadku mediów masowych staje się szczególnie widoczna, gdy czas wydarzenia i relacji z wydarzenia właściwie się zlewają. Czasowy wymiar aktualności tłumaczy także przewagę, którą nad tradycyjną prasą drukowaną zyskują media audiowizualne i internetowe, ponieważ ich możliwości techniczne dają im w tym względzie znaczącą przewagę.

O tym, że treść komunikatu jest ściśle związana z aktualnością, przekonuje występowanie relacji na żywo oraz pojawienie się fenomenu *live show*, którego wymiar społeczny bierze się już nie z treści oferty informacyjnej (jak w tradycyjnym przekazie „na żywo”, np. w sprawie katastrofy lotniczej), lecz z organizowania przez koncern medialny wydarzenia (jak konkurs talentów), który następnie staje się transmitowanym w trybie *live* wydarzeniem medialnym. Tak zwana oglądalność tego typu pseudowydarzeń wskazuje na ogromne znaczenie aktualności jako czynnika kształtującego media (zob. S. Weischenberg, H. Kleinstrauber, B. Pörksen, 2005, hasło *Aktualität*).

Aktualność pseudow wydarzeń jest też elementem łączącym dziennikarstwo i media z obszarem *public relations* i polityki, a zabieganie o koncentrację uwagi odbiorców staje się elementem realizacji założeń przedsiębiorstw lub grup społecznych i ich politycznej reprezentacji. Potencjalny wzrost kapitału symbolicznego, który oferuje czynnik aktualności, w przypadku społeczeństw medialnych ma ogromny wpływ na kształtowanie się roli i form życia publicznego i to zarówno w ustrojach demokratycznych, jak i niedemokratycznych.

Wreszcie aktualność jest jednym z czynników kształtujących kryteria wyboru informacji, co odsyła z kolei do wspomnianego wyżej *gatekeepingu*. Model „stróża bramy”, jako sposób opisania i analizy pracy redakcji, należy do jednych z najstarszych w historii badań mediów. W interpretacji konstruktywistycznej odchodzi się jednak od pierwotnej dla tego modelu metafory komunikacji hydraulicznej (kanał, gdzie płynie informacja) i zwraca się uwagę na złożoności i wieloaspektowość czynników kształtujących selekcję materiału przeznaczonego do publikacji. W pierwszych badaniach dotyczących selekcji materiału przez wyspecjalizowaną osobę z redakcji podkreślano, oprócz czynnika obiektywnej ważności wydarzenia, przede wszystkim rolę osobistych preferencji dziennikarskich. Optyka ta pozostawała pod wpływem etyki zawodu dziennikarskiego i trwałego wyobrażenia o predyspozycjach dziennikarskich (m.in. osobowości, umiejętności, poczucia misji). Wprowadzenie do badań perspektywy systemowej i rezygnacja z modelu bodziec–reakcja sprawiły, że model „stróża bramy” wskazuje dziś na wieloskładnikowość decyzji o produkcji ofert informacyjnych. Innymi słowy funkcję „strażnika bramy” (ang. *Mr. Gates*) obserwuje się obecnie z uwzględnieniem jego środowiskowej otuliny – wpływu zespołu redakcyjnego, polityki redakcyjnej, społecznego nastroju, stanu emocjonalnego, właściwego dla danej redakcji rozumienia aktualności. Tak rozumiana funkcja selekcji materiału przeznaczonego do publikacji emerguje z wielości czynników, które tworzą i stabilizują rzeczywistość pracy redakcyjnej i nie są sprowadzalne do oczekiwanej lub podejrzewanej manipulacji (można postawić hipotezę, że domniemanie manipulacji medialnych jest silnym oddziaływaniem myślenia przyczynowo-skutkowego w ocenie pracy redakcji). Należy także uwzględnić właściwy dla danej kultury lub społeczeństwa model tworzenia małych grup społecznych i sposobu funkcjonowania jednostek w grupie, co z kolei wiąże się na przykład z czynnikiem zaufania społecznego i formą zaangażowania politycznego jego członków. Redakcja jako kolektyw twórczy nie jest więc odseparowana od społecznych struktur, z których się wyłania, ale jest z nimi związana tak, jak każdy umysł ludzki związany jest z neurobiologiczną bazą jego emergencji (zob. S. Weischenberg, H. Kleinstrauber, B. Pörksen, 2005, hasła: *Gatekeeping* i *Nachrichtenselektion*).

Konstruktywizm w teorii mediów, oprócz swoistego podejścia do komunikacji i rzeczywistości medialnej, ma też pewne ograniczenia. Do głównych ograniczeń (i zalet zarazem) należy przywiązanie do szczególnego nurtu we współczesnej filozofii poznania. Znaturalizowana epistemologia radykalnego konstruktywizmu, oprócz odświeżonego modelu heurystycznego, przynosi bowiem także trudności związane z jego użyciem, ponieważ jej rozsądne zastosowanie wymaga od badacza znacznej biegłości w zagadnieniach związanych z tym nurtem, znajomości teoretycznych zawłości i ograniczeń. Dodatkową trudność stanowi to, że nurt ten, zważywszy na sta-

wianie w centrum obserwacji drugiego stopnia, nie pomnaża tradycyjnego repertuaru interpretacji treści ofert medialnych, właściwego dla nauki o mediach o proveniencji filologicznej i filozoficznej. Skrótowo rzecz ujmując, badacz-konstruktywista nie odpowiada na pytanie „co autor miał na myśli?”, lecz raczej w jaki sposób złożone mechanizmy medialne pozwalają na produkcję sensu i wchodzą w interakcję z innymi dziedzinami społecznego życia człowieka.

Interpretacja

Konstruktywistyczne dociekania o roli i funkcjonowaniu mediów, zwłaszcza w nurcie empirycznym, zdominowane są raczej badaniami opartymi na ustandaryzowanym modelu wytwarzania wiedzy, ze szczególnym wykorzystaniem badań ilościowych, dlatego prezentacja prostego zastosowania tej optyki do wybranego zjawiska obserwowanego w ramach „świata mediów” stwarza ryzyko nadinterpretacji. Tym niemniej próby takie warto podejmować w ramach stawiania hipotez, które należy jednak później poddać empirycznym testom. Przyjrzyjmy się zatem – za pomocą opisanej powyżej skrótowo optyki – pewnemu szczególnemu wydarzeniu medialnemu.

7 stycznia 2015 roku do redakcji paryskiego czasopisma satyrycznego „Charlie Hebdo” wdarło się dwóch obywateli Francji pochodzenia algierskiego, mordując 12 osób, w tym dziewięcioro dziennikarzy pracujących tam tego dnia. Potraktujmy to zjawisko jako wydarzenie na dwóch poziomach organizacji życia medialnego.

Pierwsza warstwa to doniesienie medialne o samym zdarzeniu. Tego rodzaju informacja pojawia się w środkach masowego przekazu jako wiadomość pierwszej wagi. Ranga wydarzenia uruchamiana jest przez porządek aktualności. Informacja wędruje za pośrednictwem najważniejszych światowych agencji informacyjnych, aktywizując ogólnoswiatową sieć bacznie obserwujących się redakcji. Tragiczne wydarzenie staje się automatycznie wydarzeniem o podniesionym kapitale symbolicznym i natychmiast zostaje skonsumowane przez świat polityki. Wkrótce po samym wydarzeniu (presja aktualności), media masowe zwracają swoją uwagę na wypowiedzi przywódców politycznych, którzy wywołują kolejną falę zainteresowania. Po wypowiedziach polityków o najwyższym znaczeniu (prezydenci, premierzy) przychodzi kolej na polityków niższej rangi, dziennikarzy politycznych oraz wszystkich, którzy w tej sprawie mogą zabrać głos. Wydarzenie to znajduje swoje odbicie w rzeczywistościach poszczególnych państw narodowych, gdzie dostaje się pomiędzy polityczne podziały i preferencje w świecie dziennikarskim. Redakcja „Charlie Hebdo” jest w powszechnej opinii związana z radykalną lewicową opcją polityczną, zatem dziennikarze i komentatorzy, pozostający w orbicie innych światopoglądów politycznych, otrzymują możliwość manifestowania własnej osobowości medialnej. Siła aktualności właśnie tego wydarzenia medialnego uruchamia automatycznie produkcję kolejnych ofert medialnych i podnosi aktualność innych tematów, jak choćby problem granicy wolności słowa. Na tym poziomie analizy badać można działanie i reaktywność poszczególnych rzeczywistości medialnych, język relacji, który zmienia się w zależności od medium, poziom analizy, tworzenie istotności.

Samo wydarzenie, czyli atak na redakcję, otwiera przy tym również pole do innego rodzaju obserwacji. „Charlie Hebdo” jest periodykiem satyrycznym, gatunkiem o długiej tradycji, sięgającej epoki ponapoleońskiej. Jednym z pierwszych było francuskie pismo „Charivari” ukazujące się od 1832 roku, kolejne to między innymi brytyjski „The Punch” czy monachijski „Fliegende Blätter” – oba wydawane od lat czterdziestych XIX wieku. Ich największa popularność przypada na drugą połowę XIX wieku – aż do około 200 tytułów w samej Francji. Do głównych tematów, goszczących na łamach pism satyrycznych, od początku należały tematy erotyczne i polityczne. O proporcjach i częstotliwości występowania treści z jednej lub drugiej grupy decydował kontekst kultury, z której wyrastały. Prasowa satyra brytyjska skupiała się na polityce, francuska nie stroniła od żartu z pogranicza obsceny.

Bez względu na różnice między poszczególnymi periodykami, ich pojawienie się i popularność w historii cywilizacji państw europejskich umieścić można w procesie kształtowania się społeczeństwa, w którym odchodzi się od feudalno-wspólnotowych form organizacji społecznej (silne wpływy religii, struktury niedemokratyczne, wpływy tradycyjnego typu kultury i niska rola jednostki) w kierunku struktur egalitarnych (malejący wpływy religii, dominacja struktur demokratycznych, ograniczenie wpływu tradycji i rosnąca rola jednostki). Jest to długofalowy proces, który przebiegał z różną prędkością, a w Europie najbardziej widoczny był w XVIII i XIX wieku. Rosnąca rola warstwy mieszczańskiej wymusiła pluralizację życia publicznego, a literatura i prasa stały się ważnym medium, katalizującym procesy emancypacyjne poszczególnych warstw społecznych. Czasopismo satyryczne, w którym dekontekstualizuje i karnawalizuje się tematy dotychczas zarezerwowane dla klasy wyższej (polityka, władza, religia), stanowi dobry probierz tego procesu. O ile w społeczności tradycyjnej, zorganizowanej na sposób wspólnotowy, podważenie na przykład aksjologii religijnej grozi zanegowaniem porządku politycznego, o tyle w społeczeństwach, w których rozpoczyna się proces dehierarchizacji, takiego zagrożenia już nie ma i możliwa staje się „wolność słowa” jako jeden z najważniejszych elementów wolności obywatelskich. W praktyce czytelniczej oznacza to pojawienie się konwencji właściwych dla określonych obszarów komunikacji społecznej – literacka konwencja satyry pozostaje aktualna w ramach komunikacji literackiej i – poszerzając pole dyskursu publicznego – nie narusza jednocześnie porządku religijnego czy państwowego. Współczesne społeczeństwa europejskie są efektem tego rozwoju, w ich ramach funkcjonują obok siebie polityka, religia, literatura, media, gospodarka (i inne), zachowując zarazem znaczne obszary swoich autonomii i pozostając ze sobą w interakcji.

Atak na redakcję „Charlie Hebdo” był reakcją na rysunki przedstawiające proroka Mahometa w konwencji satyrycznej. Znaczenie i treść komunikatu, jak wynika to z podejścia konstruktywistycznego, zawierają się nie w samej ofercie medialnej (rysunek satyryczny), lecz w działaniu odbiorców danej oferty i przypisaniu tejże znaczenia zgodnie z przyjmowanymi kryteriami. Zamachowcy byli reprezentantami społeczności zorganizowanej przez wyznawców radykalnego islamu, co oznacza, że byli współuczestnikami rzeczywistości zorganizowanej na wzór pierwotnej wspólnoty religijnej. W takiej wspólnocie postrzeganie rzeczywistości jest ściśle skorelowane

z homogeniczną wizją świata, w której porządek religijny decyduje o niemal każdym aspekcie życia jednostki, a jej osobiste preferencje i zainteresowania zostają, dzięki presji wspólnotowości, zredukowane do minimum. Przynależność do radykalnej wspólnoty religijnej wyklucza tym samym stosowanie konwencji literackich, które dla członka społeczeństwa nowoczesnego są oczywistym elementem edukacji i socjalizacji medialnej. Brak socjalizacji do konwencji literackiej oznacza działanie w ramach konwencji prawdziwościowej, w której każdy komunikat może mieć wartość prawdy lub fałszu. Konwencja prawdziwościowa zostaje wzmocniona przez światopogląd religijny, w którym również funkcjonować mogą oferty medialne (np. teksty religijne), lecz ich produkcja, opracowanie i odbiór są podporządkowane ścisłym regułom, powiązanim z rzeczywistością danej wspólnoty religijnej. Specyfika wielokulturowości społeczeństwa francuskiego sprawia, że te same oferty medialne są opracowywane w różnych rzeczywistościach społecznych, a przypisanie znaczenia poszczególnym ofertom może za sobą pociągać tak radykalne działania, jak zamach na życie.

Ta krótka analiza pomija siłą rzeczy złożony kontekst polityczny całego zdarzenia. Tragiczne zdarzenia w redakcji francuskiego czasopisma satyrycznego pokazują, w jak skomplikowanej sieci zależności znajduje się system komunikacji medialnej. Media – począwszy od książki, prasy, telewizji czy internetu – oprócz tego, że są napędzane dynamiką wewnętrzną, opartą między innymi na kształtowaniu konwencji odbiorczych czy aktualności przekazu medialnego jako systemowej wartości własnej, pozostają – również dziś – w zmiennych relacjach do innych rzeczywistości społecznych. Ich szczególna pozycja, to znaczy pozycja obserwatora społeczeństwa, sprawia, że kształtowanie kompetencji medialnych ma ścisły związek z przynależnością i formą uczestnictwa w życiu państwa, narodu i społeczeństwa światowego.

Bibliografia

Teoria

- Maturana H.R., Varela F.: *Der Baum der Erkenntnis*, przeł. K. Ludewig, Frankfurt nad Menem 2012.
- Schmidt S.J. (red.): *Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus*, Frankfurt nad Menem 1987.
- Merten K.: *Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Münster 2007.
- Merten K., Schmidt S.J., Weischenberg S.: *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen 1994.
- Luhmann N.: *Realność mediów masowych*, przeł. J. Barbacka, Wrocław 2009.
- Weischenberg S., Kleinstrauber H., Pörksen B. (red.): *Handbuch Journalismus und Medien*, Konstancja 2005.
- Balicki B., Lewiński D., Ryż B., Szczerbuk E.: *Radykalny Konstrukttywizm. Antologia*, Wrocław 2010.
- Kuźma E., Skrendo A., Madejski J.: *Konstrukttywizm w badaniach literackich. Antologia*, Kraków 2006.
- Simon F.B.: *Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus*, Heidelberg 2014.

Media

„Charlie Hebdo” strona internetowa: <https://charliehebdo.fr>.

Media społecznościowe

Maria Szponar

Muzeum Techniki i Komunikacji – Zajezdnia Sztuki w Szczecinie

Tagi: *apka, post, Web 2.0*

Definicje

Współcześnie komunikowanie nie wymaga fizycznego zetknięcia nadawców i odbiorców komunikatów. Rozwój nowych mediów umożliwił kontakty między przyjaciółmi, rodziną, a nawet osobami nieznanymi, które są w dużym oddaleniu. Internet zmienił rzeczywistość, w jakimś sensie „zmniejszył” świat realny, czyniąc z użytkowników właścicieli e-tożsamości. W ostatnich latach powstały takie platformy komunikacyjne, jak: Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006), Instagram (2010) czy Snapchat (2011). Każda z wymienionych aplikacji ma inny charakter – łączy je jednak wspólne przeznaczenie, czyli ułatwianie nawiązywania kontaktów i tworzenie „sieci połączeń” z innymi ludźmi.

Genezy omawianego pojęcia można upatrywać w jego funkcji społecznej, która pośrednio jest związana z rozwojem komputerowej sieci komunikacyjnej.

Internet powstał w latach sześćdziesiątych XX wieku w USA. W tamtym okresie zagrożenie ze strony ZSRR wydawało się Amerykanom realne, dlatego podjęli wiele działań, które miały zabezpieczyć kraj przed potencjalnym atakiem i skutkami wojny. Komunikację między jednostkami prowadzącymi działania wojenne miała zapewnić sieć. Założono, że nowe medium nie może być zależne od istnienia konkretnych odbiorców i centrali. Głównym celem nowej technologii było przekazywanie informacji bez względu na geograficzne odległości.

Wchodząc do powszechnego użycia w nowym stuleciu, ten rewolucyjny wynalazek nie tylko przeformułował dotychczasowe struktury społeczne, ale także niejako stworzył nowy model realizacji podstawowych potrzeb społecznych jednostki, czyli poszukiwania akceptacji i określenia tożsamości.

Słownik Języka Polskiego PWN definiuje hasło „media społecznościowe” jako „technologie internetowe i mobilne, umożliwiające kontakt pomiędzy użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy”. Zamiennie do polskiego terminu stosowana jest nazwa angielska – *social media*. Warto zwrócić uwagę, że nie jest ona synonimem mediów społecznościowych. *Social media* są bowiem bliższe pojęciu „mediów społecznych”, których zakres i specyfika, wbrew pozorom, różni się od mediów społecznościowych. Jak zatem odróżnić te podobnie brzmiące terminy?

Dominik Kazanowski, specjalista w branży IT, na swoim blogu wyjaśnia:

Media społeczne są bliższe określeniu social media. Jeśli przyjmujemy, że media społeczne będą stanowiły w przyszłości jeden z podstawowych modeli mediów (obok np. mass mediów), zatem będą istotne dla funkcjonowania społeczeństwa jako takiego (a nie tylko społeczności community); nie można ograniczać ich zastosowania wyłącznie do tej ograniczonej społecznościowej roli.

Media społecznościowe łączą zatem w sobie kilka istotnych elementów. Pełnią funkcję nie tylko informacyjną, ale i rozrywkową. Stają się źródłem radości i wzruszeń, za które odpowiadają relacje z innymi użytkownikami sieci. Łatwo zauważyć, że media społecznościowe to wyłącznie jeden z elementów *social media*. Kazanowski, klasyfikując media społeczne ze względu na ich funkcje, wymienia sześć kategorii. Jedną z nich są „media społeczne nastawione na budowanie i podtrzymywanie relacji”.

Do osiągnięcia tego celu niezbędna jest wymiana myśli, poglądów i emocji. Denis McQuail (ur. 1935) zwrócił uwagę, że komunikacja możliwa jest przede wszystkim dzięki interaktywności (D. McQuail, 2007). Użytkownicy nie zostają zatem zaszufładowani i ograniczeni do roli nadawców i odbiorców. Każdy staje się bowiem kreatorem własnego świata (np. na portalu Facebook za pośrednictwem wirtualnej tablicy i osi czasu) – konstruuje ten świat zgodnie z wyobrażeniami o sobie.

Grzegorz Miller uznaje „rozszerzenie kompetencji komunikacyjnych” użytkowników za jeden z dwóch najważniejszych czynników technologicznych Web 2.0. Badacz w pierwszej kolejności podkreśla, że publikowanie w internecie jest proste i intuicyjne, a zatem przystępne dla przeciętnego odbiorcy; po drugie – upowszechnienie jest osiągalne – nie tylko w instytucjach, ale i w domach, co umożliwiło szerokie wykorzystanie treści pozatekstowych, takich jak: wideo, audio, multimedia, aplikacje interaktywne (G. Miller, 2012, s. 41–42).

Wirtualne dyskusje nie ograniczają się do jednego schematu, dlatego, między innymi, nie przypominają realnych spotkań. Komunikacja z użyciem form: tekstowych, dźwiękowych i filmowych sprawia, że przekaz wirtualny staje się bardziej abstrakcyjny i metaforyczny niż rozmowa twarzą w twarz. Oczywiście należy pamiętać, że pośrednictwo monitorów nie tylko wzbogaca relację o nowe elementy – czyni ją również podatniejszą na interpretację. Jeżeli użytkownik publikuje, na przykład, utwór muzyczny i opatry go komentarzem, to odbiorca tego komunikatu musi zapoznać się zarówno z tekstem piosenki, linią melodyczną, jak i odautorskim komentarzem. Nie bez znaczenia będą w takim przypadku indywidualne skojarzenia i nastrój odbiorcy. Liczba elementów wymagających interpretacji sprawia, że nie zawsze jesteśmy w stanie zrozumieć przekaz i odgadnąć intencje nadawcy. Transmisję wzbogacają także komentarze innych użytkowników i ich wymiana z nadawcą komunikatu.

Media społecznościowe – ze względu na dużą liczbę zarejestrowanych użytkowników – zyskują miano najpopularniejszej formy komunikacji. Nie pełnią już funkcji opozycyjnej względem realnych kontaktów, ale stają się ich uzupełnieniem i rozszerzeniem. Magdalena Szpunar potwierdza to założenie. Przeprowadzone badania, a następnie sporządzone statystyki wskazują, jak „realne” znajomości są adaptowane do środowiska internetowego

i w jego ramach rozwijane. Należy założyć, że media społecznościowe nie służą tworzeniu głębokich, emocjonalnych i szczerych związków. Jak twierdzi badaczka: „serwisy społecznościowe rzadko kiedy służą nawiązywaniu prawdziwych, intensywnych więzi przyjaźni. Doskonale jednak sprawdzają się w funkcji podtrzymującej już kontakty istniejące (M. Szpunar, 2010, s. 510).

Jak zatem zdefiniować media społecznościowe? Opisane zjawisko odnosi się zwłaszcza do serwisów typu *social networking*, których główną rolą jest właśnie budowanie i podtrzymywanie relacji z innymi użytkownikami. To również kategoria, która silnie realizuje jeden z pięciu głównych postulatów Web 2.0, czyli roli platformy społecznej komunikacji. Rolą mediów nie jest zatem tworzenie treści, ale właśnie inicjowanie i podtrzymywanie relacji międzyludzkich (jak twierdzi wspomniany wcześniej Kazanowski), dlatego to właśnie *social networking*, a nie *social media* stanowi anglojęzyczny odpowiednik polskich mediów społecznościowych.

Zdefiniowanie pojęcia mediów społecznościowych wiąże się także z trudnościami natury metodologicznej. Dzieje się tak dlatego, że media społecznościowe, jak starałam się wykazać, wiążą się z innymi, pokrewnymi, a często znaczeniowo bliskimi terminami, które przynależą do rozmaitych obszarów wiedzy. Informatyka, cybernetyka, medioznawstwo, filologia, socjologia – to tylko wybrane dyscypliny, w taki czy inny sposób powiązane z tworzywem i sposobami obiegu mediów społecznościowych. Można natomiast założyć, że istotą tej wirtualnej kategorii jest swoista „bliskość” (użytkowników) i komunikacja. Krzysztof Jurek, podążając za teoriami Andreasa Kaplana i Michaela Haenleina, wskazuje na możliwości, jakie niosą ze sobą media społecznościowe – pozwalają one na realizację w wirtualnym świecie naturalnych (realnych) potrzeb każdego człowieka: komunikacji, tworzenia i wymiany treści, podtrzymywania kontaktów oraz wzajemnej pomocy (K. Jurek, 2013, s. 88–89).

Interpretacja

Interesującym wątkiem funkcjonowania nowych mediów jest ich wpływ – zarówno w zakresie techniki, jak i zagadnień kulturowych i społecznych – na tak zwane media tradycyjne. To często powtarzane pytanie (zadawane m.in. przez Lwa Manovicha w książce *Język nowych mediów*), ale pada za każdym razem, gdy na medialnym polu pojawiają się nowi gracze. Zastanawiano się przecież, czy telewizja osłabi radio, jaki wpływ na gazety będzie miał internet, i dlaczego – to jeden z nowszych problemów – gry wideo i seriale zaczynają szturmować obszar popkultury do tej pory zarezerwowany dla hollywoodzkich *blockbusterów*. Można się więc zastanowić nad wpływem, jaki media społecznościowe wywierają na literaturę i w jaki sposób odmieniła się w ostatnich latach publiczność literacka zaangażowana w portale społecznościowe. Internet kształtuje życie literackie, reorganizując dotychczasowe przyzwyczajenia pisarzy i czytelników.

Chciałabym zatem pochylić się nad następującymi kwestiami: jak internet wpływa na obieg literatury; czy media społecznościowe mogą być współczesnym salonem literackim; czy portal Facebook i tablica twórcy może zamienić nastroj poetyckich spotkań na ciąg komentarzy pod wierszem opublikowanym na portalu? Nowe media

są dobrym przyczynkiem do mówienia o przełomie, który nie tylko wprowadza innowację w zakresie aktywności artystycznej (literackiej), ale także przeobraża istniejące utwory, co można prześledzić choćby na przykładzie kolejnych edycji audiobooków albo książek elektronicznych.

Zmienia się technika, zmieniają się zatem i przyzwyczajenia społeczne dotyczące mediów. Trudno wymagać od „cyfrowych tubylców” zachowania przyzwyczajeń charakterystycznych dla epok, kiedy druk uznawany był za najlepszą formę obiegu literackiego. Dziś, niezmiennie, organizowane są spotkania autorskie z czytelnikami, jednak tylko media społecznościowe pozwalają pisarzom interpretować teksty literackie na bieżąco, czasami z pominięciem skomplikowanej warstwy organizacyjnej, której wymaga spotkanie w świecie realnym.

Rozmowy z pisarzami nie są już ograniczone do jednego miejsca. Dystans (wirtualny) zastąpił bliskość (realną) twórcy. Komunikacja i formy jej realizacji ulegają rozproszeniu, zarówno czasowemu, jak i terytorialnemu. Jak to wygląda w praktyce? Pisarz i czytelnik mogą znajdować się w bezpiecznej przestrzeni prywatnej i uczestniczyć we wspólnej interpretacji. Mogą prowadzić długie dyskusje oparte na wymianie komentarzy pod tekstem, bez ograniczeń czasowych czy konieczności spotkania w określonym miejscu.

Internet nie prowadzi więc do upadku literatury, a jedynie pobudza zmiany w sposobie jej funkcjonowania. Ewolucja dotychczasowych przyzwyczajeń czy poglądów towarzyszy rozwojowi cywilizacyjnemu. Opozycja stare–nowe dotyczyła każdej epoki literackiej, ponieważ największy wpływ na pisarzy ma moment, w którym przyszło im żyć. To on: „wiąże ściślej sztukę i literaturę z atmosferą epoki artysty. Epoka podpowiada artyście zarówno treść, jak i sposób wyrazu artystycznego” (E. Krawczyk, 2001, s. 50).

Hipolit Taine – którego poglądy przywołuje Ewa Krawczyk – podkreślał, że nie możemy interpretować dzieł w oderwaniu od środowiska, w jakim powstały – a także odrzucać prawdy cywilizacji, która je stworzyła (E. Krawczyk, 2001, s. 50). Media społecznościowe są rodzajem niematerialnej przestrzeni, którą zamieszkują autorzy oraz ich czytelnicy. Tradycyjna literatura także odnalazła swoje miejsce w świecie wirtualnym. Funkcjonuje w wielu wymiarach, także w najprostszy sposób – zastępując papier ekranem monitora. Przykładem opisanej sytuacji jest poezja Andrzeja Ballo, który publikuje swoje wiersze w mediach społecznościowych. Mówi się o nim – polski bard ery internetu.

Andrzej Ballo (ur. 1964) to autor kilku zbiorów poetyckich. Jest także scenarzystą i autorem sztuk teatralnych. Współpracował między innymi z Andrzejem Saramonowiczem, Piotrem Szwedese, Agnieszką Wielgosz. Jako twórca tekstów piosenek współpracował z Michałem Wiśniewskim, Maciejem Łyszkiewiczem czy Bartkiem Zdanowiczem. Pisarz nie ogranicza się jedynie do poezji, tworzy także teksty kabaretowe i opowiadania. Należy do Związku Literatów Polskich.

Na koncie facebookowym Andrzeja Ballo zarejestrowano około 5 tys. znajomych, którzy stanowią audytoryum publikowanych przez niego treści (w momencie pisania tego tekstu). Należy zaznaczyć, że przeciętna liczba „znajomych” użytkownika niebędącego osobą publiczną to około 200 osób. Na wirtualnej tablicy Ballo

pojawiają się: wiersze, fragmenty prozy oraz przemyslenia dotyczące życia prywatnego, społeczeństwa i kultury. Media społecznościowe pozwalają nie tylko na rozpowszechnienie własnej twórczości, ale przede wszystkim są szansą na bezpośrednią wymianę myśli z czytelnikami – tekst ostatecznie staje się pretekstem do rozmowy o indywidualnych doświadczeniach i przemysleniach użytkowników pozostających w nieokreślonej (dla biernych obserwatorów dyskusji) relacji z pisarzem. Charakter związków z autorem często bywa przypadkowy i jednostkowy. W grupie 5 tys. zarejestrowanych użytkowników/obserwatorów profilu Ballo znajdują się zarówno bliscy znajomi, jak i ludzie, których pisarz spotkał w sytuacji prywatnej lub zawodowej tylko raz (albo nigdy). Literacki świat wirtualny i realny funkcjonują równolegle jako byty równorzędne, mogą się przenikać, uzupełniać. Organizacja życia literackiego i struktura komunikacyjna jest także inaczej uporządkowana. Nowe medium, dzięki swojej specyfice, pozwala dotrzeć do takiej liczby osób, że „wyłowienie” potencjalnego audytorium jest niemal zawsze możliwe i prawdopodobne. Podmiotem porządkującym tę przestrzeń znaczeń jest pisarz.

Niczym nieograniczona wolność w mediach społecznościowych okazuje się stereotypem. Źródłem cenzury są dwie kategorie: administrator (czynnik zewnętrzny) oraz osoby zarejestrowane na portalu (ograniczenie wewnętrzne). Pierwszym narzędziem kontroli są sami użytkownicy, czyli znajomi. To oni selekcionują treści publikowane na wirtualnych tablicach, zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami społecznymi. Nie możemy zatem bez obawy o konsekwencje komentować wszystkiego, jednocześnie zapominając o wszelkich normach, jeśli bowiem są one sprzeczne z zasadami obowiązującymi na portalu, każdy ma prawo zgłosić tak zwane nadużycie. Administrator sprawdza, czy rzeczywiście publikowane treści nie łamią regulaminu (mogą to być np. wulgaryzmy, treści o charakterze dyskryminującym, posty nawołujące do nienawiści). Opinie o znamionach naruszenia regulaminu skutkują usunięciem konta użytkownika wraz z jego dotychczasową aktywnością. Dla internautów najbardziej bolesny okazuje się wirtualny ostracyzm, wyrażany na przykład poprzez negatywne komentarze ze strony innych użytkowników.

Poniższy wiersz autorstwa Ballo doskonale opisuje rozdarcie współczesnego człowieka, który żyje na granicy świata wirtualnego i rzeczywistego:

ooo!!!
kilka razy chciałem od tego zacząć wiersz
ale nie było okazji

ciekawe jak dziwił się Platon
może tak samo
i cała filozofia wzięła się od samogłoski

ilekroć zadaje sobie rudymen tarne pytania
typu – jak i po co
sięgam po telefon
do lodówki albo chce mi się palić

zamiast szukać odpowiedzi
nerwowo szukam ładowarki do telefonu
odczuwam ulgę (podobną oddawaniu moczu)
gdy ją znajduję
bateria (ja też) podskakuje o kilka procent

mogę spokojnie teraz
przeglądać wszcz i wzdłuż
książkę telefoniczną

kilkuset przyjaciół i znajomych
i złudne przekonanie
że są w pobliżu

przyjemność
całkiem jak palenie cygara lub papierosa

i też zostaje po nich popiół

ooo!!!

Zwielokrotniony wykrzyknik (ooo!!!) – użyty zamiast tytułu – wzmacnia wymowę utworu, wskazując na rzeczywistość, w której przyszło żyć nowoczesnemu człowiekowi. Ta rzeczywistość jest głośnia, wyrazista, hałaśliwa – prowadzi nierzadko do poczucia zagubienia, do przesytu, „ogłusza”. Motywem przewodnim wiersza jest zdziwienie, które staje się bodźcem do poszukiwania odpowiedzi na uniwersalne pytania znane ludzkości. Powrót do filozofii Platona potwierdza, że konieczność zrozumienia otaczającego nas świata towarzyszy człowiekowi, w mniejszym lub większym stopniu, od zawsze. Dlaczego bohater tego wiersza oznajmia: „ooo!!!/kilka razy chciałem od tego zacząć wiersz”. Czemu nie zrobił tego wcześniej? Czy nie potrafił zadziwić się ludzką naturą, kulturą, nowoczesną cywilizacją? Czy współczesne społeczeństwo, w którym żyje bohater, pojęło tak wiele prawd, że oszołomienie i zachwyt nie są już możliwe? Czy w codzienności dwudziestego pierwszego wieku nie ma już miejsca na zadumę i filozofię?

„Zamiast szukać odpowiedzi/nerwowo szukam ładowarki do telefonu” – pisze autor w trzeciej zwrotce, w której poniekąd wyjaśnia, gdzie należy szukać prawdy. Źródłem wiedzy jest pozornie błahy przedmiot – telefon. To właśnie „inteligentny telefon”, smartfon, zna odpowiedzi na wszystkie pytania. Jego „wiedza” obejmuje zagadnienia tak od siebie odległe, jak przepis na zawsze udane ciasto, definicję miłości czy budowę układu słonecznego. Odnalezienie telefonu, skarbnicy wiedzy, jest porównane do załatwienia czynności fizjologicznej.

W dalszej części wiersza znalazło się więcej porównań „natury” i „kultury” czy też „fizjologii” i „techniki”. Lodówka, jako miejsce przechowywania pożywienia, wskazuje, że korzystanie z nowych mediów przypomina pierwotną potrzebę, od której zależy prawidłowe funkcjonowanie żywego organizmu. Jedzenie jest źródłem ener-

gii; podobnie nowe technologie (telefon, internet, media) – są niezbywalnym *spiritus movens* codziennego funkcjonowania. Poeta stwierdza, że obecność wirtualnych znajomych, to „przyjemność/prawie jak palenie cygara czy papierosa”. A zatem internet – niczym palenie tytoniu – uzależnia, jest przekątnikiem przyjemności, ale także źródłem (auto)destrukcji, ponieważ może prowadzić do unicestwienia. Nie sposób jednoznacznie stwierdzić, jakiego rodzaju jest to unicestwienie – czy chodzi o śmierć społeczną, czy też o „pogrzeb ludzkości” na miarę myśli Platona?

Pewne jest natomiast, że zauważalnej zmianie podlegają dotychczasowe modele komunikacji – okazuje się, iż na zgłiszczach przyzwyczajęń społecznych – rozmów twarzą w twarz, kontaktu fizycznego i mowy ciała – rodzi się coś nowego. Cywilizacja nie znosi pustki, dlatego bliskość realną, w jakimś zakresie, zastępują kontakty wirtualne. Media społecznościowe umożliwiają tworzenie własnej sieci relacji z innymi internautami. Spis znajomych przypomina „książkę telefoniczną”, którą każdego dnia wertujemy, aby pozostać w pozornej bliskości z drugim człowiekiem. Podmiot twierdzi, że jest to jedynie „złudne przekonanie, że są w pobliżu”. Dziś „kilkuset znajomych i przyjaciół” to jedynie pozory braku osamotnienia. Media społecznościowe umożliwiają konstruowanie podmiotów często odległych od prawdziwego „ja”. Powierzchnowość utrzymywanych kontaktów i brak głębi relacji sprawiają, że użytkownicy mediów społecznościowych stają się w rzeczywistości jednostkami samotnymi w tłumie.

Nowoczesne medium (m.in. telefon, internet, portal społecznościowy) – niczym „magiczny przedmiot” – pełni funkcję zaczarowanych wrót do świata, w którym możemy kontaktować się z bliskimi, przyjaciółmi i nieznanymi. Słowem – jest szansą na bycie częścią społeczeństwa, drogą do akceptacji i przekonania o swojej wartości. Bohater utworu jeszcze raz dziwi się na końcu: „ooo!!!”, co może oznaczać, że coś jednak się zmieniło, że mamy do czynienia z rewolucją.

Wymowa wiersza Ballo nie jest, mimo wszystko, optymistyczna – chodzi przecież o to, że cyfrowa nieobecność oznacza brak kontaktu ze światem, społeczne nieistnienie, odcięcie od kultury. Oczywiście tylko wtedy, gdy posługujemy się takimi opozycjami, jak natura–kultura, człowiek–maszyna, realne–wirtualne. W jakimś sensie bowiem media społecznościowe zacierają te granice i osłabiają wyrazistość owych opozycji.

Bibliografia

Teoria

Biografia, Andrzej Ballo, barbelo.com.pl.

Słownik PWN, hasło: media społecznościowe, <http://sjp.pwn.pl>.

Jurek K.: *Badania społeczne w internecie. Wirtualna etnografia w teorii i praktyce*, „Półrocznik Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 2013, nr 1.

Kazanowski D.: *Definicja social media*, networkeddigital.com.

Kazanowski D.: *Definicja web 2.0, definicja social media*, networkeddigital.com.

- Krawczyk E.: *Literatura i społeczeństwo. Wokół problematyki socjologii literatury*, Lublin 2001.
- Maryl M.: *Kim jest pisarz (w internecie)?*, <https://depot.ceon.pl>.
- McQuail D.: *Teoria komunikowania masowego*, T. Goban-Klas (red.), przeł. A. Szulżycka, M. Bucholc, Warszawa 2007.
- Miller G.: *Kryzys w mediach społecznościowych. Jak nim zarządzać?*, w: *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności*, Warszawa 2012.
- Piechota G.: *Zarządzanie procesem komunikowania w mediach społecznościowych przez miasta Metropolii Silesia i ich prezydentów*, repozytorium.ka.edu.pl.
- Szpunar M.: *Prawdziwych przyjaciół poznaje się w internecie*, w: D. Bis, A. Rynio (red.), *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, Lublin 2010.

Media

Andrzej Ballo, ***ooo!!! (wiersz). Tekst dostępny na profilu facebookowym autora (<https://www.facebook.com>).

Mem



Krystian Saja

Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Zielonogórski

Tagi: *informacja, media społecznościowe, Web 2.0*

Definicje

Pojęcie memu internetowego powinniśmy traktować jako emanację memu w systemie kulturowym. Aby prawidłowo przedstawić definicję memu funkcjonującego w cyberprzestrzeni, należy zapoznać się z jego kulturowym fundamentem.

Jako pojęcie pierwotne mem (od gr. *mimesis* – naśladownictwo) to podstawowa jednostka ewolucji kulturowej, zdolna do replikacji i ewolucji na drodze naśladownictwa. Powyższą definicję, odwołującą się przez analogię do pojęcia genu, zaproponował Richard Dawkins w książce *Samolubny gen* (1976). Dawkins wskazał podobieństwa między ewolucją genetyczną a kulturową, udowadniając, że obok genu istnieje również inny świadomy replikator, nazwany przez niego memem.

Mem stanowi połączenie greckiego *mimesis*, angielskiego słowa *memory* (pamięć) oraz francuskiego *même* (taki sam), dokonane w celu zbliżenia pojęcia do jednosylabowego słowa gen (R. Dawkins, 2012, s. 358–359). Według Dawkinsa przykładami memów są:

melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania luków. Tak jak geny rozprzestrzeniają się w puli genowej, przeskakując z ciała do ciała za pośrednictwem plemników lub jaj, tak memy propagują się w puli memów, przeskakując z jednego mózgu do drugiego w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa” (R. Dawkins, 2012, s. 359).

Nośna idea propagowana jest wówczas, gdy przenosi się z mózgu do mózgu. Dany mem, o ile uzyska aprobatę na drodze doboru naturalnego, urzeczywistnia się w ludzkich strukturach nerwowych, będąc: „Słowem mówionym i pisanym, wspomagany przez wspaniałą muzykę i wszelkie dzieła sztuki (R. Dawkins, 2012, s. 359).

Skoro replikacja memu zachodzi dzięki szeroko rozumianemu naśladownictwu, przez co następuje dobór naturalny (selekcja), mem musi charakteryzować się następującymi właściwościami, jak: długowieczność, płodność i wierność kopiowania (R. Dawkins, 2012, s. 261). Długowieczność dotyczy czasu jego przetrwania w pamięci zbiorowej, płodność wiąże się ze społeczną i naukową aprobatą memu, z kolei wierność kopiowania –

z możliwością jego mutacji. Memy są przekazywane w postaci zmodyfikowanej, ponieważ podlegają „nieustannej mutacji i mieszanii” (R. Dawkins, 2012, s. 362). Memy „mieszkają” w komputerach ludzkich umysłów. Są uzależnione od zdolności umysłu do naśladownictwa. Stanowi to warunek konieczny do pojawienia się memu.

Memy nie mogłyby się rozprzestrzeniać, gdyby nie istniały biologicznie wartościowe skłonności osobników do wzajemnego naśladownictwa. (...) Osobniki, które są genetycznie predysponowane do naśladownictwa, zyskują szybki dostęp do umiejętności, których samodzielne zdobycie zajęłoby innym wiele czasu (R. Dawkins, 2012, s. 271).

Definicja Dawkinsa stała się podstawą do stworzenia memetyki, w której obecnie pojawiają się liczne alternatywne definicje memu. Koncepcja memu stała się szczególnie popularna dzięki pracom Richarda Brodiego *Wirus umysłu* (1991) i Susan Blackmore *Maszyna memowa* (1999). Brodi rozszerza analogię pomiędzy genami oraz kodem komputerowym o wirusy biologiczne, których odpowiednikami są wirusy komputerowe i wirusy umysłu, zwane memami (R. Brodi, 1997, s. 49–51).

Krytyczny stosunek do tego typu koncepcji wyraził Mariusz Biedrzycki w pracy *Genetyka kultury* (1998), bowiem stwierdził, że replikowanie się memów jest bliższe replikacji prionów (białkowych cząsteczek zakaźnych) niż replikacji wirusów biologicznych (M. Biedrzycki, 1998, s. 108). Z kolei Blackmore rozwija myśl Dawkinsa, mówiąc, że ludzie są jedynie maszynami służącymi do rozprzestrzeniania się memów. Blackmore pisze:

Zwrot w naszej historii ewolucyjnej nastąpił, gdy po raz pierwszy zaczęliśmy naśladować się nawzajem. W tym momencie na scenie pojawił się drugi replikator: mem. Memy przekształciły środowisko, w którym doborowi podlegały geny, a kierunek tych zmian wyznaczały rezultaty doboru memetycznego. Tak więc presja selekcyjna, która doprowadziła do tak potężnego rozrostu mózgu, została zainicjowana i napędzana była przez memy (S. Blackmore, 2002, s. 124).

James Gleick pisze: „Liczba trzy to nie mem; memem nie jest również kolor niebieski ani prosta myśl” (J. Gleick, 2012, s. 288). Naśladownictwo musi być uświadomione, nie może być jakiegokolwiek. Memy są w myśl Dawkinsa „nieświadomymi, ślepymi replikatorami” (R. Dawkins, 2012, s. 369), które pozostają zależne od ludzkiego umysłu. Gleick podtrzymuje natomiast opinię Blackmore, że jesteśmy pojazdami memów.

Dopiero ludzki mózg, zdolny do świadomego naśladownictwa, selekcionuje oraz odtwarza wybrane aspekty percypowanej rzeczywistości, czyniąc je memami. Zdolność maszyny memowej do świadomej percepcji to warunek konieczny dla prawidłowego zrozumienia i funkcjonowania memu. Wobec powyższego żadna istota żywa nie może być postrzegana tylko w kategoriach pojazdu dla memów.

Tego typu wnioski na temat memu przedstawia Sławomir Kufel, definiując mem jako czynnik warunkujący naszą kulturę:

jeśli memy to odpowiednik genów, to umysł nie może bez nich istnieć, memy warunkują nasze mapy mentalne, naszą kulturę. Nie jesteśmy dla nich tylko „pojazdami”, są immanentną częścią składową naszego „memotypu”. Dlatego też nie są od nas

niezależne, wręcz przeciwnie, bez nas by nie istniały. Podobnie jak geny, które jakieś 200 tysięcy lat temu ukształtowały nas, tak memy ukształtowały naszą kulturę. Bez biologii natomiast i bez kultury (oraz wynikającej z niej cywilizacji) nie byłoby człowieka (S. Kufel, 2014, s. 68).

Do podobnych jak Kufel wniosków dochodzi Tomasz Kozłowski: „Z prac Richarda Dawkinsa, Susan Blackmore, czy – w Polsce – Mariusza Biedrzyckiego wylania się mały pojęciowy bałagan. Zakres pojęcia mem jest zdecydowanie zbyt szeroki” (T. Kozłowski, 2006, s. 36–37).

Zestawiania wszystkich teorii memetycznych na temat memu kulturowego (do 2008 r.) dokonała w Polsce Dobrosława Węzowicz-Ziółkowska w książce *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym* (2008).

Zgodnie z koncepcją Blackmore, mówiącą, że memem może być każda informacja, która z jakiejś przyczyny ulega kopiowaniu, w mediach pojawia się termin mem w odniesieniu do „demotywatorów internetowych”, czyli fotografii lub ilustracji opatrzonej zazwyczaj ironicznym komentarzem. Jest to jeden z wielu przykładów tzw. memów internetowych, choć niektórzy badacze internetu nadal oddzielają od siebie oba te pojęcia. Mianem demotywatora określa się zazwyczaj małą grafikę lub fotografię na czarnym tle z podwójnym tekstem. Pierwsza część jest tekstem wprowadzającym, który nawiązuje do obrazka, druga – puentą. Mem internetowy to pojęcie znacznie szersze, obejmujące zróżnicowane media o odmiennym sposobie prezentacji (format tekstowy, graficzny, wizualny, dźwiękowy), różnej budowie i treści. Termin mem został zaadaptowany do środowiska internetowego z uwagi na jedną ze swoich podstawowych cech – zaraźliwość. „Dlatego internetowym memem jest po prostu coś, co szybko zdobywa popularność, podlega powieleniu dzięki blogom i komunikatorom, a niekoniecznie jest nośnikiem informacji kulturowej” (Ł. Babel, *Znaj swoje memy*). Jako efekt działania społeczeństwa informacyjnego:

czysta informacja przeradza się w błyskawicznym tempie w internetowe memy, które opanowują na krótką chwilę sieć na całym świecie. Nigdy wcześniej odbiorcy nie mieli tak dużego wpływu na kreowanie treści i ich subiektywny wybór (E. Lalik, *Osama bin Laden...*).

Definicję memu internetowego możemy odnaleźć w słowniku francuskim *Larousse 2014*, gdzie określono mem jako koncepcję tekstu, zdjęcia lub wideo masowo powielanego, zamieszczonego i przerabianego w internecie często w parodystyczny sposób, który szybko się rozprzestrzenia, tworząc wartość ogólnospołeczną (P. Jo-u-x-t-e-l, 2013). Zaproponowanej definicji zarzuca się, że nie odnosi się ona do podstaw genetycznych, ogranicza terytorium występowania memu jedynie do środowiska internetowego, w którym ulega kopiowaniu, oraz, że nie znalazła się w niej informacja o kodach kulturowych.

Przypomnijmy, że słowo mem nie ma w swojej pierwotnej formie nic wspólnego z internetem (zob. M. Zar-rem-ba, *Memy internetowe (2010–2011)*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 62). Mem jest adaptowany w nowym środowisku. Powyższa definicja została określona dla odbiorców, wśród których zakorzeniło się rozumienie

memu jako jednostki internetowej. Poza tym „klasyczne” pojęcie memu nie funkcjonuje w powszechnym użyciu tak pisarzy, jak i naukowców, dlatego zostało wchłonięte do słownictwa potocznego.

Własną definicję memu internetowego proponuje Magdalena Kamińska:

Określenie „mem internetowy” jest potocznie używane przez internautów na oznaczenie popularnego semiotycznego kompleksu transmitowanego via ICT, najczęściej w funkcji tak zwanego żartu internetowego. Przez niektórych „cybermemetyków-amatorów” mem internetowy jest traktowany jako swoista metafora memu Dawkinsowskiego, czyli hipotetycznej ewolucyjnej jednostki przekazu kulturowego, zaś inni, będący jednocześnie zwolennikami hipotezy socjobiologicznej, uważają mem internetowy dosłownie za sam wizualizowany mem (M. Kamińska, 2011, s. 62).

Dawkins zaznacza, że pojęcie memu uległo obecnie tak silnej mutacji, że nieuniknione jest jego stosowanie względem internetowych replikacji.

Odminną definicję proponuje Wiktor Kołowiecki, który stwierdza, że memem internetowym możemy nazywać: „zdigitalizowaną jednostkę informacji (tekst, obraz, film, dźwięk) rozpowszechnioną drogą internetową, która zostaje skopiowana, przetworzona i w tej przetworzonej formie opublikowana w Internecie” (W. Kołowiecki, 2012). Adam Walkiewicz zauważa, że naśladownictwo memetyczne w obrębie memu internetowego jest doskonalsze od naśladownictwa memu kulturowego, gdyż odbywa się w środowisku cybernetycznym, co umożliwia całkowitą wierność kopiowania (A. Walkiewicz, 2012). Mem internetowy jest ponadto (o ile uzyska popularność w sieci) znacznie szybciej rozprzestrzeniany, za sprawą prostych poleceń „kopiuj” i „wklej”. Jak zauważa Walkiewicz: „Ta droga replikacji jest o wiele doskonalsza, gdyż pozwala na całkowitą wierność kopiowania” (A. Walkiewicz, 2012, s. 51). Teza tego rodzaju jest oparta na twierdzeniu Kołowieckiego, który zaznacza, że każda kopia jest także i oryginałem, gdyż cyfrowa replikacja rozpowszechnia jedną i tę samą informację w wielu egzemplarzach, które mogą różnić się od siebie co najwyżej odcieniem kolorystycznym (W. Kołowiecki, 2012).

Z uwagi na spore zainteresowanie zjawiskiem rozprzestrzeniania się memów internetowych, istnieje wiele zróżnicowanych definicji. W jednej z nich mem to symboliczny znak rozprzestrzeniający się poprzez sieć, który może mieć różnorodną postać – hiperłącza, obrazka, filmu, strony internetowej lub po prostu samego słowa czy też hasła, które powstało oparte na jakiejś formie międzyludzkiej interakcji, stanowiącej odwołanie do kultury popularnej, tudzież sytuacji z życia codziennego (P. Marcowski, *Meme. Fenomen w Internecie*).

Wszystkie z powyższych definicji oparte są na niewątpliwie kluczowym czynniku popularności memów internetowych – naśladownictwie. Lecz nie tylko zdolność powielania się memu decyduje o jego długowieczności, ale także możliwość jego magazynowania i trwałej reprezentacji. W środowisku internetowym tworzymy odpowiednie powiązania między poszczególnymi memami, które jako znaki są przechowywane w cyberprzestrzeni (M. Kamińska, 2011, s. 62). Dzięki temu możemy zaobserwować liczne modyfikacje i mutacje tego samego memu. Zgodność definicyjna obejmuje następujące cechy memów internetowych – ulegają replikacji w środo-

wisku cybernetycznym, mogą przetrwać w formie niezmienionej lub ewoluować jako imitacja, komentarz, pastisz lub parodia (P. Marcowski, *Meme. Fenomen w Internecie*), mają naturę samopowielającego się komunikatu, mogą istnieć praktycznie nieprzerwanie w sieci, gdyż nie tracą swojej materialnej jakości (A. Walkiewicz, 2012, s. 51), mogą rozrastać się praktycznie w nieskończoność, ciągle walczą o popularność w puli memów ulegając selekcji, rozprzestrzeniają się za pośrednictwem różnorodnych portali informacyjnych lub społecznościowych, blogów, poczty elektronicznej, komunikatorów internetowych, a także innych mediów (telewizja, prasa), pełnią raczej funkcję rozrywkową aniżeli poznawczą, mogą nimi zostać praktycznie każdego rodzaju treści, niezależnie od objętości czy nawet sensowności (A. Walkiewicz, 2012, s. 53), są wreszcie cechą kultury popularnej i wynikiem rozwoju społeczeństwa informacyjnego.

Pozornie trywialne treści zawarte w memie internetowym wpływają zasadniczo na kulturę. Są one powiązane z ludzkim życiem, wyznaczając wartości uniwersalne i dostępne ogółowi społeczeństwa. Ludzie wyszukują memy lub sami je tworzą. Istnieją memy o zróżnicowanej tematyce (polityczne, religijne, społeczne). Wywołują i demaskują specyficzne zachowania emocjonalne i społeczne, a także demonstrują mechanizmy, które nimi rządzą (P. Jouxte, 2013). Niemniej jednak memy internetowe nie powinny być rozpatrywane w takiej samej kategorii, co memy ulegające replikacji świadomościowej w biologicznej maszynie przetrwania, gdyż są one osadzone w innym środowisku. To komputery są ich naturalnymi maszynami przetrwania. Mem internetowy jest raczej formą pokrewną memu kulturowego. Wydaje się, że należałoby zaopatrzyć taki „mem” w prefiks „post-” wskazujący na wtórność takiego tekstu, obrazka czy też wideo względem właściwych memów kulturowych (K. Saja, 2014, s. 32–35).

Interpretacja

Interpretację memów, analogicznie do części definicyjnej, należy podzielić na dwie odrębne części – część dotyczącą memu kulturowego oraz memu internetowego.

Dawkins jako przykład memu kulturowego podaje ideę Boga, zaznaczając, że nie wiadomo, skąd się wzięła w puli memów. Przypuszcza, że: „powstała wiele razy na drodze niezależnych mutacji” (R. Dawkins, 2012, s. 359). Pewne jest, że idea Boga jest bardzo stara, a jej replikacja następuje przez słowo mówione i pisane. Dodam jedynie, że pojawiła się zapewne dzięki skojarzeniom archetypowo-emocyjnych, towarzyszących poznaniu rzeczywistości. Mem Boga cechuje się wysoką „przeżywalnością” w puli memów, gdyż:

przemawia on bardzo silnie do psychiki. Udziela prawdopodobnie brzmiącej odpowiedzi na głębokie i dręczące pytania o sens istnienia. Zdaje się obiecywać, że niesprawiedliwości tego świata zostaną naprawione na tamtym. „Nieśmiertelne zastępy” łagodzą dotkliwość doczesnych niedostatków, i choć istnieją tylko w naszej wyobraźni, nie są przez to ani trochę mniej skuteczne, będąc w tym podobne do placebo podanego przez lekarza (R. Dawkins, 2012, s. 360).

Stąd też wynika łatwość kopiowania idei Boga przez mózgi kolejnych pokoleń. Zdaniem Dawkinsa: „Bóg istnieje, przynajmniej jako mem o dużej zdolności przetrwania, czy też wybitnej zaraźliwości, w środowisku tworzonym przez kulturę człowieka” (R. Dawkins, 2012, s. 360). Jeśli mówimy, że idea Boga silnie przemawia do psychiki, musimy mieć na myśli to, że „porusza umysły, a te ukształtował dobór naturalny genów w pulach genowych” (R. Dawkins, 2012, s. 360).

Memy internetowe interpretujemy w zupełnie inny sposób. Kołowiecki wyodrębnił trzy główne kategorie memów internetowych: szablonowe, komentujące oraz eksploatujące (W. Kołowiecki, 2012).

Memy szablonowe tworzymy zgodnie z góry ustalonymi szablonami, uzupełniając jedynie określone treści. Istnieje obecnie wiele stron internetowych, dzięki którym możliwe jest zarówno tworzenie własnych memów, jak i edytowanie tych już istniejących (memgenerator.pl, memy.pl, wykop.pl). Przyjęto obecnie, że pierwszymi memami szablonowymi były demotywatory (M. Sieńko, 2009). Są to zazwyczaj połączenia zdjęć i komentarzy w postaci podpisów (M. Sieńko, 2009, s. 135). Za memy szablonowe uważa się również tak zwane *advice animals* (zwierzęta radzą). Składają się one z rysunku bądź zdjęcia zwierzęcia na tle koncentrycznych kolorowych pasków oraz dwuczęściowego podpisu w trybie rozkazującym lub mającego charakter satyryczny. Tego typu memy z czasem zyskały twarze ludzkie, które mają być powiązane z określonym stereotypem. Popularne są również tak zwane *Y U No Guy* lub *Rage comics*. Mem tego rodzaju:

zbudowany jest na zasadzie bezpośredniego zwrócenia się do przedmiotu będącego powodem niezadowolenia. Przedstawia on gniewną postać z uniesionymi rękami na granatowym tle, wyrażającą swoją dezaprobatę w stosunku do czegoś. Okraszający go tekst napisany jest przy użyciu smsowych skrótów i „niedbałej” gramatyki – internetowej nowomowy (W. Kołowiecki, 2012).

Rage comics to prosty szablon zaczerpnięty z komiksu opublikowanego na 4chan.org, przedstawiający wściekłą twarz. Idea tego rodzaju bardzo szybko zyskała popularność w sieci i doczekała się licznych replikacji.

Memy komentujące funkcjonują jako rodzaj komentarza bądź puenty. Odnoszą się przede wszystkim do zdjęcia lub serii obrazków, a rzadziej do samych tekstów. Są indywidualne i niepowtarzalne (W. Kołowiecki, 2012). Są nimi na przykład rysunki twarzy, wyrażające określone emocje, doklejone do jakiegoś zdjęcia. Bardzo często wyrażają stosunek autora do określonego tematu. Do tego rodzaju memów internetowych należą na przykład memy autorstwa Marty Frej. Jej prace to autorskie ilustracje, z reguły postaci ludzkich przedstawianych w określonych sytuacjach, do których odwołują się zazwyczaj ironiczne komentarze lub puenta. Prace Marty Frej nie są standardowymi memami komentującymi. Zyskują wymiar prac satyrycznych o wysokim poziomie artystycznym (starannie wykonane grafiki). Memami komentującymi są na przykład *cuteness overload* (przeładowanie słodkością). Ich zadaniem jest poruszenie odbiorców obrazkiem przedstawiającym słodką i rozczulającą postać.

Memy eksploatacyjne to pozostałe rodzaje memów. Nie są ściśle określone gdyż stanowią zbiór niespójnych reprezentacji. Występują najczęściej w postaci zdjęć, wideo lub pojedynczych haseł bez konkretnego przekazu. Są

pasożytami memów szablonowych i komentujących lub też budowane są na zasadzie fotomontażu kilku zdjęć. Memy tego rodzaju eksploatują rozmaity materiał, nie zyskując przy tym głębszego znaczenia, poza parodystycznym lub satyrycznym. Bardzo często wykorzystują one podobizny celebrytów, polityków i gwiazd show-biznesu.

Bibliografia

Teoria

- Babiel Ł.: *Znaj swoje memy*, <http://motywdrogi.pl>.
- Biedrzycki M.: *Genetyka kultury*, Warszawa 1998.
- Blackmore S.: *Maszyna memowa*, przeł. N. Radomski, Poznań 2002.
- Brodie R.: *Wirus umysłu*, przeł. P. Turski, Łódź 1997.
- Dawkins R.: *Rozplatanie tęczy*, przeł. M. Betley, Warszawa 2013.
- Dawkins R.: *Samolubny gen*, przeł. M. Skoneczny, Warszawa 2012.
- Gleick J.: *Informacja. Bit, wszechświat, rewolucja*, przeł. G. Siwek, Kraków 2012.
- Jouxte P.: *Les mèmes dans le Larousse 2014*, <http://www.memetique.org>.
- Kamińska M.: *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Poznań 2011.
- Kołowiecki W.: *Memy internetowe, jako nowy język Internetu*, „Kultura i Historia” 2012 nr 21, www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl.
- Kozłowski T.: *Brzytwą po memach. Czy memetycy mnożą byty ponad potrzebę?*, „Teksty z Ulicy” 2006, nr 10 (*Zeszyt memetyczny*).
- Kufel S.: *Komunikacja memowa w perspektywie kognitywnej*, w: M. Steciąg, M. Bugajski (red.), *Zielonogórskie seminaria językoznawcze 2013*, Zielona Góra 2014.
- Kufel S.: *Wprowadzenie do literaturoznawstwa kognitywnego*, Zielona Góra 2011.
- Lalik E.: *Osama bin Laden, kapelusze Cthulhu i mała druhna – wszystko staje się memem*, <http://www.spidersweb.pl>.
- Sieńko M.: *Demotywatory. Graficzne makra w komunikacji i kulturze*, w: *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, Warszawa 2009.
- Marcowski P.: *Meme. Fenomen w Internecie*, <http://www.kawaipapierosy.com>.
- Saja K.: *Laboratorium umysłu. Maszyna memowa wobec jednostki memu kulturowego*, *Zachodniopomorski Dwumiesięcznik Oświatowy „Refleksje”* 2014, nr 5, s. 32–35.
- Walkiewicz A.: *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy” 2012, nr 14 (*Zeszyt memetyczny*).
- Wężowicz-Ziółkowska D.: *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Katowice 2008.

Media

Marta Frej (profil na portalu Facebook).

Post



Jerzy Madejski

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *blog, hejt, media społecznościowe*

Definicje

Post pojawia się jako hasło w słownikach internetowych i papierowych; w słownikach poważnych i żartobliwych. W książce Anny Nasiłowskiej *Dyskont słów* znajdziemy taką definicję postu:

– na przykład Wielki Post. Ale to nie to. Post to wpis na forum internetowym, porcja tekstu. Dość krótki, nie może przekraczać ustalonej objętości. Ma aktywną funkcję odpowiedzi. Umieszcza go ktoś podpisany Nickiem. Nie bardzo wiadomo kto, co uruchamia różne lęki, związane z wymianą myśli i relacjami osób w przestrzeni wirtualnej.

Ale właściwie to się już zdarzało. Autorstwo listów, pisanych ręcznie, też pozostaje niepewne. Niejaki markiz de Courcillon de Dangeau pisał listy Ludwika XIV do księżnej Henrietty Orleańskiej. Nie było to fałszerstwo, był sekretarzem króla Francji. Szło mu tak dobrze, że wkrótce także księżna zaczęła korzystać z jego usług, więc przejął całość korespondencji. Romans był krótki (A. Nasiłowska, 2016, s. 133).

Jak widzimy, autorka tego hasła zwraca uwagę na wyznaczniki gatunku. Dają się one usystematyzować według trzech kryteriów: rozmiar tekstu (krótki); miejsce publikacji (forum internetowe); sytuacja komunikacyjna (polemiczne nastawienie i anonimowość przekazu). W drugiej części tego omówienia Nasiłowska niejako podważa status postu jako formy współczesnej, podając dowcipny przykład z historii epistolograficznej „autokomunikacji”. Nie będę jej omawiał, napomknę tylko, że autorka utożsamia dwie różne koncepcje anonimowości – „dworską” i „cyfrową”. W obu typach kultury jest to anonimowość umowna. Ta pierwsza – jak wiemy – była hierarchiczna i korzystanie z sekretarza stanowiło w niej oczywisty przywilej (znany uczestnikom komunikacji epistolograficznej). W świecie wirtualnym anonimowość też jest ograniczona. W wypadku naruszenia dóbr osobistych na forum internetowym można ubiegać się na drodze sądowej o ujawnienie IP autora postu.

Hasło Nasiłowskiej jest znamienne dla wyrazistej współcześnie tendencji w opisywaniu kultury cyfrowej. Najogólniej rzecz ujmując mamy dzisiaj dwa stanowiska w kwestii problematyzowania fenomenów świata wirtualnego. Pierwsze, a jego reprezentantką jest Nasiłowska, zakłada, że dzisiejsze formy porozumiewania powinny być przedstawiane jako kontynuacja znanych nam z wcześniejszych epok zjawisk i form tekstowych. To stanowi-

sko wynika niekiedy z profesji badaczy (Nasiłowska jest historyczką literatury). Łączy się też czasem z określonym nastawieniem wobec kultury (raczej elitarnym). W historii mamy ograniczony repertuar sposobów komunikacji. W kolejnych epokach występują te same w istocie środki, zmieniają się tylko warunki przekazywania informacji. Jeśli chcemy zrozumieć cywilizację cyfrową, powinniśmy we współczesnych gatunkach rozpoznawać stare formy porozumienia. Tak więc email to stary list. Dzisiejszy blog to dawny dziennik. A popularny post to odmiana szacownego komentarza.

Drugie stanowisko łączy się z uznaniem odmienności współczesnej komunikacji i z akcentowaniem potrzeby problematyzowania jej w odmiennym języku i w swoistej dla niej metodologii. Więcej, w ramach tego stanowiska uznaje się odmienną koncepcję świata i człowieka. Jerzy Zygmunt Szeja zauważa: „Wbrew etymologii świat wirtualny to nie ten, który po prostu jest możliwy, ale ten, który dzięki teleologicznym zabiegom człowieka zostaje w jakiś sposób urzeczywistniony” (J.Z. Szeja, 2016, s. 500). I dodaje:

Świat wirtualny musi być alternatywny, jeśli interaktywność uznaje się za jego cechę konstytutywną. Nie jest to jedyny powód, ale ma on charakter podstawowy, w pewnym sensie fizyczny. VR, nawet jeśli jest cyfrową lub słowną kreacją mimetyczną (naśladującą rzeczywistość, a raczej wiedzę o rzeczywistości, jaką ma kreator), to zmiany, jakie wprowadzają uczestnicy, zaczynają różnić ją od przestrzeni fizycznej. I dlatego już po pierwszym działaniu użytkownika świat wirtualny jest alternatywny wobec świata opisywanego przez racjonalistyczną naukę (J.Z. Szeja, 2016, s. 501).

Jak widzimy, w ramach tego drugiego stanowiska zagadnienia analizuje się w obrębie autonomicznej rzeczywistości, która jest alternatywna wobec RL (ang. *real life*) i wobec tradycyjnych sposobów opisu człowieka. Rozważania o rzeczywistości wirtualnej związane są zwykle z odejściem od tradycyjnej terminologii i z wprowadzaniem kategorii mających oddać tę nową realność. Lev Manovich na przykład proponuje analizę nowych mediów poprzez siatkę pięciu terminów (reprezentacja numeryczna, modularność, automatyzacja, wariacyjność, traskodowanie kulturowe) (L. Manovich, 2006, s. 83). Oczywiście, tych kategorii jest więcej, m.in.: hipermedia, interaktywność, teleobecność. Niekiedy terminy tylko dookreślają rzeczywistość wirtualną, inne są dla niej specyficzne i podstawowe. Tak jest z immersją, która pełni pierwszorzędną rolę w rekonstrukcji poetyki gier wideo. Piotr Kubiński wskazuje, że oznacza ona „niezmediatyzowane uczestnictwo” w przestrzeni cyfrowej. A chodzi o to, że gra wideo proponuje nowy jakościowo model aktywności kulturowej:

Użytkownika absorbuje nie tylko akcja przedstawiana na ekranie (percepcyjna zmysłowo, głównie wzrokiem i słuchem), lecz także podejmowane przez niego czynności i partycypacja w świecie gry. Decydująca jest tutaj aktywność gracza – nie tylko intelektualna (na poziomie interpretacji), lecz także jak najbardziej fizyczna, związana z rzeczywistym oddziaływaniem na świat cyfrowy i faktycznym wpływaniem na bieg wydarzeń (P. Kubiński, 2016, s. 51).

Wracam do postu. Jak zaznaczyłem, możemy go uznać za współczesną formę szacownego i znanego w naszej kulturze komentarza, który ma długą i ciekawą historię. Dla tradycji filologicznej instruktywne jest objaśnienie Stanisława Sierotwińskiego, który w haśle „komentarz do tekstu” pisze:

Objaśnienia do tekstu zawierające zwykle: 1. uwagi o zjawiskach językowych; 2. informacje rzeczowe o zdarzeniach, osobach, miejscach (nazwy geograficzne), definicje terminów specjalnych itp.; 3. rozwiązanie aluzji (do zdarzeń, postaci, innych utworów literackich itp.); 4. szersze wiadomości na temat problemów poruszanych w treści dzieła; 5. cytaty bibliograficzne (S. Sierotwiński, 1966, s. 128).

Widać, że w haśle autor koncentruje się na jednym znaczeniu; odnosi się właściwie do filologicznego rozumienia komentarza. Ponadto nietrudno zauważyć, że zabiegi wyodrębnione w haśle przekraczają ramy neutralnego objaśniania. Z dzisiejszej perspektywy „rozwiązanie aluzji” należy raczej do interpretacji. Właśnie dlatego nowsze słowniki wyodrębniają rozmaite sensy komentarza. Agnieszka Gawron na przykład podaje trzy różne jego znaczenia. Pierwsze to objaśnienia tekstu. Drugie to „artykuł lub wypowiedź o charakterze publicystycznym”. Trzecie wreszcie to „wypowiedź narratora dzieła (traktowanego jako *porte-parole* autora) o charakterze wyjaśniającym lub komentującym elementy świata przedstawionego” (A. Gawron, 2006, s. 357).

Należy zauważyć, że z postem koresponduje to drugie znaczenie. Warto jednak dodać, że w obszarze objaśnień filologicznych dokonało się interesujące przewartościowanie. Nina Władimirowna Braginska zwróciła uwagę, że współcześnie: „Głoszenie wtórnego charakteru wszelkiej twórczości zostało zrównoważone żądaniem od komentarza artyzmu i rysu osobistego” (N.W. Braginska, 2012, s. 21). Mimo niezwyklej złożoności zjawiska ta sama autorka podejmuje próbę dookreślenia komentarza i podaje taką jego definicję:

Komentarz to spójny językowy tekst, objaśniający inny tekst językowy albo niejęzykowy, heteroglozyjny (objaśnienia podawane są w innym języku, w szerokim semiotycznym sensie); lematyzowany bezpośrednio albo pośrednio (a więc z użyciem bądź bez użycia objaśnianych składników) (N.W. Braginska, 2012, s. 24).

Warto odnotować, że to objaśnienie jakkolwiek powstało niedawno, należy do klasycznego paradygmatu nauki. Przede wszystkim poprzez tryb definiowania (podawanie wyznaczników), przez nastawienie normatywne autorki oraz poprzez usytuowanie tej definicji w szerszym kontekście. Widzimy, że kolejne składniki definicji muszą być jeszcze wytłumaczone. I rzeczywiście, autorka dodatkowo dopowiada nam na przykład, jak rozumie spójność.

Dzisiaj również ci, którzy rekonstruują dawną historię komentarza, starają się nie tyle budować definicje, ile raczej sytuować go wobec innych sposobów objaśniania tekstu. Ciekawie na przykład komentarz omawiał Hans Ulrich Gumbrecht, porównując go do interpretacji. Ten pierwszy dąży do ustalenia jednego znaczenia tekstu, druga – otwiera tekst na wiele znaczeń. Komentarz zajmuje się „powierzchnią” tekstu; interpretacja zmierza do

odsłonięcia „głębi”. Autor komentarza eksponuje tekst i dąży do anonimowości; interpretator zajmuje się sensem dzieła, lecz eksponuje też swoją podmiotowość (H.U. Gumbrecht, 2003, s. 41–53).

Słowa Gumbrechta odnoszą się do objaśnień klasycznych tekstów. Warto jednak przypomnieć, że podobnie zadanie komentarza pojmowali tekstolodzy. Konrad Górski na przykład tak zakreślał obowiązki edytora dzieł literackich:

Otóż zadania komentatora ograniczają się do wyjaśnienia sensu podstawowej, elementarnej warstwy utworu literackiego, którą stanowi zespół wszystkich składających go zdań. Jeżeliby komentarz nie poprzestawał na udostępnieniu sensu owej podstawowej warstwy dzieła i wdawał się w interpretację sensów wyższych, przekroczyłby swe uprawnienia jako pomocniczy aparat edytorski i tym samym sięgnął w sferę historii literatury, a to nie jest jego przeznaczeniem (K. Górski, 1978, s. 277).

Wiele obserwacji dotyczących komentarza filologicznego zachowuje wagę także w odniesieniu do komentarza internetowego. W dzisiejszych opracowaniach spotykamy na przykład oboczność określeń dotyczących wpisu w sieci. Mamy bowiem „post”, ale także „komentarz elektroniczny”. Pierwszy pojawia się częściej, ale i drugi jest rozpowszechniony. Właśnie ten drugi termin stosuje wnikliwy badacz różnych gatunków cyfrowych, Krzysztof Gajewski, który podkreśla doniosłość komentarza internetowego we współczesnej komunikacji:

Komentarz w świecie posttypograficznym, pojawiający się pod artykułem na portalu informacyjnym, pod wpisem na blogu, pod postem na forum internetowym czy w serwisie społecznościowym zyskuje niekiedy rangę autonomicznej wypowiedzi, bywa cytowany, staje się zarzewiem publicznej dysputy (K. Gajewski, 2013, s. 113).

Interpretacja

Do interpretacji wybieram posty internauty aktywnego na szczecińskich portalach, który opatruje swoje wpisy nickiem „ok-cham”. Jak wspomniałem wcześniej, podmiot wpisów internetowych jest najczęściej anonimowy. Nasz autor postępuje inaczej. Nie wpisuje swoich uwag jako przypadkowy czytelnik portalu, spełniając wymóg podpisu określeniem na przykład „Internauta” albo innym mało zindywidualizowanym ciągiem znaków: kolejnych cyfr („123”) lub początkowych liter alfabetu (abc). W tym wypadku jest inaczej. Jakkolwiek nie znamy imienia internauty, to przecież możemy o nim powiedzieć sporo. A zatem autor wpisu jest anonimowy, lecz dba o zindywidualizowanie swojej wirtualnej tożsamości. Przyznajmy, że jego nick zwraca uwagę. Składa się z dwóch elementów: „ok” – formy, która przysłała z angielszczyzny i utrwaliła się w naszej mowie codziennej, a także w komunikacji internetowej jako skrótowe wyrażenie zgody, podsumowanie sprawy, dyskusji, skwitowanie wymiany zdań. *Notabene* „ok” ma też intrygującą historię. Nie znamy etymologii tego zwrotu, lecz wiemy, kiedy pojawił się pierwszy raz w druku i kiedy się upowszechnił (P. Nehring, 2016). Równie ciekawy jest drugi składnik. Cham to oczywiście odniesienie do postaci biblijnej z Księgi Rodzaju, obrosłej wieloma interpretacjami, zarówno w tradycji judaistycznej, jak i chrześcijańskiej. W powszechnym odbiorze cham to ten, kto sytuuje się poza normą spo-

lęczną, zwłaszcza w obszarze etykiety i codziennych zachowań. Na temat chama wiele pisano. Jak wiadomo, jest on bohaterem literatury. Tylko w XX wieku „duchowością” chama zajmowali się: Stanisław Ignacy Witkiewicz, Witold Gombrowicz, Sławomir Mrożek, Tadeusz Różewicz, Ernest Bryll... Cham był także bohaterem poważnych debat historycznych i publicystycznych. Zastanawiano się w nich nad statusem obywatelskim chama, przy czym chodziło zarówno o opis struktury klasowej polskiego społeczeństwa, jak i o ukazanie go w opozycji do Sarmaty. W takich debatach podkreślano zwykle proces rozwarstwienia społeczeństwa polskiego. Mówiono o inteligentach o genealogii chłopskiej i inteligentach o genealogii szlacheckiej oraz pokazywano kulturowe i psychologiczne tego konsekwencje. Marian Pilot, autor cenionej prozy, stwierdza, że „jesteśmy potomkami chamów” (<http://natemat.pl/6205,jestesmy-potomkami-chamow>). We współczesnej publicystce cham bywa przeciwstawiany salonowi. Na takiej opozycji wspiera się pisarstwo polityczne Rafała Ziemkiewicza.

Mamy także interesujące spory o status chama w kulturze regionalnej. W wielu debatach szczecińskich pojawia się wątek pochodzenia szczecińskiej inteligencji. Jest ona skutek procesów migracyjnych zapóźniona cywilizacyjnie i kulturowo. Tak przynajmniej sądzi uczestnik dyskusji o tożsamości Szczecina, Wojciech Lizak:

Uciekali od niedożywienia i przeludnienia, a ich celem był awans, utożsamiany z osiągnięciem pozycji robotnika. Przyjeżdżano więc z Podlasia, Kurpiów i Kielecczyny. Jeszcze długo, do końca lat pięćdziesiątych, bez trudu dostawali mieszkania, a jeszcze dłużej, bo do końca lat osiemdziesiątych, czekała na nich praca. Szczecin rozpuścił się w chłopskim morzu (W. Lizak, 2017, s. 104).

Nie jest to opinia jednostkowa. Na jednej z konferencji regionalnych zaproszony na otwarcie obrad regionalny urzędnik wysokiego stopnia powiedział zebranym, że w Szczecinie profesorowie w swoich mieszkaniach zamiast bibliotek mają telewizory plazmowe (to było w latach, gdy ta technologia była ceniona najwyżej).

Niewątpliwie podmiot z naszego forum to ktoś, komu zależy na tym, by miał coś z chama. W tym wypadku chodzi o to, że właśnie bezceremonialność i wyrazistość powinna być wyróżnikiem jego wpisów. Tak rozumianego chama wiele łączy z błaznem w dawnej kulturze. Jak wiemy, spełniał on ważną funkcję na dworze królewskim, ale ma i współczesne postaci (zob. M. Sznajderman, 2014).

Lecz przecież w naszym wypadku mamy inny wariant pisowni: „ok-cham”, co ma przypominać – fonetycznie Williama Ockhama, filozofa, który żył na przełomie XIII i XIV stulecia. Co znaczy to odwołanie do średniowiecznego myśliciela? Po pierwsze, chodzi o przypomnienie filozofii, która była polemiczna wobec filozofii św. Tomasza z Akwinu. Pierwsza była wówczas akceptowana, druga – nie. Pierwsza była związana z ówczesną ortodoksją, drugą uznano za herezję. Pierwsza miała charakter systemowy, druga – antysystemowy. Św. Tomasz był dominikaninem, Ockham – franciszkaninem. Spór toczył się w obrębie filozofii scholastycznej, chodziło m.in. o polemikę między realistami pojęciowymi a nominalistami, lecz miał wpływ na późniejszą filozofię i kulturę, a także sztukę. O niebagatelnym wpływie Ockhama na średniowieczną estetykę pisał Umberto Eco:

W filozofii Wilhelma Ockhama nie jest już możliwa estetyka organizmu, choć znajdujemy u niego sporadycznie obiegowe odniesienia do tradycyjnych tematów estetyki. Całkowita przypadkowość stworzenia i brak regulujących, wiecznych idei w Bogu likwiduje pojęcie stałego kosmicznego *ordo*, do którego dostosowałby się rzeczy, do którego dążyłaby nasza dusza ze względu na swoje właściwości, który mógłby stanowić natchnienie dla artysty. Porządek i jedność świata, powiada Ockham, nie stanowią żadnego łańcucha, który łączyłby ze sobą uporządkowane we wszechświecie ciała ... (U. Eco, 2006, s. 138).

Jakkolwiek szczeciński internauta interesuje się sprawami kultury, to jednak ważniejsza jest dla niego filozofia. Nasz komentator chce uczyć odważnego myślenia, opartego nie na spekulacji, a na zdrowym rozsądku. Myśl Ockhama – jak wiadomo – odegrała ważną rolę również w logice. Ockham rozluźnił związki filozofii z teologią i „może być uznawany za największego antymetafizyka epoki” (R. Palacz, 1982, s. 91). Przede wszystkim jednak z jego nazwiskiem łączymy metodę analizy, która utrwaliła się w postaci: „Bytów nie należy mnożyć ponad potrzebę”, a którą później nazwano brzytwą Ockhama.

Ok-cham jest aktywny na szczecińskich forach internetowych od wielu lat (przynajmniej od 2012 r.). Ile pozostawił wpisów? Sporo. Pewnie kilkaset (nie wszystkie zostały przecież zarchiwizowane). Są to noty o różnej objętości, od jednego słowa poprzez kilkudzaniowe polemiki do wnikliwych mikroekspertyz. A czym zajmuje się ok-cham? Zainteresowany jest estetyką miasta, ciekawi go bowiem stanowisko magistratu w sprawie masztu ze statku „Kapitan M. Maciejewicz”. Ma coś do powiedzenia o komunikacji publicznej; wypowiada się o szczecińskich tramwajach i o rozbudowie sieci roweru miejskiego. Píše o proteście rolników blokujących traktorami ulice. Dzieli się wiedzą o rasach psów, tłumacząc jaką siłę uścisku szczęki ma pitbull, a jaką amstaff. Śledzi lokalne inwestycje i zastanawia się nad ich sensownością. Analizuje sprawy kultury. Bada bieżące potrzeby lokalnej społeczności. Można stwierdzić, że ok-cham prezentuje swoją filozofię polityki miasta. Jest przy tym dobrze zorientowany w zakulisowych grach samorządowych. Ale wypowiada się również na temat polityki krajowej. Odnajdziemy wpisy krytykujące poszczególne punkty programów deklaracji i odezw, jak i osoby sprawujące funkcje organizacyjne. Krótko mówiąc, nie jest tak, że podmiot komentarzy żeruje na artykułach dziennikarskich. Tu jest inaczej, artykuł prasowy zamieszczony w internecie stwarza tylko pretekst do wypowiedzi, w której autor postu niejako konkuruje z dziennikarzem.

Oto jeden z komentarzy ok-chama zamieszczony na szczecińskiej podstronie portalu „Gazety Wyborczej”:

„Polityczne pogaduchy...

ok-cham 30.01.13, 07:02

...jak zwykle oderwane od rzeczywistości. Rozmawiają: ci, co kiedyś wbili stoczní nóż w plecy, oraz ci, którzy pod populistycznymi hasłami przez lata blokowali wszelkie próby jej uratowania, a także ci, którzy uznali, że najlepszą metodą ratowania stoczni jest ignorowanie jej problemów. Do kompletu brakuje jeszcze byłych stoczniowych tuzów związkowych, dla których czas się zatrzymał na latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku i zupełnie im nie przeszkadzało, że największy zakład przemysłowy w mieście zamienia się w skansen. Wszyscy wspólnie wykopali stoczní grób, a teraz okazjonalnie debatują nad ekshumacją

trupa. Wg nich wystarczy powiedzieć „Stocznio, my ci mówimy wstań!” i to zastąpi brak inwestorów i kapitału, zaś dorzucenie nieboszczki na plecy podatników w regionie zrobi z niej atrakcyjną i bezpruderyjną pannę do wzięcia.

(<http://forum.gazeta.pl>).

Ten post wymagałby obszernej analizy. Zwrócę uwagę tylko na dwie podstawowe kwestie. Po pierwsze, ok-cham podejmuje dyskusję w jednej z najważniejszych spraw dla miasta i regionu. Likwidacja stoczni miała poważne konsekwencje polityczne i społeczne. Była też jedną z istotnych spraw opisywanych w ogólnopolskich mediach. Jak widzimy, w swoim komentarzu ok-cham prezentuje się jako racjonalista i zwolennik zdrowego rozsądku. Można rzec – jako wyznawca nominalizmu oraz rzeczywiście zwolennik brzytwy Ockhama. To właśnie z tego punktu widzenia pokazuje sprawę stoczni jako przedmiot gry interesów finansowych i politycznych. Ok-cham sytuuje się poza tymi sporami. Pokazuje niejako ich drugą stronę, a więc interesy poszczególnych partii politycznych, a także organizacji branżowych. A jak zaklasyfikować stanowisko polityczne ok-chama? To liberał gospodarczy. Nie lubi bowiem związków zawodowych (tu przywódców pracowniczych). A ponadto sądzi, że ideologiczne spojrzenie na gospodarkę przeszkadza w rozwiązywaniu pilnych problemów.

Po drugie, nie możemy nie zauważyć dobitnych formuł stylistycznych w komentarzu. Ok-cham zna reguły komunikacji internetowej. Wie, że można włączyć się do debaty publicznej nie tylko dlatego, że ma się coś do powiedzenia. Potrzebne są wyraziste opinie przedstawione w sugestywnych zdaniach („Wszyscy wspólnie wykopali stoczni grób, a teraz okazjonalnie debatują nad ekshumacją trupa”). Zresztą w innych komentarzach ok-cham wzmacnia polemiczny wymiar swoich komentarzy.

Jak widzimy, post w dzisiejszych warunkach jest nie tylko potwierdzeniem partycypacji czytelników w społecznej komunikacji. Spełnia też funkcję krytyczną. I to zarówno wobec treści artykułów prezentowanych w danym portalu, jak i wobec władz samorządowych i miejskich.

Rekonstruując poetykę komentarza internetowego moglibyśmy analizować kolejne kwestie. Pytać na przykład, w jakich godzinach ok-cham zabiera głos? Dlaczego to ważne? Zważywszy na to, że szczeciński internauta jest aktywny o różnych porach, można by sądzić, że to przedstawiciel wolnego zawodu. A może to szczeciński liberał na emeryturze? Nie ma jednak potrzeby odpowiadać na to pytanie i dociekać tożsamości zawodowej ok-chama. Znamy z historii cyfrowej przykłady komentatorów internetowych, których dekonspirowano ze szkoda dla społecznej komunikacji (bodaj najbardziej znana jest sprawa Kataryny: <http://wiadomosci.dziennik.pl/opinie/artykuly/76347,kataryna-nie-jestem-rokita-ani-kolenda-zaleska.html>). Uszanujmy więc anonimowość ok-chama. To właśnie opinie przedstawiane przez niego ożywiają regionalną debatę publiczną. Więcej, ok-cham jest komentatorem, który przeciwdziała procesowi wypierania mediów oferujących *views* na rzecz tych, które dostarczają *news* (zob. P. Bourdieu, 2009, s. 74).

Bibliografia

Teoria

- Bogdanowska M.: *Komentarz i komentowanie. Zagadnienia konstrukcji tekstu*, Katowice 2003.
- Bourdieu P.: *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, przeł. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. i przedmowa do polskiego wydania M. Jacyno, Warszawa 2009.
- Braginska N.W.: *Komentarz – próba definicji*, w: D. Ulicka, W. Bolecki (red.), *Strukturalizm w Europie Środkowej i Wschodniej. Wizje i rewizje*, Warszawa 2012.
- Eco U.: *Sztuka i piękno w Średniowieczu*, przeł. M. Kimula, M. Olszewski, Kraków 2006, s. 138.
- Gajewski K.: *No comment. Z poetyki komentarza elektronicznego* „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, z. 2, s. 113.
- Gajewski K.: *Z poetyki komentarza elektronicznego.*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, z. 2, s. 111–127.
- Gawron A.: *Komentarz*, w: G. Gazda, S. Tyniecka -Makowska (red.), *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, Kraków 2006.
- Górski K.: *Tekstologia i edytorstwo dzieł literackich*, Warszawa 1978.
- Grzenia J.: *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa 2007.
- Gumbrecht H.U.: *The Powers of Philology. Dynamics of Textual Scholarship*, University of Illinois Press, 2003.
- Kostkiewiczowa T.: *Komentarz*, w: J. Sławiński (red.), *Słownik terminów literackich*, Wrocław 1998.
- Kubiński P.: *Gry wideo. Zarys poetyki*, Kraków 2016.
- Lizak W., *Jak hartowała się stal. Historia szczecińskich elit*, w: B. Kerski (red.), *Szczecin. Odrodzenie miasta. Eseje o nadodrzańskej metropolii*, Potsdam 2017, s. 104.
- Manovich L.: *Język nowych mediów*, Warszawa 2006.
- Markiewicz H.: *Drogi i manowce komentarza literackiego*, „Pamiętnik Literacki” 2000, z. 4.
- Maryl M.: *Blog jako „dziennik elektroniczny”. Analiza genologiczna blogów pisarzy* „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, z. 2, s. 87–110.
- Nasiłowska A.: *Dyskont słów*, Warszawa 2016.
- Nehring P.: *Narodziny OK*, „Ale Historia” 2016, nr 12.
- Palacz R.: *Ockham*, Warszawa 1982, s. 91.
- Sierotwiński S.: *Słownik terminów literackich*, wyd. II przerobione i rozszerzone, Wrocław 1966, s. 128.
- Szeja J.Z.: *Tworzenie rzeczywistości wirtualnej*, w: M. Hopfinger, Z. Ziątek, T. Żukowski (red.), *Między sztuką a codziennością. W stronę nowej syntezy (1)*, Warszawa 2016.
- Sznajderman M.: *Błazen. Maski i metafory*, Warszawa 2014.
- Ulicka D.: *Sila komentarza*, w: J. Borowczyk, W. Hamerski, P. Śniedziwski (red.), *Sila komentarza. Romantyzmy literaturoznawców*, Poznań 2011.
- Winkin Y.: *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*, przeł. A. Karpowicz, wstęp W.J. Burszta, Warszawa 2007.

Media

„Ok-cham” – komentarze autora podpisane tym nickiem na szczecińskich forach internetowych.

<http://wiadomosci.dziennik.pl/opinie/artykuly/76347,kataryna-nie-jestem-rokita-ani-kolenda-zaleska.html>.

Postprawda

.....

Sławomir Iwasiów

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *informacja, infotainment, Web 2.0*

Definicje

Słowo postprawda (ang. *post-truth*) – podobnie jak inne pojęcia, na przykład „postmodernizm”, „postpamięć” czy „postpolityka”, które nie tylko zapisały się na kartach humanistyki, ale także, za sprawą globalnej komunikacji, weszły do dyskursu publicznego – dzięki nowym mediom zrobiło dużą karierę mniej więcej na przełomie 2016 i 2017 roku (mimo że samo pojęcie jest znacznie starsze).

Zagadnienie postprawdy należy wiązać z uniwersum mediów cyfrowych, które nie tyle informują o rzeczywistości, ile mają na celu wytworzenie jej rozmaitych – i nie zawsze zgodnych z prawdą, rzetelnością i dziennikarskim obiektywizmem – reprezentacji. We współczesnych przekazach medialnych, co nie musi być regułą, ale stało się cechą charakterystyczną, fakty nie mają znaczenia, natomiast na pierwszy plan wysuwa się ich umiejętne wykorzystywanie do sterowania emocjami odbiorców. Podobnie jak w przypadku retorycznej manipulacji, chodzi o to, żeby – używając środków perswazyjnych – osiągnąć zamierzony cel. Media cyfrowe są idealnym narzędziem do osiągnięcia tak postawionego celu, przede wszystkim ze względu na swoją dostępność, zasięg i atrakcyjną formę.

Postprawda ma zatem, i to jest pierwsze skojarzenie, konotację negatywną: to stan zdewaluowania wartości prawdy jako zgodności myśli z rzeczywistością; dałoby się wszelako odnaleźć i konotację pozytywną – postprawda to wyraz pewnej zdolności do (re)konstruowania tejże rzeczywistości, umiejętność wytwarzania obrazów świata, a nawet wyraz kreatywności człowieka – w tym wypadku w zakresie sprawnego formułowania efektywnych (i efektownych) informacji dziennikarskich. Trudno byłoby jednak bronić tylko pozytywnych aspektów postprawdy, ponieważ i jej geneza, i sposoby implementacji wiążą się raczej z takimi zjawiskami, jak: retoryczna manipulacja w komunikacji medialnej, uzależnienie mediów od polityki i uwikłanie polityki w interesy mediów czy korozja misji dziennikarskiej. To jednak nie jedyny punkt widzenia na to zagadnienie.

Postprawda weszła, najpierw, do języka dziennikarskiego, a potem do dyskursu naukowego – głównie filologicznego, kulturoznawczego i medioznawczego. Językoznawcy z Oxford Dictionaries – którzy badają częstotliwość użycia jednostek leksykalnych w mediach – ogłosili postprawdę „Słowem Roku 2016” (zob. oxford-

dictionaries.com). Według zaproponowanej przez nich definicji, postprawda, i prefiks ‘post’, nie oznacza – jak w wypadku terminów w rodzaju „powojenny” (ang. *post-war*) – końca takiego czy innego zjawiska, ale ma związek z zanegowaniem czy dewaluacją danej idei czy koncepcji w konkretnym momencie historycznym. Podobnie zatem funkcjonowały wcześniej pojęcia „postnarodowy” (1945) czy „postrasowy” (1971) – nie oznaczały zakończenia, wygaśnięcia pewnej idei czy zjawiska, ale ich ewolucyjny charakter, charakterystyczną przemianę, tak zwaną zmianę paradygmatu (w Polsce tak funkcjonuje choćby termin „postromantyczny”). Matthias Heine, omawiając na łamach „Die Welt” rosnącą popularność słowa *post-truth* (w języku niem. *postfaktisch*), stwierdził, że „*Alles begann mit der Postmoderne*” – „Wszystko zaczęło się od postmodernizmu” (M. Heine, 2016). Stwierdzenie Heinego można odczytywać tak – podobnie jak postmodernizm, tak i postprawda stała się „terminem-workiem”, który trudno zdefiniować.

Inne popularne słowa, które zostały „pokonane” w 2016 roku przez *post-truth*, to: *alt-right* („alt-prawica”), Brexiteer („zwolennik Brexitu”) i *hygge* (z jęz. duńskiego – „przyjemne bycie razem”).

Badacze z Oxfordu wskazują przy tym, że po raz pierwszy słowa postprawda, w takim właśnie znaczeniu, czyli zanegowania wartości prawdy, użył w 1992 roku Steve Tesich (1942–1996) – amerykańsko-serbski scenarzysta filmowy i autor sztuk teatralnych. W eseju na łamach „The Nation”, wielokrotnie później cytowanym, Tesich stwierdził, że „jako wolni ludzie, i z własnej woli, zdecydowaliśmy, że chcemy żyć w świecie postprawdy” (S. Tesich, 2012). Mimo że samo słowo postprawda pojawiało się w mediach wcześniej – na co zwracają uwagę oxfordzcy językoznawcy – kontekst, w jakim użył go w swoim artykule Tesich, jest zgodny z podaną powyżej definicją. Postprawda nie oznacza życia w świecie „po prawdzie” czy też nie ma na celu obwieszczenia „końca prawdy”, ale wynika z określonego nastawienia do prawdy, która staje się – z takich czy innych powodów – mniej wartościowa (niż wcześniej), nieważna, nieatrakcyjna. Nie znaczy to, mimo wszystko, że na drugim biegunie nieprawdy jest jakaś oczywista, niepodważalna prawda.

Ostrzejszą, a przy tym znacznie bardziej rozbudowaną definicję postprawdy zaproponował Ralph Keyes (ur. 1945) – amerykański publicysta, pisarz, wykładowca, krytyk kultury, autor książek eseistycznych – w tomie pod tytułem *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life* (2004). Według Keyesa postprawda to synonim kłamstwa. Chciałoby się rzec, cytując Gregory’ego House’a, lekarza z popularnego serialu produkcji HBO, że „wszyscy kłamią”. Teza Keyesa jest podobna:

Od kiedy ludzie mają coś do powiedzenia, i używają do tego słów, mówią rzeczy, które nie są prawdą. Równocześnie większość społeczeństw, jako filar własnego istnienia i ogólnie akceptowaną normę, wytworzyły rozmaite warianty Szczeroci. Co mnie najbardziej zastanawia, to fakt, że dzisiaj kłamstwa uchodzą na sucho, a mówienie nieprawdy jest szeroko akceptowane przez społeczeństwo. Kłamstwo stało się, dosłownie, niewinnym przekroczeniem (*no-fault transgression*) (R. Keyes, 2004, tłumaczenie własne).

Książkę Ralph Keyesa omówił między innymi Łukasz Pawłowski – jak należy przypuszczać w związku z dużym zainteresowaniem postprawdą – który na łamach „Kultury Liberalnej” pytał: *Gdzie podziela się prawda?* Autor przytoczył sporo przykładów z narracji Keyesa, które uzmysławiają, czym jest i jak działa postprawda w świecie mediów, polityki i przepływów rozmaitych interesów. Rzeczywistość (mediów) wypełniona jest i niewinnymi kłamstewkami, i kłamstwami dużego kalibru:

Książka Keyesa aż roi się od polityków, którzy wszem i wobec opowiadali o swoich sukcesach w uniwersyteckich drużynach futbolowych czy bohaterstwie wykazanym podczas którejś z amerykańskich wojen, choć sportu nie uprawiali, a prochu nigdy nie wężali. Mimo to fałszywe opowieści regularnie trafiały do autoryzowanych biografii, a nawet autobiografii. Pojawiały się także w najlepszych gazetach, których najwybitniejsi autorzy potrafili przesłać reportaże z najodleglejszych zakątków świata, nie ruszając się ze swoich mieszkań. Rozbrajający jest przykład słynnego komika Jaya Leno, który zapłacił swojemu przyjacielowi 1000 dolarów za ... zgodę na wykorzystanie faktu z jego życia we własnej autobiografii. Przylapany na kłamstwie nie potrafił zrozumieć, na czym polega problem – przecież za prawa do tej opowieści słono zapłacił (Ł. Pawłowski, 2016).

Postprawda to jednakowoż nie tylko „problem” dziennikarzy (choć oni są najczęściej obwiniani o rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji), ale również tych wszystkich osób – przede wszystkim z wysoką pozycją społeczną – którym może zależeć na manipulowaniu rzeczywistością medialną i wpływaniu na przekonania opinii publicznej.

Inną jeszcze, jak się wydaje rozleglejszą definicję postprawdy stworzył Jayson Harsin – teoretyk kultury i medioznawca – na łamach czasopisma „Communication, Culture, and Critique”, gdzie opublikował artykuł zatytułowany *Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies*. Zdaniem Harsina, znakiem naszych czasów są „reżimy postprawdy” – sposoby kontrolowania i zniewalania społeczeństwa. We wstępie do artykułu autor stwierdza, że to, co miało być i było przez ostatnie trzy dekady postrzegane jako wyznaczniki prawdy – czyli, przede wszystkim, media, ale też polityka czy edukacja – stało się przyczyną rozprzestrzeniania nieprawdy, zajmującej w komunikacji medialnej i społecznej coraz mocniejsze pozycje. Prognozowana przez Michela Foucaulta „dominacja prawdy”, według Harsina, zamieniona została – dzięki wpływom „politycznych aktorów” – w reżim postprawdy (J. Harsin, 2015, s. 327).

Naukowcy, publicyści i komentatorzy polityczni mają – w odniesieniu do postprawdy – nierzadko odmienne opinie. Postprawda interesuje jednak wszystkich – i jako pewne zjawisko (społeczne), i jako metoda (modalność) posługiwania się mediami.

Jakub Majmurek, analizując przykłady manipulowania emocjami odbiorców mediów, pisał tak o postprawdzie na łamach „Newsweeka”:

Przeżywające kryzys tradycyjne media, coraz ostrzej konkurujące o rynek, same często flirtują ze światem post-prawdy. Pluralizm tradycyjnych i nowych mediów wytworzył sytuację, w której wielość opcji nie służy odbiorcom do weryfikowania in-

formacji w wielu źródłach, konfrontowania ze sobą różnych punktów widzenia, ale pozwala zamykać się w bańkach, w których otrzymujemy tylko te informacje, które potwierdzają to, co już wiemy (J. Majmurek, 2016).

Definicja Majmurka jest nieco szersza niż mogłoby to wynikać z przytoczonego powyżej fragmentu. Według publicysty postprawda ma dwa filary – lobby i media.

Pierwszy z nich, to jakaś grupa interesów – ktoś, komu zależy na przekazywaniu bardzo konkretnych informacji, w pewnej dobrze zaplanowanej formie, do bardzo konkretnego odbiorcy, który nie tyle zostanie o czymś (jakimś zdarzeniu, fakcie, osobie) poinformowany, ale będzie – przede wszystkim emocjonalnie – do odbioru tegoż przekazu „sformatowany”. W tym zakresie postprawdą posługują się już nie dziennikarze, ale raczej PR-owcy, specjaliści od kreowania wizerunku, spindoktorzy, trendseterzy i tak dalej.

Drugim filarem, zdaniem Majmurka, są same media, przy czym są to tak zwane nowe media i media społecznościowe (czy też – społeczne), które powstają niejako przy największym udziale ich odbiorców – to oni wytwarzają „kontent” i nie są, właściwie przez żadną nadrzędną instancję (instytucję, redakcję, zarząd), kontrolowani. W takich warunkach łatwo, by tak rzec, „rozsiewać plotki” i przekazywać niesprawdzone, a nawet spreparowane informacje, dzięki którym można – z takich czy innych powodów – osiągnąć rozmaite cele: społeczne, polityczne, ekonomiczne. Jak wskazuje Majmurek:

taki porządek medialny jest szczególnie żyznym terenem dla miejskich legend i fantastycznych teorii spiskowych. W jego ramach 40% Amerykanów nie ufa oficjalnym statystykom dotyczącym bezrobocia, 45% Republikańców w Stanach wierzy, że Obama nie urodził się w Ameryce. W Polsce z kolei w ciągu ostatniego roku aż o 6 punktów procentowych (z 16 do 22) wzrosła liczba osób deklarujących w badaniach przekonanie, że w Smoleńsku doszło do zamachu (J. Majmurek, 2016).

Jeszcze inaczej postprawdę definiuje Przemysław Czapliński, który – powołując się na pracę Ralpha Keyesa, stwierdził, że:

Powstała [postprawda – dop. S.I.] w wyniku swoistej współpracy między społecznymi masami, mediami i elitami. A powszechność zjawiska wytworzyła nową jakość. Wyznaczała ją kategoria dwuznacznych wypowiedzi, które nie będąc ścisłą prawdą, sytuowały się, jak pisał Keyes, tuż obok kłamstwa. Tę jakość autor proponował nazwać ulepszoną prawdą. Albo neoprawdą. Miękką prawdą. Fałszywą prawdą. Prawdą lajt.

Być może to ostatnie określenie najadekwatniej oddaje problemy z postprawdą – czy faktycznie jest tak, że postprawda jest rozwodnioną wersją prawdy? Czy w ogóle – z punktu widzenia postprawdy – ważne jest to, że coś (np. przekaz medialny) jest prawdą lub też nieprawdą? Czy samo zagadnienie prawdy/nieprawdy jest, w optyce postprawdy, istotne? Czy może raczej ważniejsze (i znacznie bardziej interesujące) jest to, jak postprawda funkcjonuje, przede wszystkim w mediach?

Dzisiaj postprawda – co da się wyczytać z niejednej wypowiedzi na temat tegoż zjawiska – stała się słowem-kluczem, „wypełniaczem”, pojęciem używanym wtedy, gdy nie wiadomo, co powiedzieć. Jonathan Freedland, felietonista „The Guardian”, stwierdził wprost, tytułując swój tekst o Donaldzie Trumpie: *Don't call it post-truth. There is a simpler word: lies* (Nie nazywajcie tego postprawdą, bo jest prostsze słowo: kłamstwa). Czy zatem nie jest tak, że postprawda to jedynie chwilowa moda, językowa ciekawostka, modalność wypowiedzi, która ma wypełnić analityczną pustkę i dziennikarską nieporadność? Być może jest i tak, że postprawda, jako pewne zjawisko medialne, padła ofiarą manipulacji – tym samym wpisując się w płynne i zmienne ramy medialnej postrzępystości.

Określenie przekazu medialnego mianem „postprawdziwościowego” może budzić skojarzenia z jednoznacznie negatywną oceną. Czy jeśli nazwiemy, na przykład, jakiś reportaż postprawdziwym, to czy oceniamy jego autora jako tego, który mówi nam niecałą prawdę o rzeczywistości? W jakim sensie postprawdziwe są programy telewizyjne z gatunku *docusoap*, czyli tak zwane telenowele dokumentalne? Na ile postprawdą są newsy, które docierają do czytelników za pośrednictwem prasy? Na czym polega postprawdziwość gier wideo? Czy autobiografia może być postprawdziwa? Postprawda to w tym zakresie nie tyle proste rozróżnienie na „prawdę” i „nieprawdę”, ale raczej pewien sposób formułowania przekazu, w którym samo zagadnienie prawdziwości lub nieprawdziwości schodzi na dalszy plan.

Interpretacja

Książka Jacka Hugo-Badera (ur. 1957) – dziennikarza od wielu lat związanego z „Gazetą Wyborczą”, reportera, pisarza – pod tytułem *Długi film o miłości. Powrót na Broad Peak* (2014), to przykład współczesnego reportażu, który łączy w sobie różne cechy – literaturę faktu i literackość. Przede wszystkim to historia o wyprawie – autor książki dołączył w 2013 roku do zespołu, którego zadaniem było odnalezienie ciał zaginionych zimą 2013 roku dwóch wspinaczy, Macieja Berbeki i Tomasza Kowalskiego. W tym sensie książka Hugo-Badera jest reportażem *non-fiction* o charakterze „przygodowym”. Poznajemy bowiem i trudy obozowania pod ośmiotysięcznikiem w łańcuchu Karakorum, i zwyczaje panujące w „bazie” pod szczytem, i coś, co można by nazwać „teorią wspinania”. Ufamy przy tym, że reporter przekazuje nam wiernie swoje doświadczenia – był przecież na tej górze, uczestniczył w codziennych czynnościach razem z innymi himalaistami (choć sam nim nie jest), obserwował przebieg poszukiwań ciał zaginionych.

To jednak nie wszystko, ponieważ opowieść Hugo-Badera zamienia się miejscami także w rozprawę na temat samego himalaizmu jako dziedziny sportu ekstremalnego. Wiadomo przecież, że Polacy – w historii tej dyscypliny – odgrywali znaczącą rolę, by wymienić tylko sławy górskiej wspinaczki, jak Jerzy Kukuczka czy Wanda Rutkiewicz (którzy doczekali się licznych książek o charakterze auto/biograficznym). Hugo-Bader sprawdza jednak, na czym polega pasja i fascynacja zdobywaniem najwyższych gór na świecie. Czy to nie przypadkiem

brawura, chęć „znalezienia się na szczycie”, nawet gwiazdorstwo, nierzadko tragiczne w skutkach? Tego rodzaju pytania wpędzają reportera w tarapaty. Po udzieleniu wywiadu „Tygodnikowi Powszechnemu”, o czym autor pisze w książce, Hugo-Bader spotyka się ostracyzmem w „bazie”. Powiedział w tej rozmowie, że wspinaczka pcha do góry czyste szaleństwo, a ono – w jakimś sensie – doprowadziło do śmierci Macieja Berbeki i Tomasza Kowalskiego.

Jest jeszcze jeden ważny wymiar reportażu o polskiej wyprawie na Broad Peak. Chodzi o swoisty autotematyzm tej książki. Hugo-Bader, bezpośrednio w swojej narracji, na rozmaite sposoby odwołuje się do kulis pracy reporterskiej. Trzeba powiedzieć więcej – umieszcza siebie na piedestale współczesnej sztuki reportażu, gatunku *non-fiction*, czemu daje wyraz na początku książki. W zacytowanym w całości liście do Jacka Berbeki, brata zaginionego Macieja oraz organizatora wyprawy „ratunkowej”, Hugo-Bader pisze o sobie: „Już mam kilku wydawców bijących się o ten materiał. Nikt lepiej ode mnie tej książki nie napisze” (Hugo-Bader, 2014, s. 7). Co począć z tego rodzaju wyznaniem? Wiemy, że Jacek Hugo-Bader chciał namówić Jacka Berbekę, żeby ten zabrał go na wyprawę. W takiej perspektywie „chwalenie się” swoimi dokonaniem to chwyt retoryczny, który ma wzmocnić reputację reportera (choć trudno powiedzieć, czy jej raczej nie osłabia). Dałoby się jednak wyciągnąć z tego wyznania jeszcze inny wniosek – współczesny reporter dużego dziennika, a przy tym poczytny pisarz, musi zapewnić sobie możliwość publikowania atrakcyjnych dla czytelników tematów. Trochę jak w świecie nauki, tak i w reportażu (czy też: literaturze) obowiązuje obecnie zasada *publish or perish* (ang. „publikuj albo gin”).

Tego rodzaju wątki, mniej więcej, zarysowano w reportażu Jacka Hugo-Badera. Wydaniu książki towarzyszyły jednak dwie kontrowersje. Po pierwsze, okazało się, że autor popełnił plagiat, przepisując fragmenty artykułów innych osób. Pisał o tym „Tygodnik Powszechny”, którego dziennikarze – Bartek Dobroch i Przemysław Wilczyński – zarzucili Hugo-Baderowi bezprawne posługiwanie się w książce *Długi film o miłości. Powrót na Broad Peak* fragmentami ich własnych reportaży na temat wyprawy. Spór toczył się na łamach mediów, głównie „Tygodnika Powszechnego”, gdzie opublikowano i zarzuty wobec reportera, i list z jego odpowiedzią. Sprawę komentowały także inne tytuły: „Gazeta Wyborcza”, „naTemat.pl”, „dwutygodnik.com” i inne. Analizując tę sytuację, a także zawartość reportażu Jacka Hugo-Badera oraz wywołaną przez niego dyskusję wokół etosu pracy dziennikarskiej, należałoby zadać pytanie – dlaczego do tego doszło? W jaki sposób można wytłumaczyć decyzję autora o tym, żeby posłużyć się – bez podawania źródła – słowami spisanyymi przez inne osoby? Co spowodowało, że dziennikarz zdecydował się na taki krok? Jedno wyjaśnienie podawał sam twórca – znaczącą rolę odegrała praca pod presją wydawcy, czytelników, czasu.

Druga kontrowersja, poniekąd związana z tą pierwszą, dotyczyła tego, w jaki sposób Hugo-Bader przedstawił tragedię na Broad Peak i stosunki panujące w „bazie”. Organizator wyprawy, Jacek Berbeka, wytknął re-

porterowi nieścisłości, a mówiąc dosłownie – pisanie nieprawdy. W wywiadzie dla „Kultury Liberalnej” Berbeka powiedział:

Przeczytałem tę książkę kilka razy. Znajduje się w niej bardzo dużo konfabulacji. To świadczy o słabości JHB jako reportera, a nawet szerzej – pisarza. On nie prowadzi gry z czytelnikiem. On go po prostu zwodzi. JHB nie przedstawia faktów w taki sposób, w jaki się wydarzyły, lecz tak, jak on chciałby, żeby wyglądały (*Broad Peak...*, 2014).

Pytanie, jakie rodzi się w związku z zarzutami Berbeka wobec Jacka Hugo-Badera, mogłoby brzmieć tak: czy reporter powinien literacko kształtować swoją wypowiedź? Czy powinien włączać takie fragmenty, które są oparte jedynie na jego wyobraźni, a które – z takich czy innych względów – naginają lub pomijają pewne fakty? Jaki wpływ ma strategia wzmacniania wypowiedzi reporterskich fikcją literacką? Publicysta Adam Leszczyński skomentował tę sprawę w szerszym kontekście – „polskiej szkoły reportażu” i wychodzących na jaw podobnych zarzutów, między innymi w stosunku do innego utytułowanego reportera „Gazety Wyborczej”, Witolda Szablowskiego – mając na uwadze i zarzuty wobec Jacka Hugo-Badera, i próby składania wyjaśnień: „Jeśli to prawda, to coś więcej niż zawodowa niekompetencja: to beztroskie przedkładanie swoich interesów jako dziennikarza nad priorytety bohaterów” (A. Leszczyński, 2017). Pod artykułem pojawił się komentarz czytelnika o pseudonimie „Poltiser”: „prawda – to nie tylko problem polskiego reportażu... brytyjski reporter musiał oddać nagrodę Orwella bo go złapano na ściąganiu... z innych” (A. Leszczyński, 2017). Wypowiedź czytelnika daje do myślenia: jakie konsekwencje spotkały Jacka Hugo-Badera? Czy kontrowersje zaszkodziły jego książkom, wydawcom? Jak zareagowali odbiorcy, którzy obserwowali dyskusję w mediach? Czy nie było tak, jak w wypadku autobiografii Jaya Leno, który nie przyjął do wiadomości, że kupowanie faktów z życia innej osoby osłabia osobisty wymiar jego książki? Warto wspomnieć, że niezależnie od debaty wokół reportażu *Długi film o miłości. Powrót na Broad Peak*, autor został nominowany w 2017 roku do Literackiej Nagrody Nike za książkę *Skucha*.

Podsumowując – *Długi film o miłości. Powrót na Broad Peak* to reportaż napisany „na szybko”. Czy tak powinno być? Zapewne, jeśli autor chciał być wierny swojej pamięci i dokładnie oddać specyfikę tych wydarzeń, które opisał. Inna sprawa, że właśnie ta technika, by tak rzec, „alpejska”, to znaczy błyskawicznego wspinania się w pojedynkę na sam szczyt za jednym podejściem, w tym wypadku chyba zaszkodziła książce. Być może jest tak, że reportaż to nie zawsze solowy występ, ale także wyraz współpracy pomiędzy autorem a jego bohaterami.

Bibliografia

Teoria

Czapliński P.: *Niecała prawda o post-prawdzie*, „Polityka. Niezbędnik inteligenta” 2017, nr 1, s. 12–15.

Harsin J.: *Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies*, „Communication, Culture, and Critique” 2015, nr 8, s. 327–333.

Heine M.: *Danke, Merkel, für das Wort „postfaktisch“!*, „Die Welt”, 17.11.2016, welt.de, data dostępu: 10.03.2017.

Keyes R.: *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, New York 2004.

Majmurek J.: *Post-prawda, czyli o świecie, w którym wciąż można wierzyć w zamach Smoleński*, 5.12.2016, newsweek.pl, data dostępu: 10.03.2017.

Pawłowski Ł.: *Gdzie podziła się prawda?*, „Kultura Liberalna” 2016, nr 48, kulturaliberalna.pl, data dostępu: 10.03.2017.

Tesich S.: *A Government of Lies*, „The Nation” 1992, nr 17, s. 12–13.

Media

Hugo-Bader J.: *Długi film o miłości. Powrót na Broad Peak*, Kraków 2014.

Broad Peak – na drugim końcu liny. Jacek Berbeka w rozmowie z Błażem Popławskim, „Kultura Liberalna” 2014, nr 24 (284), kulturaliberalna.pl, data dostępu: 20.05.2017.

Leszczyński A.: *Polska szkoła zmyślenia*, „Krytyka Polityczna” 2017, krytykapolityczna.pl, data dostępu: 31.05.2017.

Sequel



Justyna Bucknall-Hołyńska

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *highlight, serial, talent show*

Definicje

Sequel to inaczej kontynuacja filmu, ale też: serialu, książki, gry komputerowej czy innej formy narracyjnej, przedstawiająca późniejsze losy bohaterów, zrealizowana zazwyczaj po sukcesie kasowym poprzedniej części.

To z reguły dalszy ciąg linearnej narracji, zaczyna się zatem tam, gdzie skończyła się akcja pierwowzoru. W sequele prezentowani są ci sami bohaterowie, powtarzane są wybrane kluczowe elementy poprzedniej wersji, zwykle rozwijana jest niedokończona czy ledwie domknięta historia, rozgrywająca się w tej samej bądź podobnej czasoprzestrzeni, a na pewno w jednym fikcyjnym uniwersum. Z jednej strony, sequel zawiera wyraźne odniesienia do oryginału, czym zaspokaja oczekiwania widzów i fanów czerpiących satysfakcję z rozszyfrowywania zawartych w filmie kontekstów oraz dalszego obcowania z ulubionym bohaterem czy bohaterami. Z drugiej strony, kolejna część jest zjawiskiem typowym dla amerykańskiego komercyjnego kina gatunków, a głównym powodem jego realizacji wydaje się być przede wszystkim sukces pierwowzoru, tak więc zdarza się, że opowieść o dalszych losach bohaterów to jedynie pretekst do powtórzenia formuły i zarobienia jeszcze większych pieniędzy.

Dochodowość tych produkcji, ale także doniosłe znaczenie seryjności w kulturze popularnej oraz oczekiwania widzów partycypujących w zmieniających się wciąż praktykach odbiorczych sprawiły, że sequele od lat osiemdziesiątych XX wieku zdominowały repertuary światowych kin oraz cały przemysł filmowy. Można śmiało rzec, że stały się odbiciem współczesnej rzeczywistości. Ich ekspansja pokrywa się z różnorodnością i, co charakterystyczne dla płynnej nowoczesności, hybrydalnością oraz niejednoznacznością gatunkową. Badaczka zjawiska, Carolyn Jess-Cooke, rozszerza pojęcie sequełu, definiując go jako:

ramę, w obrębie której formuły: powtórzeń, różnic, historii, nostalgii, pamięci i interaktywność odbiorców wytwarza serię dialogów i relacji między tekstowym poprzednikiem a jego kontynuacją, między publicznością a tekstem oraz między historią a pamięcią (C. Jess-Cooke, 2009, s. vii).

To dostrzeganie wzajemnych powiązań nobilituje kontynuację, ale też potęguje kryzys w kinie, sprawiając, że nawet najambitniejsi twórcy filmowi boją się podjąć ryzyko realizacji autorskiej wizji czy po prostu kreacji na wielkim ekranie nowego świata zaludnionego przez nieznaną nikomu bohaterów i ich historii. Kryzys w kinie potwierdza też ponowny zwrot ku telewizji, a raczej neotelewizji (pierwsze dekady XXI w. to wszak złote jej czasy), która oferuje, podobnie jak kinowe sequele rozciągające się w serie, różnego rodzaju seriale i dramaty jakościowe kuszące widza łatwą dostępnością oraz zapewnieniem nawet kilkuletniej fabularnej ciągłości.

Sequele zazwyczaj sytuują się w obszarze kina rozrywkowego (często widowiskowego) i kina gatunków, a więc wpisują w konwencje fabularne pozwalające na łatwe rozpoznanie ekranowej opowieści, takie jak: science-fiction, fantasy, horror, ale też: filmy przygodowe, akcji, familijne, komediowe.

Główne wyróżniki sequeli to przede wszystkim ciekawi bohaterowie i ich niezwykle przygody, a zatem więc sprawnie i jednoznacznie opowiedziana fabuła, zrozumiała dla widzów z całego świata (jasno wyartykułowane globalne sensy, brak ukrytych, metaforycznych znaczeń). Ponadto, z uwagi na komercyjność tych form narracji, cechują je szerokie możliwości techniczne zapewniające: dynamizm akcji, rozmach inscenizacyjny, efekty specjalne, dalekie i mniej znane przestrzenie, a także różnorodność towarzyszących filmowi gadżetów. Wymienione wyżej elementy dostarczają widzom mocnych wrażeń, wielu często skrajnych emocji, ale też zaspokajają intelektualne potrzeby, gdyż zawierają liczne odniesienia do wcześniejszych części oraz podobnych wzorców kultury popularnej.

Cechą charakterystyczną kontynuacji jest uzupełnienie tytułu, który z reguły pozostaje niezmienny. Może więc to być dodanie – numeru odpowiadającego kolejności filmu w serii, na przykład *Superman II* (reż. R. Lester, USA 1980); podtytułu lub innego podtytułu, jeśli wcześniejszy film takowy miał, dobrą ilustracją będzie sequel filmu *Piraci z Karaibów: Klątwa Czarnej Perły* (reż. G. Verbinski, USA 2003) – *Piraci z Karaibów: Skrzynia umarlaka* (reż. G. Verbinski, USA 2006); numeru w serii i jednocześnie innego podtytułu, jak w polskim tłumaczeniu kontynuacji filmu *Desperado* (reż. R. Rodriguez, Meksyk–USA 1995) – *Pewnego razu w Meksyku: Desperado 2* (ang. *Once Upon a Time in Mexico*, reż. R. Rodriguez, Meksyk–USA 2003). Tytuły też się nieznacznie lub całkowicie zmienia, jak w przypadku produkcji *Dzień żywych trupów* (ang. *Day of the Dead*, reż. G. Romero, USA 1985) – kontynuacja *Nocy żywych trupów* (ang. *Night of the Living Dead*, reż. G. Romero, USA 1968), *Przed zachodem słońca* (reż. R. Linklater, USA 2004) – sequel *Przed wschodem słońca* (reż. R. Linklater, USA 1995); *Kolor pieniędzy* (reż. M. Scorsese, USA 1986) – dalszy ciąg historii zapoczątkowanej w filmie *Bilardzista* (ang. *The Hustler*, reż. R. Rossen, USA 1961) czy *Bohater roku* (reż. Feliks Falk, Polska 1986) dopowiadający losy *Wodzireja* (reż. Feliks Falk, Polska 1977).

Zdarzają się też tytuły, w których dokonuje się wielu innych kombinacji oraz ich polskich wersji, by przywołać tylko kilka filmów i kontynuacji: *Park Jurajski* (reż. S. Spielberg, USA 1993) – *Zaginiony Świat: Jurassic Park* (ang. *The Lost World: Jurassic Park*, USA 1997); *Speed: Niebezpieczna prędkość* (ang. *Speed*, reż. J. De Bont, USA 1994) – *Speed 2: Wyścig z czasem* (ang. *Speed 2: Cruise Control*, reż. J. De Bont, USA 1997) czy rodzime produkcje,

takie jak: *Kogel-Mogel* (reż. R. Załuski, Polska 1988) i *Galimatias, czyli kogel-mogel II* (reż. R. Załuski, Polska 1989) oraz *Kiler* (reż. J. Machulski, Polska 1997) i *Kiler-ów 2-óch* (reż. J. Machulski, Polska 1999).

Pojawia się pytanie, co zrobić z produkcjami, które są wielokrotnie kontynuowane, a więc, gdy powstanie sequel sequelu? Twórcy zwykle nie poprzestają na jednej kontynuacji, nawet jeśli pierwotnie mają taki zamiar, jak było choćby w przypadku filmu *Przed zachodem słońca*, do którego po 18 latach od pierwszej części dokręcono kolejną. Filmy te układają się w serie sequeli (*multiple sequels*), by wymienić tylko z tytułów takich produkcji jak: *Gwiezdne wojny*, *Piraci z Karaibów*, *Powrót do przyszłości*, *Terminator*, *Harry Potter* i wiele, wiele innych – tych ostatnich jest najwięcej, co tłumaczy się popularnością oraz względami komercyjnymi.

Zatem wydaje się, że sequelem pozostanie każda kontynuacja poprzedniej części, o ile ukazuje zdarzenia późniejsze, dotyczy tych samych bohaterów, tematów i rozgrywa się w podobnej czasoprzestrzeni, a więc wpisuje się w zawartą na wstępie definicję. Kategoria czasu wydaje się tutaj kluczowa, bowiem należy pamiętać o seriach filmowych i telewizyjnych, składających się z kilku, do nawet kilkudziesięciu filmów dotyczących jednego głównego wątku lub postaci, ale bez zachowania chronologii i spójności następujących po sobie zdarzeń. Seriami w tym rozumieniu będą filmy ukazujące się pod modyfikowanymi tytułami: *James Bond*, *Mission: Impossible*, *Halloween*, *Piła*, *Piątek trzynastego*.

Problem w nakreśleniu omawianego zjawiska komplikują kontynuacje zaburzające dotychczasową fabularną chronologię, to m.in. *prequel* – film przedstawiający wydarzenia wcześniejsze niż w pierwowzorze, na przykład *Egzorcysta II: Heteryk* (reż. W. Friedkin, USA 1977) powstały po *Egzorcystcie* (reż. W. Friedkin, USA 1973); *interquel* – *Szybko i wściekle* (reż. J. Lin, USA 2009) rozgrywający się pomiędzy *Za szybcy, za wściekli* (reż. J. Singleton, 2003) a *Szybcy i wściekli: Tokio Drift* (reż. J. Lin, USA 2006); *midquel* – film, którego akcja rozgrywa się w trakcie wcześniej przedstawionej – *Dziedzictwo Bourne'a* (reż. T. Gilroy, USA 2012) dzieje się podczas wydarzeń w *Ultimatum Bourne'a* (reż. P. Greengrass, USA 2007).

Jakkolwiek ten podział wydaje się logiczny i czytelny, należy wspomnieć, że istnieją filmy wymykające się wszelkim podziałom i kategoryzacji, jak *Ojciec chrzestny II* (reż. F. F. Coppola, USA 1974) będący jednocześnie *prequelem* i *sequelem* *Ojca chrzestnego* (reż. F. F. Coppola, USA 1974) czy *Kill Bill: Vol. 2* (reż. Q. Tarantino, USA 2003) zrealizowany jako jeden film, lecz z racji długiego metrażu podzielony na dwie części, z której druga miała swą premierę kilka miesięcy po pierwszej.

Definicję sequelu zaciemniają jeszcze takie produkcje, które grają z dotychczasowymi konwencjami i przyzwyczajeniami widza, pozornie nic nie zmieniają lub przeciwnie, zaburzają nie tylko czas, ale i przestrzeń, przenoszą akcent ważności z jednego bohatera na drugiego, wprowadzają czy zmieniają problematykę utworu, perspektywę opowiadania, a nawet scalają wątki z różnych pierwowzorów. W ostatnim czasie pojawiły się nowe, anglojęzyczne terminy związane z analizowanym pojęciem, by wymienić tylko: *pseudosequel*, *standalone sequels*, *siedequel* (*spin-off*), *paraquel*, *macroquel*, *cross-over*, a także *remake*, *reboot*, *retcon* (zob. A.A. Klein, R.B. Palmer, 2016).

Warto dodać, że sequelami bywają filmy wcale za nie nieuchodzące, takie jak na przykład obrazy polskiego reżysera Marka Koterskiego opowiadające o życiu Adasia Miauczyńskiego: *Życie wewnętrzne* (1986), *Nic śmiesznego* (1995), *Ajlawiu* (1999), *Dzień świra* (2002) oraz *Wszyscy jesteśmy Chrystusami* (2006).

Sequel wydaje się dziś terminem nowym i modnym, jednak podobnie jak większość filmowych form narracyjnych ma swoje źródło w literaturze i to tej najdawniejszej, sięgającej czasów Homera. Cieszył się powodzeniem przez wszystkie niemal wieki, by osiągnąć szczyt popularności w XX i XXI wieku wraz z rozwojem mediów, które sprawiły, że sequele zaczęły obrastać intertekstualnymi konotacjami (traktuje o tym książka P. Budra i B.A. Schellenberg *Part Two: Reflections on the Sequel*). Z sequelami na wielkim ekranie mamy do czynienia od początku kinematografii światowej. Już pierwsze filmy przypisywane braciom Lumière, Thomasowi Edisonowi, a następnie też produkcje George'a Meliesa i ich następców noszą znamiona kontynuacji. Jednak prawdziwa moda na realizację sequeli rozpoczęła się wraz z rosnącą rolą telewizji i walką o zatrzymanie widza w kinie za pomocą serii wysokobudżetowych widowisk przeznaczonych dla szerokiej publiczności. Zapoczątkowały je *Gwiezdne wojny* w 1977 roku otwierające nowy nurt zwany Kinem Nowej Przygody, który na zawsze zmienił kino w światowy przemysł filmowy. Obecnie, w drugiej dekadzie XXI wieku i przy rosnącym znaczeniu neotelewizji oraz innych mediów cyfrowych – sequele (ale też inne odmiany kontynuacji) zdominowały repertuar kin, proponując widzom kilkadziesiąt sequeli rocznie, a kilka dziennie). Podbijają serca milionów fanów i zdobywają najwyższe miejsca w rankingach *blockbusterów*, co oznacza, że są najbardziej dochodowymi i oglądanymi filmami fabularnymi na świecie.

Jak widać przy definiowaniu sequelu duże znaczenie ma ekonomia kina, kontynuacje stanowią bowiem nowe praktyki w marketingowym systemie Hollywood ostatnich dekad (M. Adamczak, 2011, s. 41). A praktyki te można zawęzić do dwóch koncepcji – „chęci maksymalnego wykorzystania sprawdzonych pomysłów” (J. Szyłak, 2011, s. 9) lub inaczej, „maksymalizacji zysków przy jednoczesnej minimalizacji ryzyka” (M. Adamczak, 2011, s. 46). Od lat wiadomo, że przynoszą one największe dochody (*Sequels equal money!*). Jak to się dzieje? Przede wszystkim są mniej ryzykowne, gdyż „nie stanowią prototypu nowego pojazdu, lecz jedynie przeróbkę produktu, który odniósł już znaczący sukces rynkowy” (M. Adamczak, 2011, s. 42). Wiadomo stąd, że dalszy ciąg podobnej struktury narracyjnej również się sprzedaje, czego nie wiadomo w odniesieniu do filmu opartego na oryginalnym scenariuszu. Co ważne, większość hollywoodzkich sequeli generuje podobne lub jeszcze większe zyski, rzadko zdarza się, że jest inaczej. „Nawet jeśli wpływy z części drugiej czy każdej kolejnej są niższe od pierwszej, producenci i tak osiągają zysk przy daleko posuniętej redukcji ryzyka” (M. Adamczak, 2011, s. 42). Ponadto, studia i firmy dystrybucyjne mogą ograniczyć budżet reklamowy, marka wszak jest już wszystkim znana, a w zamian za to wydać pieniądze na szerszą dystrybucję wszystkich części filmu oraz towarzyszące im gadżety, które przyniosą wielokrotność zysku z kin, liczoną nawet w miliardach dolarów. Dlatego też o *sequele*, a raczej całe ich serie oparte na franczyzie, dba rozpisana na lata *merchandisingowa* strategia. Wydaje się więc, że dziś film stał się korporacyjnym produktem dzielącym repertuar światowych kin na sequele i nie-sequele (*non-sequels*).

Sequel jako jedna z odmian wielu audiowizualnych powtórzeń dominujących we współczesnym przemyśle kulturowym wpisuje się w kulturę recyklingu, która obudowuje niemal każdy tekst innymi paratekstami i artefaktami mającymi zaangażować uczestnika tej kultury na wiele lat i sposobów przez przetwarzanie struktur narracyjnych, wrzucanie ich w sieć wzajemnych nawiązań. Udać się to z dużym sukcesem. Szerokie grono użytkowników z różnych kręgów kulturowych od początku popularności sequeli filmowych (jak i innych tekstów kultury) gotowe jest czekać rok i dłużej na fabularną kontynuację ulubionego tytułu, bo chce poznać dalsze losy bohaterów, których polubiło, a nawet pokochało, czego dowodzą także seriale nowej generacji. Nie chodzi tylko o ekranowe postaci i ich historie. Widz dużego czy małego ekranu po prostu lubi to, co zna i nie ma nic przeciwko powtórkom. Większość osób kupujących film na DVD widziała go wcześniej w kinie i dlatego rokrocznie te same tytuły pojawiają się w telewizji w świątecznym okresie. Tym jednak, co wyróżnia sequele spośród innych audiowizualnych przetworzeń jest opinia, że najczęściej rozczarowują. Uczucie zawodu wynika z oczekiwań podobnych wrażeń, co przy pierwszym razie, i pamięci, która narzuca porównanie obu części. Na tym tle kontynuacja rzadko wypada lepiej. Dodatkowo, towarzyszy jej często negatywna ocena krytyków narzekających na „wyjałowienie intelektualne Hollywoodu, brak świeżych pomysłów, ogłupianie publiczności” (B. Hollender, 2007, s. A15). Niemniej jednak sequele są najczęściej oglądane przez kinową publiczność. Pełnią przede wszystkim funkcje rozrywkowe, odwołują się do wcześniejszych doświadczeń, w dużym stopniu zaspokajają oczekiwania i wyobrażenia widza. Ponadto, dzięki sequelom:

„ponownie wynaleziono kino” jako korporacyjny produkt, którego znaczenie komercyjne daleko wykracza poza salę kinową, będącą dla niego jedynie początkiem merkantylnej podróży; produkt cyrkulujący globalnie w ponowoczesnym, cyfrowym świecie. (...) Być może to „ponowne wynalezienie kina” ocaliło je dla nas w XXI wieku w bardzo konkurencyjnym świecie nowych technologicznie form rozrywki (M. Adamczak, 2011, s. 48–49).

Interpretacja

Listy do M. 2 w reżyserii Macieja Dejczer z 2015 roku to sequel polskiej komedii romantycznej, wpisujący się również w krąg filmów o tematyce świątecznej. Jest kontynuacją opowieści o życiu kilkorga bohaterów, do jakich wracamy po kilku latach przerwy, by zobaczyć, jak rozwinęły się ich miłosne związki zapoczątkowane, bądź odnowione, dzięki magii Wigilii Bożego Narodzenia. Pojawiają się więc w nim charakterystyczne dla tego typu produkcji powtórzenia – ta sama estetyka, identyczne kreacje postaci, jednakowo piękna sceneria zaśnieżonej Warszawy, podobne motywy i wątki, a nawet sekwencje, a także niezmienny sposób prowadzenia narracji – sprawnego opowiadania przeplatających się zdarzeń w montażu synchronicznym. Dynamiczność następujących po sobie i krzyżujących się scen i postaci nie sprawia widzowi trudności w śledzeniu akcji, ponieważ pozbawiona jest niedopowiedzeń czy głębszych, ukrytych znaczeń. Jedyne naddane sensory to odniesienia do pierwowzoru, których nieznajomość nie zaburza odbioru.

Jak na sequel przysłało *Listy do M. 2* zawierają także nowe elementy przedstawionego świata, których zadaniem jest zaskoczenie widza, gra z przyzwyczajeniem. Pojawiają się zatem nieznane wcześniej postaci uzupełniające plejadę różnorodnych, aczkolwiek mocno stypizowanych charakterów o odmiennym statusie społecznym, orientacji, osobowości. To jednak, co ich łączy, a jednocześnie pozostaje dystynktywne dla gatunku, to ich młody wiek i atrakcyjny wygląd. Młodość, piękno i miłość to motywy przyciągające publiczność do kin, szczególnie w wolnym od pracy i nauki okresie świątecznym, zwłaszcza że film, podobnie jak inne sequele, dostarcza wielu emocji, przede wszystkim uczucia szczęścia, nadziei, wzruszenia, ale też silnego lęku i żalu, zażegnane naturalnie wraz z nieodłącznym dla tego gatunku *happy endem*.

Listy do M. 2 powstały rzecz jasna po kasowym sukcesie pierwszej części – *Listów do M.*, w reżyserii Mitji Okorna (2011). Pierwowzór był najchętniej oglądanym tytułem w roku premiery, gromadząc niemal dwuipółmilionową publiczność. Jego sequel natomiast, mimo że uznany przez krytykę za gorszy od części pierwszej, do dziś pozostaje na czwartym miejscu w rankingu polskich filmów (po 1989 r.) z największą oglądalnością, po takich tytułach, jak: *Ogniem i mieczem*, *Pan Tadeusz*, *Quo vadis*, gromadząc niemal 3 mln widzów i zarabiając 50 mln zł.

Obie części to wzorcowy przykład marketingowej strategii oraz filmowej konsumpcji. Założeniem twórców było nie tyle stworzenie wybitnego dzieła, ile raczej filmowej marki (*brand movie*), która dobrze się sprzedaje. W tym celu właśnie zaadaptowano na polski grunt oryginał – brytyjską bożonarodzeniową komedię romantyczną *To właśnie miłość* (ang. *Love Actually*) napisaną i wyreżyserowaną przez Richarda Curtisa, znanego na całym świecie z takich produkcji, jak: *Cztery wesela i pogrzeb* (1994), *Notting Hill* (1999) czy *Dziennik Bridget Jones* (2001). Produkcja ta, jak i poprzednie tego twórcy, uznane są za arcydzieła gatunku. Wydaje się, że kopia takiego pomysłu nie mogła się nie udać, rozpisano ją więc tak, by poszczególne miłosne historie nie kończyły się, a nawet wymagały dopowiedzenia. Co więcej, zaangażowano nie tyle najlepszych, ile najpopularniejszych w danym czasie aktorów, stworzono piękną scenografię, dobrano uwielbiane i znane muzyczne utwory, ale też zadbano o spójną kompozycyjnie całość i świetne dialogi. Dzięki temu obie części weszły na stałe do puli filmów oglądanych co roku, a ich sukces sprawił, że przygotowywana jest obecnie kolejna część – *Listy do M. 3*, a premierę zaplanowano na listopad 2017 roku.

Bibliografia

Teoria

- Adamczak M.: *System marketingowy w Hollywood w latach 1977–2011*, w: J. Szylak (red.), *Kino nowej przygody*, Gdańsk 2011.
- Budra P., Schellenberg B.A.: *Part Two: Reflections on the Sequel*, Toronto 1998.
- Klein A.A., Palmer R.B. (red.): *Cycles, Sequels, Spin-offs, Remakes, and Reboots: Multiplicities in Film and Television*, Texas 2016.
- Hollender B.: *Ja tu jeszcze wrócę*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 77.

Jess-Cooke C.: *Film Sequels: Theory and Practice from Hollywood to Bollywood*, Edinburgh 2009.

Sowińska I.: *Sequel*, w: T. Lubelski (red.), *Encyklopedia kina*, Kraków 2003.

Szyłak J.: *Kino Nowej Przygody – jego cechy i granice*, w: J. Szylak (red.), *Kino nowej przygody*, Gdańsk 2011.

Media

Listy do M. 2 (sequel filmu *Listy do M.*, reż. Mitja Okorn z 2011 r.) – reżyseria: Maciej Dejczer; reżyser II: Iwona Kegler, Maria Skąpska, Piotr Fiedziukiewicz, Filip Szmidt; scenariusz: Marcin Baczyński, Mariusz Kuczewski; zdjęcia: Marian Prokop; scenografia: Joanna Kaczyńska; muzyka: Łukasz Targosz; główne role: Maciej Stuhr, Roma Gąsiorowska, Tomasz Karolak, Agnieszka Dygant, Piotr Adamczyk, Agnieszka Wagner, Wojciech Malajkat, Paweł Małaszyński, Katarzyna Zielińska, Katarzyna Bujakiewicz i in.; Polska 2015.

Serial



Monika Talarczyk-Gubała

Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera w Łodzi

Tagi: *docusoap, highlight, talent show*

Definicje

Do niedawna oglądanie seriali telewizyjnych należało do tak zwanych wstydliwych przyjemności, a stały repertuar odmian gatunkowych utrzymywał widzów w przekonaniu, że ze współczesnych mediów telewizja pozostanie najbardziej przewidywalna.

Klasyczny podział na filmy telewizyjne, serie i seriale, w tym opery mydlane, telenowe, miniseriale i serie antologiczne, utrzymywany w anglojęzycznej literaturze przedmiotu jeszcze do połowy lat dziewięćdziesiątych XX wieku, stracił zastosowanie ze względu na hybrydyzację gatunków w erze współczesnej (post)telewizji. Warto przypomnieć, że przez serię (ang. *the episodic series*) rozumiano dotąd cykliczne widowisko, składające się z fabularnie zamkniętych i niezależnych od siebie odcinków, w których powtarzają się postaci, a nawet miejsce akcji, ale każdy opowiada odrębną historię. Z kolei w serialu (ang. *the continuing serial*) wątki były kontynuowane przez wiele odcinków, a ich rozwiązanie celowo zawieszane na końcu odcinka (ang. *cliffhanger*), by mogły być rozwijane w kolejnym, a nawet w nieskończoność, jak w amerykańskiej operze mydlanej. Seriale nowej generacji połączyły typowy dla serialu sposób prowadzenia głównego wątku przez kolejne odcinki z charakterystycznym dla serii dramatycznym rozwiązywaniem pobocznych wątków w poszczególnych odcinkach. W cenie są luki narracyjne, czyli historie wykraczające poza ramy pojedynczych odcinków, a nawet obejmujące całe sezony, wymagające od widzów koncentracji, ale i dające szczególną odbiorczą satysfakcję. To zaledwie jedna z różnic, które wyznaczyły nowy trend telewizji przełomu wieków.

Zdaniem badaczy mediów, do „zwrotu telewizyjnego” doszło na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku, kiedy stacja ABC rozpoczęła emisję serialu *Miasteczko Twin Peaks*, kierowanego do widzów o bardziej wyrafinowanym guście. Stylistyczna spójność serialu, który firmowało nazwisko reżysera pierwszych odcinków, Davida Lyncha, oraz niespotykane dotąd w serialu kontrowersyjne treści (seksualne wykorzystywanie nieletnich, prostytutka, handel narkotykami, działalność FBI, parapsychologia i inne) stanowiły nową jakość telewizji, która dość szybko znalazła wielu zagorzałych miłośników na całym świecie. Rozwijające się telewizje kablowe postawiły zatem na dopracowane, autorskie projekty, czerpiące z tradycji kina artystycznego, a niektóre z nich, jak HBO,

usiłują wciąż podtrzymywać w widzach przekonanie, że ta jakość jest tożsama z ich nazwą, mimo że znalazły konkurencję w takich stacjach jak Showtime (*Californication*, *Dexter*) czy AMC (*Mad Men*, *Breaking Bad*). Jednym z pierwszych seriali HBO tak zwanej nowej generacji był serial *OZ* (1997–2003) o więzieniu o zaostrzonym rygorze, który wprowadził do seriali tak kontrowersyjne tematy, jak kanibalizm, wykorzystywanie seksualne, rasizm oraz nowy typ bohatera (mordercę). Dotąd tego typu kontrowersyjne treści były blokowane przez Federalną Komisję ds. Komunikacji w ogólnodostępnych kanałach telewizyjnych. Usługi typu STV, czyli telewizji z dodatkowo płatnym abonamentem, jak HBO, były wyłączone spod jej nadzoru. Dopiero jednak popularność i jakość serialu *Rodzina Soprano*, emitowanego w latach 1999–2007, przesądziła o tendencji, która stała się znakiem rozpoznawalnym (post)telewizji. HBO stała się synonimem telewizji jakościowej, nowoczesnej i kontrowersyjnej, oferującej w zamian za abonament kapitał kulturowy adresowany do bardziej wyrafinowanej widowni niż ta, która śledziła dotąd opery mydlane, bawiła się na sitcomach czy lkała przy iberoamerykańskiej telenowel.

Definicję seriali nowej generacji możemy wyprowadzić, za Susan Cardwell, z opisu walorów telewizji amerykańskiej:

Pogramy amerykańskiej jakościowej telewizji z reguły są dobrze zrealizowane, charakteryzuje je naturalistyczna gra aktorska, obecność znanych i szanowanych aktorów, wycucie wizualne, kreowane przez staranną, czasem nowatorską pracę kamery i montaż, oraz stylowa ścieżka dźwiękowa, tworzona przez przemyślane użycie odpowiedniej, często oryginalnej muzyki. (...) Ogólnie rzecz biorąc, istnieje poczucie spójności stylistycznej, w której motywy i styl przeplatają się w ekspresywny i robiący wrażenie sposób. Poza tym, pogramy raczej podejmują poważne tematy niż odzwierciedlają powierzchowne wydarzenia z życia wzięte; często sugerują, że widz zostanie nagrodzony za poszukiwanie w szczegółach szerszego symbolicznego lub emocjonalnego oddźwięku. Amerykańska telewizja jakościowa dąży również do koncentracji na teraźniejszości, podejmując refleksję nad współczesnym społeczeństwem i rekrystalizując ją dzięki przywołaniu mniejszych przykładów i drobnych przypadków (T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, 2011, s. 137).

Dramaty jakościowe nie tylko dezaktualizują podział na telewizję śmieciową (*trash TV*) i jakościową (*quality TV*), ale rozszerzają pojęcie samej telewizji. Slogan promujący HBO jako telewizję jakościową – „To nie telewizja, to HBO!” – sugeruje, że abonenci tej stacji obcuja z czymś więcej niż zwykłą telewizją. Przewrotność tego sloganu, parafrazowanego już na wiele sposobów (na przykład „To nie porno, to HBO!”), wskazuje na charakterystyczne dla współczesnej telewizji czerpanie z innych mediów niż sama telewizja, czyli z tradycji kina artystycznego, kina gatunków i gier komputerowych. Ponadto oznacza włączenie do grona twórców telewizyjnych reżyserów, którzy wypracowali markę „autora” w filmach przeznaczonych na duży ekran, a teraz reżyserują nawet nie całe serie, ale kilka odcinków w serii. „Autorem” seriali nowej generacji jest bowiem w większym stopniu producent wykonawczy (ang. *showrunner*), często tożsamy z głównym scenarzystą, odpowiedzialny za spójność stylistyczną całości. Posttelewizja angażuje nie tylko nowych reżyserów, ale przyciąga przed ekran także nowych

niszowych odbiorców (ang. *narrowcasting*), dotąd zaniedbywanych przez ogólnodostępne stacje, jako fani gier komputerowych czy mniejszości seksualne.

Czy rzeczywiście jesteśmy świadkami „zwrotu telewizyjnego”? Jane Feuer obala tezę o rewolucyjnym charakterze współczesnych dramatów jakościowych, przypominając, że terminem *quality drama* oznaczano transmitowane na żywo nowojorskie spektakle teatralne amerykańskiej telewizji lat pięćdziesiątych XX wieku. Jej zdaniem powinniśmy używać tego pojęcia jako opisowego, a nie historycznego, przypisanego produkcjom końca lat dziewięćdziesiątych i współczesnym (T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, 2011, s. 116).

Małgorzata Major i Samuel Nowak we *Władcach torrentów* także podają w wątpliwość przewodnią tezę o współczesnym „zwrocie telewizyjnym” i rzekomo nowej generacji seriali, ze wskazaniem na repertuar polskiej telewizji. Jak dowodzą, dramaty jakościowe stanowiły domenę ogólnodostępnej telewizji (także telewizji polskiej jako producenta i nadawcy) niemal od początku jej funkcjonowania. Dramat jakościowy rozumiany jako serial telewizyjny o określonej strukturze pojawił się bowiem najpierw w telewizji ogólnodostępnej, a dopiero później w kablowej, i to kilkadziesiąt lat temu. *Sceny z życia małżeńskiego* Ingmara Bergmana (1973), *Korzenie* stacji ABC (1977), *Berlin Alexander Platz* (1980) Rainera Wernera Fassbindera dowodziły, że seriale telewizyjne zdolne są wyrażać w sposób pogłębiony problematykę polityczną, społeczną i psychologiczną, zarówno w kameralnych dramatach, jak i epickim wymiarze. Nowak stawia pytanie, czy takie polskie seriale, jak *Wojna domowa* (1965–1966), *Czterej pancerni i pies* (1966–1970) i spektakle Teatru Telewizji nie realizowały jeszcze wcześniej rzekomo rewolucyjnego modelu telewizji jakościowej. Z pewnością o jakości polskiej telewizji świadczyły też seriale *Stawka większa niż życie* (1967–1968), *Dom* (1980) czy *Królowa Bona* (1980) oraz *Dekalog* (1988) Krzysztofa Kieślowskiego, który z kolei, jako jedyny z polskich seriali, znajduje się stale w ofercie DVD na rynku zagranicznym i ma szansę stać się przedmiotem analiz weryfikującym zwrot telewizyjny w anglojęzycznej literaturze przedmiotu. Dominująca w „zwrocie telewizyjnym” stacja HBO Polska produkuje już rodzime seriale – *Bez tajemnic* (polską wersję izraelskiego *Bi-tipul*) i *Watahę* (oryginalną produkcję, której akcja osadzona jest w Bieszczadach).

Nawet jeśli jakość zawsze wpisana była w mniejszym lub większym stopniu w telewizyjny repertuar, to bez wątplenia zmieniły się praktyki odbiorcze widzów. Dotąd przeskakiwali z kanału na kanał, a do opery mydlanej mogli wrócić bez straty orientacji nawet po kilku odcinkach. Tymczasem seriale nowej generacji wymagają pełnej koncentracji, gdyż często odważnie eksperymentują z narracją, czasoprzestrzenią i sekwencją zdarzeń, a nawet zawierają zagadki, które rozszyfrowywane są przez grupy fanów. Widzowie odwykli od podporządkowywania się telewizyjnej ramówce i wybrali nowy sposób odbioru seriali, zwany *binge watching* lub *binge viewing*, czyli skoncentrowany i intensywny, obejmujący kilka odcinków naraz albo w ciągu kilku dni. Jakość seriali nowej generacji i zaangażowanie widzów skłoniły wydawców do wpuszczenia na rynek wielopłytowych serii na nośniku DVD, przeznaczonych dla kolekcjonerów. Publicyści z kolei zaczęli pisać o „epidemii chronicznej serializacji”, która przejawia się nie tylko intensywnym oglądaniem seriali, ale różnymi twórczymi strategiami odbioru. Fani seriali

nowej generacji nie są biernymi konsumentami, ale aktywnymi prosumentami, czyli konsumentami zaangażowanymi w nieformalną współprodukcję i promowanie produktów ulubionej marki. Z wykorzystaniem dostępu do nowych mediów produkują własne paratelewizyjne treści inspirowanie ulubionym serialem, w postaci alternatywnych wersji (*fan fiction*), parodii, memów. Mniej twórczy widzowie mają z kolei do dyspozycji więcej produktów medialnych, które pozwalają na kontynuację aktywnej zabawy inspirowanej serialem, na przykład gier komputerowych, gadżetów, ubrań.

Serial nowej generacji jest zatem przekazem transmedialnym, rozproszonym na różnych platformach komunikacyjnych. Skoro treści posttelewizyjne nie są przypisane tylko staremu medium, seriale nie tracą na popularności nawet wobec mody na pozbywanie się odbiorników telewizyjnych (ang. *cord cutting*). Zresztą w Polsce w 2013 roku statystyki wskazywały, że blisko 65% gospodarstw domowych wyposażona jest w co najmniej jeden odbiornik telewizyjny. Pytanie, ilu widzów opłaca dodatkowy abonament, a ilu serfuje w poszukiwaniu seriali po internecie? Mirosław Filiciak podkreśla ekonomiczny aspekt odbioru nowej telewizji, a mianowicie na elitaryzm treści jakościowych. Jego zdaniem, podział na ogólnodostępne i płatne treści legitymizuje podziały społeczne pod względem zamożności, wbrew idei demokratycznego medium, jakim jest z założenia telewizja (T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, 2011, s. 235–238). Z drugiej strony sam tytuł najnowszego zbioru poświęconego serialom nowej generacji, czyli *Władcy torrentów*, wskazuje, że kapitał kulturowy posttelewizji jest, póki co, ogólnodostępny, choć nie na legalnych zasadach, a kulturowa separacja dotyczy w większym stopniu widzów bez kompetencji teleinformatycznych, czyli tych, którzy trwają przy tradycyjnym telewizyjnym odbiorze, a nie internetowym, przez system wymiany plików czy tzw. telewizję strumieniową. Kolejny przełom w (post)telewizji dokonał się właśnie w sieci dzięki Netflix – największej wypożyczalni filmów przez media strumieniowe, która wyprodukowała pierwszy nie-telewizyjny serial *House of Cards* (2013).

Interpretacja

Bez tajemnic to historia Andrzeja Wolskiego (J. Radziwiłowicz), warszawskiego psychoterapeuty w wieku około 50 lat, dzięki któremu poznajemy historie jego pacjentów. W pięcioodcinkowych cyklach w trzech sezonach do jego gabinetu powracają coraz lepiej nam znani pacjenci – w różnym wieku, w różnym stanie, w różnej gotowości do zwierzeń. Mimochodem z zamyślanej twarzy Andrzeja i epizodycznych wątków z udziałem jego żony, synów, przyjaciółki poznajemy bliżej samego terapeutę, nabierając pewności, że ten, który dziś pomaga, sam będzie musiał zmierzyć się z własną smugą cienia. Powracającym motywem rozmów jest mimowolne skojarzenie wpływającego czasu sesji i mijającego życia. „Nasz czas się skończył” – tą formułą Andrzej skłania pacjentów do powrotu do rzeczywistości. Kontrakt pacjenta i terapeuty gwarantuje, jeśli jest taka potrzeba, spotkanie w kolejnym tygodniu. Podobnie – serial. Poza nimi, poza telewizją i gabinetem, nie ma niestety powtórki z życia. Ten pełen melancholii nastrój pryska pod wpływem temperamentów jego pacjentów – im młodszych, tym mniej skłonnych do zadumy.

„Dzielić gównu na atomy” – tego nie lubi Weronika (M. Bela), bohaterka pierwszego odcinka i to w jej cieniu Andrzej pracuje jeszcze długo po ich rozstaniu. Choć pierwsze słowo, jakie pada w serialu, to pospolite polskie przekleństwo, mówi się w nim dużo i ciekawie (*Talking cure*).

W pierwszym sezonie Andrzej jeszcze przypominał, przynajmniej wyglądem, terapeutę z amerykańskiej wersji serialu *In treatment*, czyli Gabriela Byrne’a. Na szczęście z każdym odcinkiem Andrzej Wolski coraz bardziej upodabniał się do Jerzego Radziwiłowicza z kina moralnego niepokoju. Skupienie. Kąciki ust jakby obciążone wrodzonym smutkiem. Właściwie Wolski-terapeuta był od początku gotowy, dzięki wielu rolom spowiedników w filmografii Radziwiłowicza (*Ryś*, *Śmierć jak kromka chleba*, *Wino truskawkowe*, *Pokłosie*). Z kolei Andrzej-pacjent, prywatnie mniej powściągliwy i znacznie bardziej uparty, wszedł na plan serialu HBO w aurze swej kreacji w serialu *Glina*. Warto przypomnieć te role, bo kameralne *Bez tajemnic* oparte jest na kunszcie aktorskim w większym stopniu niż inne seriale. Niewątpliwie, każdy sezon gromadzi zestaw typowych przypadków w różnym wieku: neurotyczne nastolatki, wypaleni młodzi ludzie, pacjenci w kryzysie wieku średniego. Statyczne ujęcia, stałe miejsce spotkań, monologi pacjentów – wszystko sprawia, że całe zadanie spoczywa na barkach aktorów. Owe „przypadki” zyskują psychologiczne wysokie prawdopodobieństwo dzięki pierwszorzędnym aktorom, takim jak Marcin Dorociński, Ilona Ostrowska, Łukasz Simlat, Magdalena Cielecka, Magdalena Popławska, Danuta Stenka, Janusz Gajos, Stanisława Celińska. Zwłaszcza elementarne zadanie aktorskie – płacz – realizują mistrzowsko. Zresztą, jak mawia jedna z pacjentek: „Jak nie płaczę, to nie płaczę”. Samotni czy w związkach, dzieci i bezdzietni, ci, którzy mają wszystko przed sobą i ci, którzy mają wszystko za sobą. Zajęci życiem pozornym czy wyczerpani doświadczeniami – wszyscy płaczą (i płacą).

W gabinecie nie ma przysłowiowej kozetki. Andrzej zasiada w fotelu, ale pacjentom proponuje kanapę. Ma to o tyle symboliczne znaczenie, że choć terapie są zazwyczaj indywidualne, to i tak pacjenci „zasiadają” podświadomie z całymi rodzinami, rodzicami i dziećmi. Poza tym miejsca spotkań zmieniają się co sezon w wyniku wyborów życiowych Andrzeja. Serial rozpoczyna się w obszernym gabinecie jego rodzinnej podmiejskiej wille, w drugim sezonie, po podziale majątku z powodu rozwodu, funkcję gabinetu pełni salon z aneksem kuchennym w starym mieszkaniu w śródmieściu, w trzecim sezonie – Andrzej, równie osamotniony jak jego pacjenci, przyjmuje w nowoczesnym wieżowcu medycznym w centrum miasta. W każdym z tych miejsc na samopoznanie pacjentów dyskretnie pracuje też symbolika rekwizytów, wydobywane przez operatora refleksy i odbicia w szklanych blatach stolików, okien, luster. Zmienia się status Andrzeja, ale nie zmienia się koszt sesji. 100- i 50-złotowe banknoty na stoliku Andrzeja nie pozostawiają wątpliwości, że samopoznanie jest przywilejem i nie każdy może uważać się w komfortie. Przedstawiciele klasy średniej, ich dzieci i ich rodzice, odszyfrowują traumy swych biografii.

W związku z tym można by się zastanowić, na ile rodzime *Bez tajemnic* jest sformatowane właśnie na polskie warunki. Przypomnę, że idea serialu oparta jest na izraelskim formacie *Be-tipul* i amerykańskiej serii *In treatment*. Dla widzów serial popularyzujący terapię, oswajający z sytuacją sesji, ma inne znaczenie niż dla indywidualnych

pacjentów. Współczesna kultura terapii strywalizowała osiągnięcia psychoanalizy w postaci poradników, psychotestów i psychozabaw. Jeśli wzorzec pochodzi z Izraela, można założyć, że *Be-tipul* jest jednym z przejawów kultury terapii rozumianej niekiedy jako kultura posttraumatyczna, dokładniej – postholokaustowa. W rodzimej odmianie leczymy dodatkowo skutki traumy transformacji, która nałożyła się na indywidualne przemiany i przełomy. Oczywiście nie jest to serial społeczno-polityczny, zdecydowanie – intymny. Gdyby jednak Freudowską metodą interpretacji pomyłek, przeżyć, swobodnych skojarzeń i analizy snów spróbować odkryć jego ukrytą strukturę, wówczas jawi się jako serial nieświadomości zbiorowej, a nie indywidualnej.

Bez tajemnic oparte jest w większym stopniu na omawianiu minionych zdarzeń niż na dramaturgii aktualności. Skoro wszystko się już wydarzyło, pozostaje objaśnić nieuchwytny dla bohaterów sens indywidualnych mikrohistorii. Najdłuższą historię terapii ma właśnie Natalia, która trafiła do Andrzeja w nieplanowanej ciąży przed ponad 15 laty, a teraz wraca „po dziecko”. Dominują poczucie winy i tłumiony gniew. Inni pacjenci, małżonkowie tworzą przeciwko sobie fronty z dziećmi, te z kolei jak czułe barometry wskazują stopień dysfunkcji całej rodziny. Koszty rozstań rodziców ostatecznie ponoszą ci, którzy nie prowadzą jeszcze życia na własny rachunek – rachunek krzywd i strat. Jak się wydaje, każdy model wychowania kończy się porażką. Andrzej mediuje między małżonkami, między rodzicami a dziećmi, między nieświadomością a świadomością, rozwodząc się w tle z własną żoną. Ku zdumieniu młodych ludzi związek nie jest oparty na romantycznej miłości, ale na pracy w ramach niepisanej umowy gospodarowania wzajemną energią psychiczną. Sesje, gdzie wykonuje się tę zaległą pracę, okazują się bardzo wyczerpujące. Empatyczny Andrzej także opada na tył fotela ze zmęczenia. Płeć i wiek głównego bohatera wskazują na to, że najbardziej zaniedbanym zadaniem jest ojcostwo. Wieńczy je przełomowa scena golenia nieprzytomnego ojca Andrzeja w szpitalu.

W serialu *Bez tajemnic* wszyscy bywają pacjentami, nieliczni terapeutami. Sam Andrzej Wolski regularnie spotyka się ze swoją superwizorką, Barbarą Lewicką (K. Janda). Wówczas jako pacjent (bo ostatecznie superwizja zmienia się w terapię) może sobie pozwolić na uwagi typu: „Jak długo można siedzieć i chrzanić w kółko to samo?” albo „Tak, zachowałeś się jak dobry terapeuta, a raz mogłabyś się zachować jak człowiek”. Barbara jest zawsze opanowana, wbrew aktorskiemu emploi Jandy. Pod koniec drugiego sezonu, na wieść o odejściu Andrzeja, wypada na moment z roli zawodowego autorytetu. Kiedy mu wyznaje: „Byłeś moją inspiracją” – widzimy Agnieszkę i Birkutę z *Człowieka z marmuru*, a rozpadające się w czołówce filmu kawałki kamienia są kawałkami marmuru z filmu Andrzeja Wajdy, na planie którego aktorzy przed kilkudziesięcioma laty spotkali się po raz pierwszy. Ikony polskiego kina podtrzymują się w objęciach. „Nasz czas już się kończy?” – pyta przez łzy Barbara. Oczywiście, pokolenie 30-latków i początkujących 40-latków broni swego miejsca na czerwonej kanapie, ale to aktorzy starszego pokolenia i ich bohaterowie najszybciej pracują nad sobą. Początkowo niechętni i zdystansowani do psychoterapii, szczerze się dziwią: „I tak codziennie od 9 rano? I ludzie za to płacą? Za takie gadanie?” Odkrywanie starszego pokolenia jest bardziej fascynujące, bo są jakby podwójnie zamknięci, ich traumy są ukryte w dalszej przeszłości,

i to przeszłości przed 1989 rokiem. Zarazem odważniej stawiają czoła i życiu, i terapii, inaczej niż rozhisteryzowane pokolenia kultury terapii. Mniej pretensji, mniej roszczeń, bardziej realne oczekiwania. Jak mówi Gustaw (J. Gajos), Ślązak, dyrektor z zawodu: „Życie jest jakie jest. Żyjemy, żyjemy, a potem umieramy, i już”. Troskliwy ojciec pyta: „Pokochać samego siebie? A co z innymi ludźmi?”. To jego historia pokazuje, jak daleką drogę odbyliśmy w dosyć krótkim czasie, ze śląskich familoków do medytacji w Indiach, dokąd ojciec grany przez Gajosa ruszył w poszukiwaniu córki-lesbijki. Do ligi mistrzów w trzecim sezonie wkroczył Stuhr junior w roli nowego superwizora Andrzeja. Oto na naszych oczach dochodzi do przekazania pałeczki w sztafecie pokoleń – tym bardziej symbolicznego, że rolę superwizora, ikony moralnego niepokoju przejmuje, coraz bardziej podobny do ojca, Maciej Stuhr, syn Jerzego. Niewątpliwie polska adaptacja izraelskiego formatu *Bi-tipul* została wypełniona jakością, wywodzącą się z najlepszych tradycji polskiego kina autorskiego o ambicjach psychologicznych i społeczno-politycznych.

Bibliografia

Teoria

Filiciak M., Giza B. (red.): *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, Warszawa 2011.

Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej, oprac. zbior., Warszawa–Gdańsk 2010.

Major M., Bucknall-Hołyńska J. (red.): *Władcy torrentów. Wokół angażującego modelu telewizji*, Gdańsk 2014.

Bielak T., Filiciak M., Ptaszek G. (red.): *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa 2011.

Media

Bez tajemnic – polska wersja izraelskiego serialu *Be-tipul* (2005); reż. Jacek Borcuch, Anna Kazejak, Marek Lechki, Wojciech Smarzowski, Agnieszka Glińska, Bartek Konopka, Agnieszka Holland, Kasia Adamik; scen. Przemysław Nowakowski, Joanna Pawluśkiewicz i inni; wyk. Jerzy Radziwiłowicz, Krystyna Janda, Janusz Gajos, Stanisława Celińska, Marcin Dorociński, Magdalena Cielecka, Kinga Preis i inni; prod. HBO Polska, 3 sezony, 15 odc., premiera 2011.

Słuchowisko

Zbigniew Jarzębowski

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *informacja, media społecznościowe, serial*

Definicje

Słuchowisko to dzieło sztuki radiowej, sztuki przynależącej do radia i realizowanej w systemie znaków radiowych. Innego słuchowiska niż radiowe, jak dotychczas, nie zrealizowano, choć teoretycznie można sobie taką sytuację komunikacyjną wyobrazić.

Sama nazwa „słuchowisko” powstała przez analogię do nazwy „widowisko” (np. spektakl, przedstawienie teatralne, operowe, muzyczne, baletowe, realizowane na scenie i przeznaczone do oglądania i słuchania lub tylko do oglądania – percepcja wzrokowo-słuchowa lub wzrokowa). Słuchowisko oznacza spektakl percypowany tylko słuchowo, niewidzialny, realizowany przy udziale jedynie materii dźwiękowej; od początku swojego istnienia aż po współczesność związane jest z radiem. I choć dzisiaj możemy słuchać słuchowisk również w sieci, możemy je odbierać multimedialnie, o czym piszą między innymi Joanna Bachura i Aleksandra Pawlik (J. Bachura, A. Pawlik, 2010, s. 204). Nie zmienia to jednak statusu słuchowiska jako dzieła sztuki radiowej.

Początki słuchowiska sięgają początków samego radiowego medium – przyjmijmy tu umownie za graniczny 1906 rok, kiedy to po raz pierwszy wyemitowano program radiowy (były to: piosenka, wiersz, solo skrzypcowe i krótkie przemówienie), choć znaczący rozwój radiofonii przyniosły dopiero lata dwudzieste XX wieku. Wówczas to upowszechniły się (za sprawą fabrycznej masowej produkcji) radioodbiorniki; rok 1920 to początek działalności pierwszej stacji radiowej w Pittsburghu (Pensylwania, USA); rok 1921 – emisja stałego programu radiowego w USA i we Francji. Początki radia w Polsce przypadają również na lata dwudzieste XX stulecia (1925 r.), choć za oficjalny początek polskiej radiofonii często przyjmuje się datę 18 kwietnia 1926 roku, kiedy w eter popłynęły słowa Janiny Sztompkówny: „Halo, halo, Polskie Radio Warszawa, fala 480”. Za pierwsze zrealizowane i wyemitowane oryginalne słuchowisko przyjmuje się *Niebezpieczeństwo* Richarda Hughesa (BBC), wyemitowane 15 stycznia 1924 roku; w Polsce zaś pierwszą realizacją słuchowiskową była *Warszawianka* Stanisława Wyspiańskiego (radiofonizacja i reżyseria Mikołaj Alojzy Kaszyn, emisja 29.11.1925 r., dla uczczenia rocznicy Powstania Listopa-

dowego, Warszawa), za pierwsze polskie oryginalne słuchowisko uważa się *Pogrzeb Kiejstuta* Witolda Hulewicza (emisja 17.05.1928 r., rozgłośnia wileńska).

Słuchowisko jest utworem o podwójnej postaci – autorskiej i reżysersko-aktorskiej. Pierwsza, jak pisze Sława Bardijewska, „oparta jest na słowie pisanym, potencjalnie dźwiękowym, otwartym na wielość realizacji” – to tworzywo językowe (S. Bardijewska, 2001, s. 43). Druga zaś to utwór czysto dźwiękowy, zrealizowany w tworzywie fonicznym. Klasyczną już dzisiaj definicję słuchowiska sformułował Michał Kaziów:

Słuchowisko, to artystyczne dzieło radiowe, którego tworzywem są wyłącznie elementy foniczne (głos, mówione słowo, cisza, muzyka, odgłosy natury, głosy ptaków i zwierząt, odgłosy uruchamianych przedmiotów, wieloplanowa akustyczna przestrzeń); w strukturze swej dzieło takie podporządkowane jest poetyce literackiej, a jego dominantę stanowi niewidzialność. Akcji słuchowiska nie realizuje się na scenie mimo udziału aktorów, akcja ta konstryuuje się jako imaginatywna rzeczywistość w wytwórczej wyobraźni słuchacza (M. Kaziów, 1973, s. 93).

Mówiąc o słuchowisku, czy też o sztuce radiowej w ogóle, warto wyjaśnić kilka podstawowych dla tej przestrzeni twórczości pojęć: fonosfera, tworzywo foniczne – materiał foniczny (tzw. kuchnia akustyczna), audialność i foniczność, akuzja. Terminy foniczność i audialność odnoszą się do dwu opozycyjnych aspektów funkcjonowania słuchowiska. Audialność koncentruje się na sposobie percepcji utworu: audialny to tyle, co słuchowy, odbierany za pomocą zmysłu słuchu; foniczność natomiast charakteryzuje rodzaj materiału, tworzywa – w radiu to wyłącznie tworzywo dźwiękowe. Wojciech Konieczny ujmując te kategorie następująco:

Termin „audialność”, „słuchowość” odnosić się będzie do specyficznej sytuacji komunikacyjnej, w jakiej funkcjonuje komunikat radiowy, foniczność, dźwiękowość zaś – do ontycznego w aspekcie teoretycznym statusu dzieła” (W. Konieczny, 1986, s. 61).

Fonosfera radiowa „to rzeczywistość dźwiękowa, naturalna i kreacyjna, rejestrowana przez mikrofon i tworzona przed mikrofonem” (S. Bardijewska, 2001, s. 31); to dźwiękowe ujęcie rzeczywistości; termin powstały w opozycji do „ikonosfery”, oznaczającej rzeczywistość wizualną, percypowaną przez medium wizualne lub audiowizualne. Fonosferę radia (i jego najbardziej wyrazistego, artystycznie dojrzałego gatunku – słuchowiska) buduje tworzywo foniczne, które, za autorką *Nagiego słowa*, możemy usystematyzować następująco: tworzywo werbalne – mowa, słowa; tworzywo awerbalne – pozajęzykowe, muzyczno-akustyczne; opozycja dźwięk–cisza. W aspekcie znaczeniowym przełożą się one na: elementy dźwiękowe skonwencjonalizowane – słowa (tu słowo akustyczne, ale i głos owo słowo niosący, elektrogłos – modyfikacja „mikrofonowa” głosu); muzykę; elementy nieusystematyzowane – naturalne i sztuczne (odgłosy, szmery, sygnały dźwiękowe); elementy paralingwistyczne (gest foniczny, inaczej akustyczny – Józef Mayen typologizuje gesty dźwiękowe następująco: gest zleksykalizowany – interiekcyjny, gest śródslowny, gest niezleksykalizowany, gest interpunkcyjny – J. Mayen, 1972, s. 99–111);

efekty akustyczne; ciszę. Tak zwana kuchnia akustyczna, to cała dźwiękowa materia, tworzywo akustyczne, które radio ma do dyspozycji i z którego buduje rozmaite struktury audycji, w tym również i słuchowiska: bogaty, złożony dźwiękowo świat przedstawiony z postaciami, czasoprzestrzenią, akcją. Świat konstruowany wyłącznie dźwiękowo, uruchamiający wyobraźnię konstytuowaną w zupełności na dźwiękach – taki typ wyobraźni dźwiękowej, słuchowej wizji rzeczywistości, za Leopoldem Blausteinem, określamy mianem akuzji (Z. Jarzębowski, 2009, s. 14).

Słowo mówione, słowo brzmiące, słowo wypowiedziane i głos owo słowo niosący, to dwa bardzo istotne, jeśli nie podstawowe, dominujące elementy słuchowiska. Często przypisuje się im funkcję nadrzędną w stosunku do tworzywa fonicznego niewerbalnego. To elementy konstytutywne słuchowskiej semiozy, niezbędne dla deszyfracji jej głównego kodu audytywnego wytwarzającego pole semantyczne budowanego świata przedstawionego (S. Bardijewska, 2001, s. 160–163). I choć istnieją w historii myśli radioznawczej teorie antylingwistyczne (fonocentryczne), dowartościowujące elementy foniczne pozawerbalne w słuchowisku, to jednak zdecydowanie, już od dwudziestolecia międzywojennego, przeważają poglądy przynależne do orientacji lingwistycznej, która rolę dominującą przypisuje słowu, oczywiście, wspomaganemu przez inne elementy akustyczne (zob. K. Laskowicz, 1983). Aby słowo mogło zaistnieć w słuchowisku, niezbędny jest dla niego naturalny nośnik – głos ludzki, który dodatkowo buduje portret głosowy postaci, pełni również funkcje uczuciowe, wskazuje na stany emocjonalne postaci (J. Bachura, 2012, s. 135–138). „Dynamikę zmiennego ukształtowania relacji słowo–głos można by uznać za konstytutywną dla charakteru i siły ekspresji sztuki radiowej” (J. Bachura, A. Pawlik, 2011, s. 158). Niejako „przy słowie” funkcjonują gesty foniczne – elementy parawerbalne dopełniające mowę. Gest foniczny jest swego rodzaju „dźwiękowym ruchem mimicznym” (J. Mayen, 1972, s. 97), elementem paralingwistycznym dopełniającym słowo mówione, kontekstualizującym je i charakteryzującym, bądź to w postaci zleksykalizowanej, interiekcyjnej (np. wyrazy onomatopieczne), bądź w formie gestów interpunkcyjnych (pełnią funkcję „znaków przestankowych” w słuchowisku), bądź jako gesty foniczne niezleksykalizowane (np. wszelkie kasznięcia, chrząknięcia, płacz, śmiech), wreszcie jako gesty śródsłowne (indywidualizacja procesu mówienia, np. zdeformowana artykulacja samogłosek). Tę typologizację można rozszerzać. Znaczenie gestu fonicznego w słuchowisku jest nie do przecenienia. To on – w bardziej lub mniej wysublimowany sposób – dopowiada to, czego elementy zleksykalizowane nie są w stanie wyartykułować, wyrazić wystarczająco dobitnie znaczeniowo i dość atrakcyjnie w ramach ekspresji radiowej (J. Bachura, A. Pawlik, 2011, s. 160).

W „kuchni akustycznej” istotne znaczenie dla budowy słuchowiska mają: efekty akustyczne, muzyka i cisza (elementy warstwy dźwiękowo-akustycznej spektaklu radiowego). Efekty akustyczne to cała paleta dźwięków, tak ze świata natury, jak i ze świata cywilizacji, techniki, to przykładowo: odgłosy zwierząt, szum wody, wiatru, drzew, echa, odgłosy uruchamianych przedmiotów, maszyn, to także cisza i dźwięki tworzące tło, ale to również multiplikacje dźwiękowe, zwielokrotnienia dźwięku. Ich zadaniem jest wyobrażeniowe słuchowe uobecnienie

świata w słuchowisku. „Efekty stanowią swoisty dźwiękowy odpowiednik wizualności, «unaoczniają» pozawerbalne elementy rzeczywistości przedstawionej, ewokują u odbiorcy niedostępne wrażenia wzrokowe” (J. Bachura, 2012, s. 141). Uogólniając, można powiedzieć, że bez efektów dźwiękowych nie byłoby możliwe stworzenie wyrazistego radiowego świata – świata przedstawionego słuchowiska – a w najlepszym przypadku byłby to świat ubogi fonicznie, może nawet rażący słuchacza „bezdźwięcznością” ciszy radiowego studia. W wielu studiach radiowych dlatego gromadzone są, nagrywane na adekwatnych dla epoki nośnikach dźwięku, tak zwane efektoteki, do których mogą sięgać twórcy słuchowisk, kiedy potrzebują określonego dźwięku. Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa konstatuje: „wszelkie efekty i gesty foniczne, w ogóle zastosowany przez reżyserów rodzaj »kuchni akustycznej«, wzbogaca tekst słuchowiska tak semantycznie, jak i – nade wszystko – emocjonalnie, sugerując jednocześnie odbiorcy odczytanie utworu” (E. Pleszkun-Olejniczakowa, 2003, s. 370). Warto poczynić jeszcze jedną uwagę. Zdumym może okazać się sąd, według którego „lepsze” (jakościowo wyrazistsze, wiarygodniejsze, o większej ekspresji radiowej) są dźwięki naturalne, pozyskiwane z rzeczywistości. Czasami bywa tak, że bardziej funkcjonalne w danej strukturze słuchowiskowej, w zamyśle konkretyzacyjnym twórcy radiowego, mogą okazać się dźwięki rekonstruowane komputerowo czy wręcz generowane elektronicznie. Nie ma tu jednej zasady określającej, które dźwięki są „lepsze”; decyduje koncepcja twórcza określonej radiowej realizacji.

Muzyka jest istotnym elementem dźwiękowym, usystematyzowanym, o wysokim stopniu komplikacji formalnej, ale i o znaczącej wartości semantycznej w słuchowisku. Może pełnić w utworze radiowym funkcję deskryptywną (ilustracyjną), ale i interpretacyjną wobec rzeczywistości przedstawianej. Odgrywa doniosłą rolę przy charakterystyce postaci (np. świat wewnętrzny bohaterów, ich emocje, konstrukcja psychiczna, struktura etyczna). Ponadto wykorzystywana bywa w funkcji dramaturgicznej, stopniującej napięcie, dookreślającej i waloryzującej czasoprzestrzeń, budującej klimat i tło; w aspekcie kompozycyjnym zaś występuje w funkcji segmentacyjnej i delimitacyjnej. Muzyka może też być w słuchowisku jedynie „ornamentem muzycznym”, choć zdarza się to stosunkowo rzadko, a współcześnie właściwie już wcale.

Należy pamiętać, że muzyki w słuchowisku nie powinno się rozpatrywać jako jednostki samodzielnej znaczeniowo, lecz współtworzącej znaczenia wraz z innymi elementami dźwiękowymi (J. Bachura, 2012, s. 150).

Cisza w radiu, cisza w słuchowisku, najpierw jest „negatywem dźwięku” (J. Płazewski, 2008, s. 335); jest „tłem dla dźwięków” (J. Bachura, 2012, s. 157), umożliwia samo zaistnienie dźwięku. Ale też pełni rozmaite funkcje związane z kreacją artystycznego świata dzieła radiowego, na przykład można wymienić następujące: funkcja ekspresywna (stopniuje napięcie emocjonalne), funkcja semantyczna (wnosi dodatkowe zabarwienie utworu dźwiękowego, modyfikuje znaczenia), funkcja konstrukcyjna (delimitacyjna, segmentacyjna w odniesieniu do tekstu słownego), funkcja słownego wyrażenia ciszy (dźwięki tworzące, akcentujące, „wygrywające” ciszę i dodatkowo ją semantyzujące – tykanie zegara, szelest liści, szum morza). Jak zauważa Sława Bardijewska: cisza „wyko-

rzystana twórczo i z umiarem, pełni wielorakie funkcje dramaturgiczne i ekspresyjne o różnej wadze i znaczeniu” (S. Bardijewska, 2001, s. 63). Cisza w słuchowisku nie może być postrzegana jako brak dźwięku, bowiem zawsze jest elementem akustycznego kształtu utworu, elementem aktywnym znaczeniowo, ważnym kompozycyjnie i ekspresyjnie.

„Kuchnia akustyczna”, samodzielnie, nie stworzy raczej słuchowiska (teorie fonocentryków, zwolenników tak zwanego nowego słuchowiska, destrukcyjnego słowa aż do jego całkowitej eliminacji, nie znajdują odzwierciedlenia w praktyce słuchowiskowej – zob. S. Bardijewska, 2001, s. 52–53), ale na pewno je współtworzy, wspólnie ze słowem.

Słuchowiska, tradycyjnie, dzieli się na oryginalne i na adaptacje słuchowiskowe (czy też słuchowiska adaptacyjne). Słuchowiska oryginalne to takie, które powstały na podstawie tekstu językowego stworzonego z myślą o radiowym medium – na przykład dramat radiowy, powieść radiowa, groteska radiowa. Pierwowzór językowy, często literacki, także i w tym przypadku istnieje, tyle że już procesowi jego powstawania towarzyszyła pamięć o radiu – medium, z myślą o którym powstawał i pamięć którego wpisana jest w samą strukturę utworu (np. objętość tekstu, dramaturgia narracji, akustyczne didaskalia). Uogólniając – to utwór „świadomy” reguł radiowej semiozy, to utwór pisany „dla radia”.

Adaptacje słuchowiskowe to utwory radiowe, które powstały na kanwie już istniejących utworów literackich, scenariuszy (np. filmowych). Adaptacja radiowa tekstu literackiego (radiofonizacja) to taki przypadek adaptacji medialnej, w której system językowy tekstu pisanego zostaje – przez przekład intersemiotyczny – przelożony na system znaków radiowych, konstruowanych wyłącznie w tworzywie fonicznym. Mamy tu do czynienia z tekstem, który powstał gdzie indziej, w innym celu – i nade wszystko w innym materiale semiotycznym, a obecnie jest tylko przysposobiony do nowej sytuacji, uzupełniony o rozmaite elementy lub przerobiony tak, by móc sprostać specyficznym wymogom radiowego medium (E. Pleszkun-Olejniczakowa, 2012, s. 248).

Utwór literacki podlega konkretyzacji radiowej i w ramach radiowej semiozy zyskuje nowe, własne znaczenia i sensy, niesprowadzalne li tylko do interpretacji literackiej tekstu. Sztuka radiowa to sztuka autonomiczna.

Adaptacje radiowe, ze względu na elementy dominujące struktury (podmioty mówiące), można podzielić na adaptacje jedno- i wielogłosowe. W adaptacjach jednogłosowych szczególnego znaczenia nabiera sylwetka foniczna radiowego narratora. To on „opowiada historię”, wypełnia sobą całą werbalną przestrzeń słuchowiska, jest centralnym elementem fonicznego świata, stąd też i wielość możliwości dźwiękowego konstruowania tej postaci, które uwzględniają podstawowe strategie fonicznej obecności narratora w adaptacji jednogłosowej – konwencja werbalna (od neutralności głosowej po bardzo sugestywne „wygrywanie” dźwiękowe narratora), usytuowanie akustyczne narratora: „na ciszy”, czy też w planie dźwiękowym (realistycznym bądź metaforycznym). W tej strukturze słuchowiskowej przedstawiana jest głównie proza (fragmenty utworów, bądź krótkie formy w całości, także dłuższe utwory epickie w odcinkach), choć także liryka (najczęściej jeden utwór lub kilka utworów jednego autora).

Większość produkcji radiowej stanowią jednak adaptacje wielogłosowe tekstów literackich. To słuchowiska, w których na plan pierwszy wysuwa się świat przedstawiony: z bohaterami (w słuchowisku, ze względu na „niewidzialność” świata przedstawionego, nie jest wskazana zbyt duża liczba postaci – kwestia rozpoznawalności dźwiękowej), czasoprzestrzenią, złożonym planem akustycznym (słuchowiska dramatyczne). Mogą tu też pojawić się struktury mieszane: dramatyczno-epickie czy dramatyczno-liryczne (wg typologii J. Mayena, 1965, s. 234–299), w których – obok bohaterów – wystąpi narrator bądź podmiot liryczny. W tej strukturze słuchowskowej zrealizowano ogromną liczbę utworów literatury polskiej i obcej, od adaptacji wielkich powieści realistycznych poczynając, poprzez dramaty, a na liryce współczesnej, także tej eksperymentalnej, kończąc.

Radiowe adaptacje słuchowskowe, oprócz niekwestionowanej funkcji artystycznej, realizują także pozostałe, nie mniej istotne funkcje radia (dostrzegane już u początków rozwoju radiofonii) – edukacyjną, upowszechniającą i informacyjną. To artystyczne „przetworzenie” tekstu literackiego na utwór radiowy, z jakim mamy do czynienia w adaptacji słuchowskowej, w sposób szczególny popularyzuje literaturę, staje się składnikiem aktu czytania (zob. R. Escarpit, 1980), czytania charakterystycznego również dla współczesnej kultury wielomediowej, kultury konwergencji (H. Jenkins, 2007). Słuchaczowi wykształconemu dają adaptacje własną interpretację autorów słuchowisk. Słuchaczowi nieoczytanemu dawały jednak specyficzne „klocki kulturowe”; dawały szansę elementarnego udziału w kulturze, kojarzenia bohaterów, miejsc, wątków, motywów, przekazywały, lub co najmniej miały szansę przekazać, swoistą „topikę literatury” (E. Pleszkun-Olejniczakowa, 2011, s. 248).

Podobną rolę pełni dzisiaj film, ale też i radio nie straciło w tym względzie nic na aktualności. Słuchowiska adaptacyjne przybliżają literaturę odbiorcy kultury, a niejednokrotnie inicjują kontakt z dziełem literackim.

Interpretacja

Jako egzemplifikację powyższych rozważań o słuchowisku przywołam dwa słuchowiska oryginalne, zrealizowane w Polskim Radiu Szczecin, powstałe już w XXI wieku, utrzymane w różnych poetykach, w różny sposób organizujące materiał dźwiękowy. To słuchowiska: *Fotoplastykon* Krzysztofa Bizia oraz *Dublin. One way* Krzysztofa Czczota. Oba słuchowiska zostały nagrodzone na Festiwalu Teatru Polskiego Radia i Teatru Polskiej Telewizji „Dwa Teatry” w Sopocie: *Fotoplastykon* w 2005 roku (nagroda dla producenta – Polskie Radio Szczecin), a *Dublin. One way* w 2008 roku (za reżyserię).

Fotoplastykon Krzysztofa Bizia to słuchowisko o strukturze dramatyczno-narracyjnej, z realną scenerią akustyczną, można powiedzieć – zrealizowane w klasycznej postaci słuchowiska – dominująca warstwa werbalna, wyraźne dźwiękowo (rozpoznawalne akustycznie) portrety postaci, funkcja znaku pozawerbalnego delimitacyjna, ale też wzmacniająca znaczenie, i kompozycyjna. Słuchowisko zbudowane jest z pięciu scenek dialogowych, rozdzielonych elementem muzycznym i dźwiękowym rekwizytem, stanowiącym swego rodzaju akustyczny *leitmotiv*: to odgłos jadącego tramwaju, który pojawia się we wszystkich scenkach, ma związek z fabułą, ale przede wszyst-

kim jest akuzyjnym synonimem miasta, dopełnia i uwiarygodnia zapowiedź narratora: „miejsce akcji: mieszkanie w jednej z kamienic przy ul. Jagiellońskiej w Szczecinie; czas akcji: lata 1926, 1942, 1951, 1977, 1999”. Później, przy kolejnych scenach, narrator wymienia tylko rok, z wyjątkiem roku 1942 – tutaj pojawia się toponim w języku niemieckim: Turnerstrasse. Sama fabuła poszczególnych akuzyjnych odsłon słuchowiska sytuuje się w kręgu historii prywatnych, psychologizowanych opowieści z życia kolejnych mieszkańców wspomnianego mieszkania. W kilkuminutowych, zwartych, niezwykle wyrazistych w swojej ascetycznej językowo formie dialogach poznajemy determinowany jednym zdarzeniem los kilku rodzin jednego mieszkania przy ul. Jagiellońskiej. Najpierw przedstawiona zostaje tragedia rodziców po stracie jedynej córki (zginęła pod kołami tramwaju). Następna scena to dramat niemieckiej rodziny po śmierci syna – żołnierza w okupowanej Warszawie (wersja oficjalna głosi, że padł ofiarą polskich bandytów, jednak jego kolega, który przynosi tę bolesną wiadomość, wspomina o fanatycznym dowódcy, któremu nie podobała się zbyt... humanitarna postawa Wolfa – podczas egzekucji strzelał w powietrze...; „on nie powinien trafić do wojska”, konkluduje przybyły, sam nie mając takich skrupułów; czy śmierć syna zmieni postawę profaszystowskiego ojca?). Smutną, ale i heroiczną zarazem historię powstańczego małżeństwa, które nie może znaleźć dla siebie miejsca w stalinowskiej rzeczywistości przynosi kolejna scena słuchowiska. Nawet tutaj, na „ziemiach odzyskanych”, gdzie wszystko można zacząć od nowa, nie mogą wieść szczęśliwego, a przynajmniej spokojnego, życia. Do tego konieczny jest jeden warunek – trzeba złożyć lojalistyczną partyjną deklarację i przystąpić do kolektywistycznie myślącej i działającej wspólnoty. Czwarta scena przedstawia „cichy” dramat młodej żony marynarza (pierwszego oficera), której zdawałoby się niczego nie powinno brakować do szczęścia..., oprócz tego, że oboje stają się sobie coraz bardziej obcy. Alkohol nie rozwiąże problemów, a drogie zagraniczne prezenty nie zastąpią prawdziwej więzi, potrzeby czułości, szczerzej rozmowy. Ostatnia scena to swego rodzaju spowiedź niemłodego już aktora, który po śmierci żony odsuwa się od aktywnego życia, nie potrafi o niej zapomnieć (choć próbuje to maskować sarkastyczną autoironią, a oddane na cele dobroczynne futro zmarłej żony niczego nie zmienia); jedynym przyjacielem pozostaje mu wierny pies – ich pies, można z nim „rozmawiać”, wspominać. Na uwagę zasługują tu kreacje foniczne bohaterów – sylwetki wyraziste, z dźwiękową charakterystyką nie tylko adekwatną do semantycznej warstwy werbalnej, ale też kształtujące ich nową jakość w planie akuzyjnym wyobrażanej rzeczywistości (konkretyzacja foniczna postaci, m.in. portret głosowy osoby niepewnej swojego losu, w jakiś sposób osaczonej przez historię, czy osoby starej, oddalającej się od życia, do pewnego stopnia „zrezygnowanej”, jak również osoby ze zinternalizowaną rozpaczą, bólem po stracie bliskiej osoby, cierpieniem, dla wyrażenia którego brak słów). Taka głosowa interpretacja postaci możliwa jest tylko w radiu.

Kilka historii, jak na obrazkach fotoplastykonu, z pozoru bez związku, a przecież jakże podobnych. Ludzkie losy, tragiczne doświadczenia, dramatyczne przeżycia, wciąż, niezmiennie i niezależnie od czasów, narodowości, ideologii, wyzwalają te same emocje, uczucia; czym różni się ból matki niemieckiego żołnierza po śmierci syna od rozpacz polskiej matki po stracie córki? Czy doświadczenie straty ukochanej osoby, ideologicznej opresji syste-

mu, alienacji i obcości wśród najbliższych, wreszcie samotności – takie doznania egzystencjalne, w perspektywie jednostkowych biografiohistorii znają granice państw, nacji, epok?

I jeszcze ta jedna kamienica przy ul. Jagiellońskiej, jedno mieszkanie, a w nim tyle ludzkich historii – może to ten dom jest prawdziwym bohaterem-narratorem radiowej opowieści Krzysztofa Bizia. Kamienica, ulica, miasto – Szczecin-Stettin, w swoim podskórnym rytmie czasów i pokoleń snujące opowieść, z której wyrasta nasza archeświadomość, protopamięć, czasami odkrywająca jakiś materialny ślad: srebrne sztucce odnalezione w piwnicy, pokryty kurzem zeszyt nutowy z fugami Bacha, niemiecki napis na pokrętłe kaloryfera; ktoś tu kiedyś mieszkał, przeżywał smutki i radości, chwile bardzo trudne, dramaty. „Teraz” ma swoje „przed”, i bez tego „przed” trudno mówić o dzisiejszej czasoprzestrzeni – tej wspólnotowej, miejskiej, i tej prywatnej – jednostkowej.

Sluchowisko kompozycyjnie złożone jest z pięciu epizodów, różnych fabularnie, które jednak mają cechę wspólną, cechę akcentującą radiowość tej opowieści. Można powiedzieć, że przedstawione w sluchowisku historie, to historie prywatne, kontekstualizowane w szerszym planie historycznym, ale jednak skupione na „małych”, rodzinnych, jednostkowych dramatach, o których nie sposób krzyczeć „na rynku”, które właściwie wybrzmia dopiero w konfesyjnym tonie radiowej sluchowiskowej opowieści.

Sluchowisko Krzysztofa Czeczota *Dublin. One way* utrzymane jest w zdecydowanie odmiennej poetyce. Tu tworzywo werbalne (warstwa słowna) zostaje odsunięte na dalszy plan, bądź, inaczej rzecz ujmując, słowo jest tu równoprawnym elementem w dźwiękowym planie sluchowiska – nie uprzywilejowanym. O jego detronizacji świadczy też fakt zubożenia, „kaleczenia” języka w mowie postaci (dodatkową deprecjację słowa przynosi też ułomna, „gastarbajterska” angielszczyzna bohaterów). Trzonem dźwiękowym tej realizacji są splecione ze sobą autentyczne nagrania z ulic Szczecina i Dublina. Trudno w tym przypadku przywoływać tradycyjnie rozumianą kategorię sluchowiska, sluchowiska zorientowanego werbocentrycznie, silnie osadzonego w radioznawczej myśli logocentrycznej, w której słowo (w domyśle: tekst literacki) ma znaczenie podstawowe, stanowi oś struktury materialowej, ideowej i fabularnej. Według typologii Sławy Bardijewskiej byłoby to sluchowisko mieszczące się w grupie sluchowisk adramatycznych i afabularnych (S. Bardijewska, 2001, s. 73–74), dla których charakterystyczna jest akcja prowadzona „punktowo”, rwąca się i zanikająca, zaś sylwetki foniczne postaci mało wyraziste, raczej przynależące do tła akustycznego niż się z niego wybijające. Sytuuje się ono bliżej formuły nowego sluchowiska, wyrastającego z myśli fonocentryków, czy też może raczej w polu perspektyw otwierających się współcześnie przed sluchowiskiem. W odniesieniu do poetyki sluchowiska, strukturalizacji tworzywa fonicznego (np. dźwięk „nieczysty” okazuje się co najmniej równie funkcjonalny artystycznie, co dźwięk „czysty”), sytuacji komunikacyjnej i technologicznej itp.

Dublin. One way to sluchowisko o bogatej naturalnej (w znaczeniu jej faktycznego występowania w realnej rzeczywistości) scenerii dźwiękowej – to materiał dźwiękowy „pobrany” z akustycznej rzeczywistości („głos” miasta z całym jego złożonym brzmieniem: odgłosy ruchu pojazdów, klaksonów, tłumnych kroków przechodniów, dochodzącej muzyki z pobliskiego baru, rozmów przechodniów, krzyków, nawoływań, z całą kakofonią dźwięków

współczesnej metropolii), i na jej tle, czy też włączone, wkomponowane w nią, fragmenty rozmów telefonicznych, strzępy dialogów między postaciami (częściowo w języku polskim, częściowo w języku angielskim, także w charakterystycznej „zubożonej” angielszczyźnie polskich imigrantów). Z rozmów tych trudno złożyć sensowną całość, trudno też wskazać na przewidywalny porządek zdarzeń, które budowałyby akcję. Tu nie ma akcji. Po prostu „nic się nie dzieje”. Przewijające się przez całe słuchowisko utwory wokalne dopowiadają historię „Polaka na zarobkowej emigracji”, akcentują samotność, tęsknotę, bezsilność, zagubienie i alienację w obcym świecie ludnej, a zarazem jakoś niehumanitarnej „citycywilizacji”. Silnie wypunktowany rekwizyt dźwiękowy (odgłosy monet wpadających do automatu telefonicznego, szelest banknotów – skwapliwie odliczanych, przeliczanych, z myślą o najbliższych; dźwięki przedmiotów codziennego użytku: brzęk sztućców, naczyń kuchennych; odgłosy czynności mycia, wody ciekącej z kranu, spływającej w muszli klozetowej, odgłosy czynności fizjologicznych: jedzenia, wypróżniania) wskazuje na niewyraźną mizериę egzystencji bohatera. Bohatera, którego portret foniczny jest również niewyraźny, jakby „zagłuszany” przez dobywający się zewsząd hałas codzienności rzeczywistej, to pojawiający się, to zanikający pod „harmiderem świata”. Bohater wyraźnie jest zdominowany przez świat, próbuje się wprawdzie wydostać na jego powierzchnię (zyskać tożsamość dźwiękową), ale przegrywa, ginie we wszechogarniającym hałasie metropolii, który obejmuje władzę także nad jego językiem, nie pozwalając „wysłowić” mu swojej tożsamości, ze wszystkimi jej lękami i frustracjami, ale też marzeniami, tęsknotami, uczuciami. Niemożność wyrazistej artykulacji siebie prowadzi do autodegradacji bohatera. Słuchowisko, mimo swojej strukturalnej „rozproszoności”, niezwykle silne w akustycznej ekspresji, przykuwające uwagę niebanalnym prowadzeniem radiowej opowieści o współczesnym człowieku w centrum wielkomiejskiej rzeczywistości. To przejmująca ekspresja możliwa tylko w radiowym medium.

W tym przypadku nie ma literackiego pierwowzoru, choćby i z myślą o radiu napisanego. Rola słowa została tu także znacznie zredukowana, z urywków wypowiedzi, pojedynczych słów, czy wręcz monosylab, trudno złożyć całości logiczno-składniowe budujące sens. Bo też ów sens buduje się właśnie z chaotyczności przekazu werbalnego, jego ułomności, „adekwatności” wobec sytuacji bohatera, sytuacji, w której to dźwiękowy rytm molocha-metropolii urasta do rangi dominanta strukturalnej i semantycznej. To słuchowisko, które bardziej oczekuje odbioru emocjonalnego, sensualistycznego niż intelektualnego, kontemplacyjnego, do którego przyzwyczaiła nas literatura, film, także słuchowisko – to utrzymane w poetyce radiowego realizmu.

Bibliografia

Teoria

Antonik D.: *Audiobook. Od brzmienia słów do głosu autora*, „Teksty Drugie” 2015, nr 5, s. 126–147.

Bachura J.: *Odsłony wyobraźni. Współczesne słuchowiska radiowe*, Toruń 2012.

- Bachura J.: Pawlik A., *Sluchowisko radiowe*, w: E. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura, M. Worsowicz (red.), *O mediach i komunikacji. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*, Łódź 2010, s. 199–215.
- Bachura J., Pawlik A.: *Sluchowisko i jego „anatomia”*, w: J. Pleszkun-Olejniczakowa, J. Bachura J., A. Pawlik (red.), *Dwa teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki sluchowiskowej*, Toruń 2011, s. 141–179.
- Bardijewska S.: *Nagie słowo. Rzecz o sluchowisku*, Warszawa 2001.
- Escarpit R.: *Sukces i przetrwanie w literaturze*, w: A. Mencwel (red.), *W kręgu socjologii literatury*, t. 2, przeł. A. Gettlich, Warszawa 1980, s. 118–155.
- Hejmej A.: *W kulturze dźwięku. Słuchanie literatury*, „Teksty Drugie” 2015, nr 5, s. 88–102.
- Jarzębowski Z.: *Sluchowiska szczecińskiego radia. Studia z pogranicza literatury i sztuki radiowej*, Szczecin 2009.
- Jenkins H.: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filipiak, Warszawa 2007.
- Kaziów M.: *O dziele radiowym. Z zagadnień estetyki oryginalnego sluchowiska*, Wrocław 1973.
- Konieczny W.: *Próba rekonstrukcji procesów znaczeniowych w dziele radiowym*, w: W. Legowicz (red.), *Radio – ulotność słowa?*, Warszawa 1986, s. 58–63.
- Laskowicz K.: *„Świat za drzwiami”. Początki polskiej myśli radioznawczej i praktyki sluchowiskowej*, Poznań 1983.
- Lutostański B.: *Wstęp do analizy narratologicznej sluchowisk radiowych*, „Tekstualia” 2013, nr 1, s. 53–64.
- Łastowiecki J.: *Wielka wspólnota osobnych*, „Tekstualia” 2013, nr 1, s. 39–52.
- Mayen J.: *O stylistyce utworów mówionych*, Wrocław 1972.
- Mayen J.: *Radio a literatura*, Warszawa 1965.
- Pleszkun-Olejniczakowa E.: *Intencje interpretacyjne wpisywane w sluchowiska za pomocą słów i dźwięków*, w: K. Michalewski (red.), *Regulacyjna funkcja tekstów*, Łódź 2003, s. 363–370.
- Pleszkun-Olejniczakowa E., Bachura J., Pawlik A.: *Dwa teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki sluchowiskowej*, Toruń 2011.
- Plaźewski J.: *Język filmu*, Warszawa 2008.
- Brodzka A., Puchalska M., Semczuk M., Sobolewska A., Szary-Matywiecka E. (red.): *Słownik literatury polskiej XX wieku*, Wrocław 1992 (tu hasło: *Dramaturgia radiowa*, oprac. P. Stasiński).

Media

- Bizio K.: *Fotoplastykon*, reż. S. Woroniecki, real. akust. A. Waraczewska, wyk.: B. Bandurska, W. Dębicki, M. Guzowski, P. Kazimierczak, G. Madej, E. Mrozińska, W. Orłowski, J. Polaczek, E. Sobczyk, Polskie Radio Szczecin, czas trw. 47', em. 28.03.2004.
- Czczot K.: *Dublin. One way*, reż. K. Czczot, muz. J. Szymkiewicz z grupą Budyń & Sprawcy Rzepaku, wyst.: J. Szymkiewicz, R. Skalska, M. Szymkiewicz, P. Robb, K. Czczot oraz Przyjaciele i Znajomi z Polski, Polskie Radio Szczecin, czas trw. 25'18", em. 07.02.2008.

Stereotyp

Maciej Duda

Wydział Humanistyczny

Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

Tagi: *informacja, infotainment, talent show*

Definicje

W XVIII wieku termin stereotyp wykorzystywany był przez drukarzy na oznaczenie metalowej lub (później) gumowej formy umieszczanej w matrycy drukarskiej, wypukłego elementu odlanego na potrzeby szybkiego i taniego druku.

Stereotyp to z greckiego *stereós* – bryła, stężały oraz *typos* – odbicie, obraz. Współczesne znaczenie stereotypu oparte jest na socjologii i psychologii. Termin ten oznacza społecznie podzielane przekonanie/-a na temat cech charakteryzujących daną grupę ludzi. Podstawowymi cechami stereotypu w ujęciu socjologii oraz psychologii są: nadmierne uproszczenie, nasycenie wartościowaniem, nadogólność, rozumiana jako ukryte przekonanie o bezwyjątkowym podobieństwie wszystkich reprezentantów danej grupy, oraz niewielka podatność na zmiany. Ostatnia cecha związana jest z mechanicznym odrzucaniem informacji podważających wydzźwięk stereotypu i skupieniem się na czynnikach potwierdzających przyjętą wcześniej opinię.

Pojęcie stereotypu do socjologii wprowadził w 1922 roku Walter Lippman (1889–1974), który w swojej pracy *Public opinion* stereotyp porównał do zielonej szyby, przez którą oglądać można przedmioty. Wówczas wszystkie widoczne eksponaty znajdować się będą w zielonej poświacie. Ta metafora oddawać miała jeden ze schematów myślenia o świecie. Według Lippmana stereotyp to częściowy, jednostkowy, schematyczny obraz, który powstaje w umyśle człowieka i odnosi się do faktu czy zjawisk społecznych. Wskazane ujęcie naciska kładzie na subiektywne postrzeganie świata. Poglębiając tę myśl, John C. Merrill zastanawiał się nad realnym istnieniem stereotypu, pisał też o wytworzeniu się „stereotypu stereotypu” (J.C. Merrill, 1970, za: Z. Bokszański, 1997, s. 6). Z czasem, w badaniach kolejnych socjologów, zaprezentowanych przez Lippmana, pojęcie to trwale powiązane zostało tylko z jedną z płaszczyzn oglądu świata i zakonserwowane w ujęciu negatywnym, jako mechanizm, który staje się podstawą uprzedzeń. We współczesnym, socjologicznym i psychologicznym ujęciu, wyróżnić można następujące funkcje stereotypu: poznawczą, egotystyczną i tożsamościową.

Funkcja egotystyczna obejmuje działanie na rzecz ochrony własnego „ja”. Służy usprawiedliwianiu własnych działań oraz stosunku do innych. Wiąże się z podniesieniem poczucia własnej wartości.

Funkcja tożsamościowa związana jest z poczuciem osobistego podobieństwa i przynależności do grupy, której członkowie i członkinie określone zostaną autostereotypem zwiększającym różnice między grupą własną i cudzą. Stwierdzić można, że wiara jednostki w stereotypy jest równocześnie wynikiem poszukiwania społecznej przynależności oraz skutkiem jej osiągnięcia.

W kontekście mediów najważniejsza pozostanie funkcja poznawcza. Stereotyp potraktować można jako narzędzie uzupełniania braków informacyjnych, ale też jako schemat skutecznie redukujący nadmiar danych, wprowadzający porządek w miejsce chaosu. Podzielając dany stereotyp, mamy tendencję do przetwarzania informacji w taki sposób, by uzyskać obraz zgodny z uwewnętrznionymi wartościami – nawet jeśli wiele informacji zaprzeczy naszej opinii, prowadząc do dysonansu poznawczego. Przy takim założeniu, stereotyp przyspiesza formułowanie opinii i wyciąganie wniosków, działa na zasadzie „skąpca poznawczego”. Łatwy w użyciu schemat myślowy jest odporny na zmianę i sprzyja zapamiętywaniu informacji zgodnych z przyjętą wizją świata. Biorąc pod uwagę główną rolę mediów – funkcję informacyjną – schemat prezentacji oparty na stereotypach nie będzie zgodny z etycznymi założeniami dziennikarstwa, które wykorzystują zasadę mówienia/pisania prawdy i nieprzedstawiania opinii jako faktów oraz usytuowaniu zdarzeń i wypowiedzi w ich autentycznym kontekście.

W ujęciu współczesnych mediów i wygłaszanych za ich pośrednictwem komunikatów, problematycznym aspektem stanie się nakładanie się/przenikanie funkcji informacyjnej, rozrywkowej (zob. hasło: *infotainment*) oraz propagandowej. Schematyczne stereotypowe obrazowanie niweluje wartość informacyjną komunikatu i jednocześnie pozytywnie wpływa na jego walor rozrywkowy. Wydaje się, że w dobie konkurencyjności mediów te sprzeczne czy wykluczające się funkcje pozostają równoważne w kontekście dotarcia do jak największej liczby odbiorców.

Rozważając kwestię wpływu mediów na czytelników, słuchaczki, widzów, za Adamem Puchejdą zauważyć można, że każdy/-a z odbiorców medialnych przekazów wybiera holistyczny projekt, który wydaje się jej/jemu spójniejszy z uwewnętrznionymi przez siebie wartościami. Znajdując oparcie w schemacie stereotypu, wyboru dokonamy nawet wówczas, jeśli ów projekt nie będzie zgodny z naszym postrzeganiem świata na wszystkich jego płaszczyznach. W ten sposób budujemy „zwały, twarde bloki ideologiczne i światopoglądowy” (A. Puchejda, 2013, s. 6).

Opinie na temat powszechności stereotypowych przekazów medialnych potwierdzają prowadzone badania i monitoring mediów. Najczęściej badanym czynnikiem w kontekście stereotypowego przekazu jest płeć. Największe na świecie badanie obecności kobiet i mężczyzn w mediach przeprowadzono w ramach Światowego Projektu Monitorowania Mediów (The Global Media Monitoring Projekt). Monitoring prowadzony jest co pięć lat, od 1995 roku. W 1995 i 2000 roku badano i analizowano wiadomości radiowe, prasowe i telewizyjne, które po-

jawiły się w ciągu danego dnia w 70 krajach świata. W następnej edycji, w 2005 roku badanie objęło 76, a w 2010 roku – 108 krajów (www.whomakesthenews.org). Każdorazowo analizowano kilkanaście tysięcy newsów radiowych, telewizyjnych i prasowych, a ogłoszeniu raportu towarzyszyła kampania mająca zachęcić dziennikarzy/-ki, redaktorów/-ki, producentów/-ki i właścicieli/-ki mediów do zrównoważonego i sprawiedliwego prezentowania kobiet i mężczyzn w codziennych serwisach informacyjnych.

Polskie badania – równościowy monitoring mediów – prowadzili między innymi Anna Dryjańska i Piotr Pacewicz (media ogólnopolskie) oraz Stowarzyszenie Kobiet Konsola z Poznania (media lokalne, wielkopolskie). Wyniki badań opublikowano na łamach „Gazety Wyborczej”, można je także znaleźć na stronach Fundacji Femi-noteka oraz Stowarzyszenia Kobiet Konsola.

Dostrzegając problem stereotypizacji przekazów medialnych, Stowarzyszenie Inicjatyw Niezależnych „Mikuszewo” w 2007 roku wydało poradnik dla mediów *Jak pisać i mówić o dyskryminacji*. Autorka poradnika, Beata Maciejewska, pisała:

Obiegowe powiedzenie określa media jako „okno na świat”. Warto się jednak zastanowić, czy na to okno nie jest nałożony filtr, który nie pozwala dostrzec złożoności, różnorodności i wielowątkowości świata? Nadmiar informacji zmusza media do redagowania i dokonywania skrótów i w efekcie redakcyjne „miotły” wymiatają z przestrzeni medialnej niektórych ludzi, zjawiska społeczne i idee. Również założenia i wartości dziennikarzy i dziennikarek oraz decyzje producentów i ich zwierzchników mają wpływ na to, co i w jaki sposób zostanie przedstawione. Co zostanie wyemitowane w głównych wiadomościach, a co nie? Jakie wydarzenia staną się tematem dnia, a jakie zostaną przemilczane? Jakie opinie zostaną wypowiedziane, a jakie pominięte? Kto będzie uczestniczył w studyjnych dyskusjach, a kto zostanie wykluczony? Media redukują świat nie tylko do określonych zjawisk – najczęściej związanych z polityką, konfliktami i katastrofami (*bad news is good news*), ale także ograniczają się do relacjonowania rzeczywistości z punktu widzenia wybranych grup lub kategorii społecznych. Nadmierna reprezentacja jednych odbywa się kosztem innych (B. Maciejewska, 2007, s. 16).

W tomie znalazły się definicje i przykłady dobrych praktyk – dziennikarstwa wrażliwego na płeć, wiek, pochodzenie, niepełnosprawność oraz orientację psychoseksualną. Wiele miejsca poświęcono także kwestii neutralności języka budowanych przekazów (B. Maciejewska, 2007, s. 16). Czytelnicy/-czki tomu, rozwiązując zawarte w nim testy i ćwiczenia, mogą też praktycznie sprawdzić czy budowane przez nich komunikaty są oparte na krzywdzących stereotypach i mogą prowadzić do dyskryminacji.

Wskazane badania zgodne są z ramą interpretacyjną zaproponowaną przez Pierre’a Bourdieu (1930–2002) w pracy *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, stanowiącej zapis cyklu wykładów, jakie socjolog wygłosił we francuskiej telewizji w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Badacz przedstawił i omówił zespół warunków, w których odbywa się całokształt medialnej produkcji. Bourdieu opisał świat produkcji medialnej, przyjmując perspektywę pola społecznego, którego kompozycja (przymusy strukturalne, stosunki sił, konkurencja wewnętrzna i zewnętrzna) ma konsekwencje dla treści i kształtu przekazów (P. Bourdieu, 2009)

Interpretacja

Na warsztat biorę temat, który wzbudził szerokie zainteresowanie mediów. Jego omówienia, dostarczając kolejnych informacji, nie były wolne od emocji dziennikarzy i komentatorów/-ek, dzięki czemu stają się doskonałym materiałem ilustracyjnym dla budowanego hasła.

W maju 2014 roku odbywały się dwa ważne wydarzenia z Europą w tytule. Finał konkursu Eurowizji i wybory do Parlamentu Europejskiego. Dwie sceny, dwa spektakle, dwa konkursy, dwa głosowania. Pierwsze z nich wiązało się z zaprezentowaniem konkretnej postaci lub zespołu muzycznego oraz ich propozycji repertuarowej. Drugie dotyczyło prezentacji postaci i stojącej za nią partii, ugrupowania. Pierwsze z nich wygrała Conchita Wurst, reprezentantka Austrii.

Zwycięzczyńi spogląda na nas z okładki „Faktu” z 13 maja 2014 roku. Obok niej widnieje napis: „Głosowaliście! Zapłaciliście! A wybrali inni!”. Publicysta dziennika, Tomasz Kontek, pyta „Czy tak ma wyglądać europejska demokracja? Ten wygląd stał się manifestem wolności i demokracji” – stwierdza. „Czy w imię wolności i nowoczesności można już wszystko, nawet przeczyć prawom natury? Na taką Europę nie możemy się zgodzić” wyrokuje („Fakt”, 13.05.2014, s. 1). Wewnątrz wydania zacytowano opinie eurowizyjnej konkurencji, reprezentanta Polski, Donatana: „Wolę być seksistą, niż żyć w nowoczesnej Europie”, Rafała Ziemkiewicza: „Pana Parówkę wcisnęto nam z tych samych powodów, z których pani Hanna Gronkiewicz-Waltz wciska nam tęczę na placu Zbawiciela, który ma być placem Tęczowej Rewolucji. (...) a komu to się nie podoba, niech idzie na śmietnik historii” i Tomasza Terlikowskiego: „Robi karierę na głupocie lewicy” („Fakt”, 13.05.2014, s. 3). Kontek dodaje: „Chłop to chłop jest, a baba to baba!” („Fakt”, 13.05.2014, s. 3). Poza przytoczonymi opiniami, tekst zawiera także diagnozę ostatniego publicysty, wedle którego Conchita albo jest kuglarzem i powinna występować na jarmarku, albo należy jej współczuć, ponieważ ma problemy osobiste. Ewentualnie może też występować w gejowskich barach, a nie w polskiej telewizji.

Festiwal Conchity Wurst nie zakończył się na jednym wydaniu tabloidu. W kolejnym dniu, na łamach „Faktu”, o Eurowizji napisał Michał Piasecki. W tekście *Ile zostało nam z demokracji?* stwierdził, że obywatele Europy nie mieli wpływu na wynik konkursu, ponieważ decydujący głos miało jury. Powyższa teza na temat wygranej Conchity Wurst przenosi się z działu „Rozrywka” do działu „Opinie i Kultura”. Sam tekst zaś napisał dziennikarz z działu „Polityka”. W tym samym numerze pojawiła się także publikacja *Conchita bez brody!*, będąca fotomontażem Conchity (zdjęcie z występu na Festiwalu Eurowizji), na którym z twarzy Conchity komputerowo usunięto brodę. Ten fotomontaż miał jednocześnie zaspokoić ciekawość czytelników i udowodnić, że konkurs wygrała broda, nie piosenka. Trzeciego dnia na okładce „Faktu” („Fakt”, 15.05.2014) pojawiło się zdjęcie Conchity w stroju kąpielowym oraz fotografia rozebranej blondynki. Między zdjęciami znalazł się podpis: „My Germanki mamy brody, My Słowianki w bród urody”. *Cover story* rozszerzono wewnątrz wydania („Fakt”, 15.05.2014, s. 8–9), gdzie czytelnicy i czytelniczki znaleźli szczegółowe porównanie słowiańskiej piękności Aleksandry Ciupy oraz Conchi-

ty Wurst. Pierwsza w stroju ludowym lub rozebrana na zdjęciach z sesji dla magazynu „CKM”, druga na zdjęciach w luksusowym apartamencie prezentowała się ze swoim życiowym partnerem. Kolejne fragmenty tekstu noszą tytuły *Żyje z fałszywym mężem i fryzjerem* oraz *Plakał, gdy musiał zakładać spodnie* – „Już jako dziecko Thomas przebrał się za księżniczkę” („Fakt”, 15.05.2014, s. 8–9).

W trzech kolejnych wydaniach dziennika wskazano wagę tematu, odsłanianego na dwóch polach – politycznym i płciowym. Oba zostają rozłączone. Politycznie dyskutuje się o systemie podliczania punktów konkursowych, braku demokracji oraz protestuje się przeciwko europejskiej, nowoczesnej wizji, która odbiega od swojskiego seksizmu. Samą Conchitę obdarza się litością, bądź gettoizuje, chcąc pokazywać w zamkniętych gejowskich klubach. W kwestii płci przemawia się graficznie, majstruje się w scenicznym wizerunku zwyciężczyni konkursu oraz, na podstawie narodowych resentymentów, wyśmiewa przysłowiową germańską brzydotę przez samo zestawienie jej ze zdrową polskością. Format pisma obrazkowego jest klarowny.

Traktowany dotychczas raczej protekcyjnie i oceniany jako pretensjonalny, rozrywkowy format Eurowizji przekształcił się w trybunę, z której głosi się ważne, polityczne manifesty. Ciało Conchity Wurst oficjalnie stało się ciałem politycznym.

W tym samym czasie „Newsweek” opublikował tekst Jacka Tomczyka *Conchita Wurst a sprawa polska* („Newsweek” 2014, nr 21, s. 34–38). Autor trafnie zauważył, że w „debacie o Wurst szybko pojawiło się słowo »gender«”, a sama Conchita traktowana jest jako realny objaw „ideologii gender”. Jej postać zastąpiła figurę przedszkolaka w sukience i stała się głównym wątkiem zbliżających się wówczas wyborów do Parlamentu Europejskiego. W tekście Tomczyka przytoczono opinie Jacka Sasina (PiS), który w konkursie Eurowizji dopatrzył się „ofensywy genderowej”, księdza Oko, który odkrył historię Thomasa Neuwirtha występującego pod pseudonimem Conchity Wurst; Tomasza Terlikowskiego, który cieszył się, że Wurst wystąpił w polskiej telewizji, ponieważ:

Przez swoje naruszenie granic płci, przekroczenie normy, co jest męskie, a co kobiece, wpisuje się w ideologię gender. I jeśli jest normą tej ideologii, to jasna przestroga, do czego doprowadzi nas gender. Niech ludzie to sobie uświadomią („Newsweek” 2014, nr 21, s. 34–38).

Obok pojawiły się też głosy kobiet, Magdaleny Środy, która mówiła o wyzwaniu dla patriarchy oraz Ygi Kostrzewy, która stwierdzała, że Polacy nie rozumieją Conchity, ponieważ sprawy LGBT w Polsce nie są jeszcze uporządkowane, co powoduje chaos.

W równoległym numerze „Wprost” („Wprost” 2014, nr 21, s. 20–24), powołując się na ważny moment – wygraną Conchity, redakcja opublikowała ranking dziesięciu polskich homofobów, a wśród nich znalazły się dwie kobiety (cały ranking: 1. Ks. Dariusz Oko, 2. Krystyna Pawłowicz, 3. Maciej Maleńczuk, 4. Bartosz Kownacki, 5. Stefan Niesiołowski, 6. Stanisław Pięta, 7. Janusz Korwin-Mikke, 8. Lech Wałęsa, 9. Beata Kempa, 10. Ryszard Legutko).

Przechwycona przez polityków, ale i aktywistów i aktywistki, figura Conchity stała się wygodnym i wyraźnym pionkiem w polityczno-światopoglądowej grze. Protest przeciw werdyktowi zapewniał potwierdzenie moralności i męskości, z kolei jego poparcie pokazywać miało polityczną otwartość, brak dyskryminacji i poczucie humoru. Oponentów zrównano z homofobicznym Putinem, popierających ustawiono w szereg „ideologów gender”. Media szeroko rozpowszechniły także komentarze polityczek, wśród nich Beaty Kempy:

Na Eurowizji normalność, heteroseksualność i prawdziwy talent są dyskryminowane. Wygrało dziwactwo (...). Gigantyczne pieniądze są wydawane na promocję równości płci (...). Walczą z wartością, jaką jest rodzina, i to na wszystkich frontach. Chcą nam wmówić, że ten cyrk objazdowy to normalność. Tymczasem polskie dzieci zadają rodzicom kłopotliwe pytania o płeć osoby, która wygrała festiwal (M. Gołębiowska-Szuchta, *Kempa niezadowolona z Eurowizji: Wygrało dziwactwo*, wyborcza.pl),

Ewy Gutek, z zawodu pielęgniarki, członkini Solidarnej Polski: „Dzieci oglądają transwestytę w telewizji, później popadają w depresję, podejmują próby samobójcze. Potrzebne są fundusze na psychologów” (Marta Gołębiowska-Szuchta, *Kempa niezadowolona z Eurowizji: Wygrało dziwactwo*, wyborcza.pl) oraz Krystyny Pawłowicz, która występ Conchity Wurst na Eurowizji oceniła jako niegroźny:

bo od tego, że on wyjdzie na scenę, ludzie nie umierają. Ale jest to jeden z przejawów groźnego zjawiska: bezczelnego wciskania się w każdy kąt i opanowywania kolejnych przyczółków przez pewną ideologię i lewacki nurt myślenia, który niszczy rodzinę, obyczajowość, tradycję, kulturę (...). Ubrany w damskie rzeczy facet, którym wszyscy się zachwycają – co to jest? Schyłek cywilizacji europejskiej (Pawłowicz o Conchicie Wurst: *Groźne zjawisko, lewacki nurt*, <http://wiadomosci.dziennik.pl>).

TVP Info o komentarz poprosiła Wojciecha Cejrowskiego:

W cyrkach pokazywano takie rzeczy i to jest rozrywka niska, że np. pokazujemy kurdupla, karła, który ma genetyczne wady i ludzie wpatrują się w niego, bo dziwny. Nie powinniśmy takich rzeczy pokazywać – zaczął, komentując zwycięstwo austriackiej drag queen Conchity Wurst. – Polska się powinna wycofać w ogóle z tego konkursu. Muzycznie kiepskie i jest jakiś facet, który bąbę udaje i zapuścił sobie brodę. Telewizja państwowa powinna promować kulturę wyższą, a to nie jest kultura wyższa (Cejrowski o Conchicie Wurst: *Niska rozrywka. Takie rzeczy to w cyrkach...*, <http://www.wprost.pl>).

Medialny festiwal trwał. Niezaproszeni do studia lub na łamy czasopism wypowiadali się za pośrednictwem mediów społecznościowych, na przykład Dorota Zawadzka, która na Twitterze napisała: „Wygrała Cher z brodą... Dobranoc... Muszę jeszcze ogolić brodę... Tfu... nogi!” (Ł. Trybulski, *Reakcje po finale Eurowizji*, <http://natemat.pl>). Trudno wnioskować, jaki jest sens powyższej wypowiedzi – czy ironiczny, czy tylko zabawny. Ta prezentacja pokazuje jednak, jak szeroki rezonans wywołała postać Conchity Wurst, która doskonale wpisała się w brak przedwyborczej debaty europejskiej oraz w zastępcze działania polityków i polityczek, dla których głównym tematem stała się dbałość o dzieci i moralność lub wsparcie dla modernizacji/nowoczesności. Kontekst

męskości połączony z kryzysem cywilizacji przywołuje wypowiedź tylko jednej z zacytowanych kobiet, komentarz Krystyny Pawłowicz. Pozostałe, choć strach o dzieci i własną troskę, ale też obywatelską odwagę obrazują za pomocą wojennej topiki, stają w obronie latorośli, nie mężczyzn. Chroniąc polskie dzieci, przyjmują rolę matek narodu.

Najgłośniejsze okazały się jednak opinie dotyczące estetyki oraz odwołujące się do pseudonimu zwyciężczyni. Jacek Kurski stwierdził:

Nie przy jedzeniu, pani redaktor. (...) Mamy do czynienia z agresją kulturową, dopychaniem kolanem modelu społecznego wyboru płci. To nie jest smaczne, że się facet ubierze w sukienkę, a potem sobie brodę przyklei. Nie da się tego oglądać („7 Dzień Tygodnia”, Radio ZET, maj 2014).

Rozwiązanie zagadki, kim lub czym, ponieważ w medialnych i internetowych dyskusjach często określana była przedmiotowo („to coś”, „to dziwo”), jest Conchita Wurst, stało się najważniejszym działaniem – nie tylko dla grafików pracujących w redakcji „Faktu”, ale też dla większości komentatorów politycznych i publicystycznych, którzy nie umieli i jednocześnie nie chcieli dokonać jednoznacznej kwalifikacji płciowej czy rodzajowej Conchity Wurst. „Pan w sukience”, „pani z brodą”, „Pani Kielbasa”, „Pan Muszelka” to najpowszechniejsze określenia omawianej kreacji. Jako takie idą one w sukurs owej niejednoznacznej kreacji, przy czym nierozstrzygalność, która miała stać się źródłem zabawy, stała się podłożem oceny i dyskwalifikacji. Sprawdzając częstotliwość określeń, stwierdzić jednak można, że najpowszechniejsza była kwalifikacja „kobieta z brodą”, nie „pan w sukience”. Takie ustawienie znajduje potwierdzenie w rozpowszechnionym w kulturze obrazie kobiety z brodą występującej w cyрку. Mężczyzna w sukience nie był w stanie zmieścić się ani w politycznym, ani moralnym imaginarium większości polskich komentatorów. Mężczyzna w sukience chciał, parafrazując Ziemiękiewicza, „wcisnąć nam parówkę” – należało go więc wykastrować i uczynić zeń kobietę z brodą. W ten sposób ponownie ciało kobiety stało się areną politycznych i światopoglądowych sporów. Ciało mężczyzny zostało ochronione, wymazane z historii o Thomasie Neuwirth. Męskość została ocalona. Jej ocalenie stało się głównym tematem dla ubiegających się o mandat eurodeputowanych panów w garniturach, którzy dzięki Eurowizji mogli odrodzić się jak Feniks z popiołów, o czym śpiewała Conchita Wurst.

W powyższej dyskusji powszechne było także stwierdzenie „wystąpiła w polskiej telewizji” lub „polska telewizja pokazała”. Emisja finału Eurowizji 2014 w TVP zastąpiła nadawaną w cyklicznym paśmie weekendowego wieczoru polską audycję kabaretową, w której głównymi postaciami prezentowanych skeczów są Wandzia lub Mariolka. Pierwsza to postać rozrywkowej, pijącej kobiety, która dzięki ciętemu i ironicznemu językowi potrafi odnaleźć się w każdej sytuacji. Jej atrybutami są duże okulary oraz foliówka lub torebka, w której trzyma między innymi butelkę mocnego alkoholu. Druga, Mariolka, to młoda dziewczyna o długich blond włosach, w tęczowym sweterku i przykrótkich spodniach. Jej cechą charakterystyczną jest głupota i zarost na twarzy. Opowieści Mariol-

ki są dla publiczności źródłem humoru. Pierwszą z nich odgrywa Roman Źurek z kabaretu Neo Nówka, drugą Igor Kwiatkowski z kabaretu Paranienormalni. Ich kreacje nigdy nie zostały poddane politycznej czy światopoglądowej dyskusji. Być może zabezpiecza je kreowana umowność. Wszyscy oglądający skecz od pierwszej chwili mogą dostrzec, że w obu przypadkach to przebrany mężczyzna wciela się w postać kobiety, dziewczyny. Wszyscy wiedzą też, że to dla zabawy, toteż wyłaniająca się spod przykrótkich spodni owłosiona noga, czy zarost na twarzy Mariolki nikogo nie zastanawia, nie obraża, ani też nie powoduje wyraźnego niesmaku.

Transmisja finału Eurowizji nie przerwała jednak innego cyklu, emitowanego przez Polsat licencjonowanego formatu *Twoja twarz brzmi znajomo*, w ramach którego polskie gwiazdy z muzycznymi aspiracjami co tydzień losują znaną postać z muzycznego świata, w którą będą musiały się wcielić. W każdym odcinku piosenkarki czy aktorzy zmieniają narodowość, płeć, kolor skóry, wiek. Panowie zakładają sukienki, rajstopy, buty na wysokich obcasach, peruki, malują twarze, zakładają sztuczny biust. Często, wzorując się na zachodnich gwiazdach, muszą być roznegliżowani oraz śpiewając, wykonywać erotyczne układy taneczne, tak by stać się postacią, którą w trakcie losowania przydzieliła im produkcja. Śpiewają nie swoją barwą głosu, a po występie – poddając się opinii jury – często rozmawiają z jego poszczególnymi członkami, co zaburza efekt przeistoczenia, ponieważ nagle na przykład Madonna mówi tubalnym głosem polskiego wokalisty/aktora. Takie samo przeistoczenie przechodzą bohaterki opisywanego formatu. Te, przebijając się za śpiewających mężczyzn, imitują ich sceniczny ruch, zmieniają kolor skóry, przyklejają sztuczne nosy, policzki, brody, wąsy, zakładają peruki i ukrywają biusty. Po występie ich prawdziwe głosy także wydobywają się z obcych płciowo ciał.

Jaka jest różnica między finałem Eurowizji a formatem, który w każdą sobotę ogląda kilka milionów Polak i Polaków? Oba programy są rozrywkowe, oba mają formę konkursu, ich uczestniczki i uczestnicy zbierają kolejne punkty i walczą o pierwsze miejsce. W obu liczy się spektakl: śpiew, taniec, strój, inscenizacja. Istnieją właściwie dwie zasadnicze różnice. Pierwsza to zasięg, oglądalność. Polsat najczęściej oglądany jest przez mieszkańców mniejszych miast, miejscowości i wsi, w takich odbiorców celuje stacja. Eurowizja transmitowana jest przez telewizję nadającą w krajach wszystkich uczestników i uczestniczek konkursu. Druga różnica to konwencja. Oglądając Polsat, wiemy, że bohaterowie i bohaterki się przebiorą w inną postać, że zrobią to perfekcyjnie, ponieważ przebranie, wcielenie się i prawidłowe cytowanie zadanej postaci jest oceniane. W przypadku Eurowizji trudno mówić o konwencji. Określają ją sami reprezentanci poszczególnych krajów, których zadaniem jest wyjść na scenę, przykuć uwagę odbiorców (także kompozycją i śpiewem) i zebrać głosy widzów oraz jury. Konkurs nie ogranicza i niczego nie narzuca. Organizator Eurowizji ustala tylko szeroki temat przewodni, na przykład w 2015 roku było nim hasło *Building Bridges*.

Przykładowe omówienia prasowe łączą funkcję informacyjną i rozrywkową. Większość z nich wykorzystuje stereotypy obejmujące czynnik płci, narodowości i orientacji seksualnej. Analiza pokazuje, że można się wcielić w nie swoją rolę płciową, można ją cytować, należy to jednak robić pod jednym warunkiem – cytata nie może być

poważny i poprawny, ważne by wszyscy wiedzieli, co jest pod spodem, co kryje się pod sukienką. Nawet na scenie nie można być Conchitą Wurst. Można być mężczyzną udającym kobietę (Mariolka, Wandzia, postaci z *Twoja twarz brzmi znajomo*), można być kobietą z brodą, nigdy jednak nie można być mężczyzną w sukience. Sukienka zdobi tylko kobietę, mężczyźnie odbiera płęć. Należałoby więc zapytać, co naprawdę kryje się w tym elemencie garderoby – czy zakładający sukienkę mężczyzna poddaje się pod czyjąś władzę? Na to pytanie odpowiedź znajdujemy w języku: „parówa”, „baba z brodą”, czyli gej i kobieta – oboje symbolicznie i kulturowo nadal podlegli „prawdziwemu mężczyźnie”.

Bibliografia

Teoria

- Aronson E.: *Człowiek – istota społeczna*, przeł. J. Radzicki, Warszawa 2012.
- Aronson E., Wilson T.D., Akert R.M.: *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, przeł. J. Gilewicz, Poznań 1997.
- Bokszański Z.: *Stereotypy a kultura*, Wrocław 1997.
- Bourdieu P.: *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009.
- Dudzikowa M., Czerepaniak-Walczak M.: *Wychowanie. Pojęcia – procesy – konteksty*, t. II, Gdańsk 2007.
- Maciejewska B.: *Jak pisać i mówić o dyskryminacji. Poradnik dla mediów*, Mikuszewo 2007.
- Mudyń K.: *Stereotypy*, w: W. Szewczuk (red.), *Encyklopedia Psychologii*, Warszawa 1998.
- Puchejda A.: *Brak rozmowy, czyli przemoc*, „Znak” 2013, nr 696.

Media

- „Fakt” (wybrane artykuły).
- „Newsweek” (wybrane artykuły).
- „Wprost” (wybrane artykuły).

Talent show

Małgorzata Rydelek

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *docusoap, infotainment, serial*

Definicje

Wedle najbardziej ogólnej definicji, *talent show* można określić jako interaktywne widowisko telewizyjne, produkowane w celach komercyjnych i przeznaczone dla masowego odbiorcy. To wciąż rozwijająca się forma rozrywki telewizyjnej, jednakże na tyle zadomowiona w ramówkach, a w związku z tym także w kulturze egalitarnej, że wzmianki o niej znajdują się w różnego typu publikacjach. Próby krytycznej analizy gatunku podejmuje się już na lekcjach wiedzy o kulturze w szkołach ponadgimnazjalnych. Według jednego z podręczników mianem *talent show* określa się odmianę *reality show*, skupioną na:

promowaniu przyszłych gwiazd przemysłu rozrywkowego oraz obiecywaniu uczestnikom sławy i sukcesu, do których mają prowadzić kolejne etapy, często wiążące się z upokarzaniem i ośmieszaniem, a także wykorzystywaniem emocji bohaterów dla rozrywki widza (*Spotkania z kulturą*, 2012, s. 164).

Narodziny gatunku nieprzypadkowo przypadają na lata rozkwitu kultury masowej. Pierwszymi tego typu programami na świecie były *Original Amateur Hour* Teda Macka i *Talent Scouts* Arthura Godfreya. Początek emisji obu wymienionych programów przypadł na 1948 rok. Pierwszy z nich można było oglądać początkowo w ramówce amerykańskiej stacji DuMont Television Network; po roku program przeniesiono do NBC, gdzie ukazywał się do 1954 roku. Show prowadzony przez Godfreya emitowano przez 10 lat w CBS Television. Struktura programów była podobna do tych, które są znane współczesnemu widzowi. Amatorzy stawali przed kamerą (lub we wcześniejszych wersjach audycji – przed mikrofonem radiowym) i w obecności jurorów odbywały się występy wokalne, muzyczne lub wodewilowe. Zwycięzcę odcinka *Talent Scouts* wyłaniano na podstawie wskazań urządzenia do mierzenia siły oklasków publiczności (*clap-o-meter* lub *applause meter*), natomiast widzowie *Original Amateur Hour* głosowali na swoich faworytów telefonicznie lub za pomocą kartek pocztowych.

Za pierwszy polski talent show uznaje się *Szansę na sukces*, produkowaną przez TVP. Popularność zapewniał przedsięwzięciu prowadzący Wojciech Mann – dziennikarz radiowy i prezenter cieszący się niesłabnącą sympatią

publiczności. Program był emitowany przez blisko 20 lat (1993–2012), a jego struktura różniła się od produkcji amerykańskich, których kalki można oglądać we współczesnej telewizji. Wszyscy uczestnicy danego odcinka musieli zaśpiewać utwór jednego wykonawcy, obecnego w studiu podczas programu i będącego równocześnie jurorem. Bezpośrednio przed występem każdy uczestnik losował numer piosenki do zaprezentowania, a następnie mógł wybrać rodzaj nagrania oryginału (np. profesjonalny, akustyczny), którego fragment zostanie wyświetlony. Wysłuchawszy wszystkich wykonń, jurorzy udawali się na naradę, podczas której wybierali najlepszego wokalistę. Raz do roku odbywał się wielki finał – zwycięzcy poszczególnych odcinków rywalizowali ze sobą o nagrodę główną, którą był między innymi występ podczas Koncertu Debiutów na Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu. Udział w *Szansie na sukces* stał się początkiem kariery muzycznej Katarzyny Cerekwickiej, Katarzyny Stankiewicz, Justyny Steczkowskiej czy Anny Wyszconi. Kolejne programy typu *talent show*, które mogli oglądać widzowie polskiej telewizji, były już (z niewielkimi wyjątkami) kopiami produkcji zagranicznych, głównie amerykańskich (*Idol*, *X Factor*, *Mam Talent*, *Taniec z Gwiazdami*, *Master Chef*, *Top Model*, *You can Dance*, *Twoja twarz brzmi znajomo* i inne).

Głównym założeniem *talent show* jest wyłonienie najlepszego artysty w danej dziedzinie. Na potwierdzenie tej definicji warto przytoczyć wycinki z regulaminów wybranych programów. Na stronie internetowej *Mam talent!* czytamy: „Celem Konkursu jest wyłonienie najciekawszej osobowości wśród osób posiadających różnorodne talenty i umiejętności” (mamtalent.tvn.pl). Bardzo podobnie sformułowano założenie programu *X Factor*: „Celem Konkursu (Programu *X Factor*) jest wyłonienie największej osobowości wokalne i scenicznej wśród osób i grup posiadających talent wokalny i muzyczny” (xfactor.tvn.pl).

Praktyka pokazuje jednak, że zwycięzcami zostają nie najbardziej utalentowani, ale ci, którzy są w stanie przynieść stacji największe zyski. Potwierdzają to także autorzy cytowanego wyżej podręcznika wiedzy o kulturze: „Udział w takim programie w większości wypadków nie ułatwia zrobienia kariery, ponieważ jego rzeczywistym celem nie jest pomoc utalentowanym osobom, lecz pokazanie ich publiczności” (*Spotkania z kulturą*, 2012, s. 164).

W podobnym tonie wypowiedział się dziennikarz muzyczny Robert Leszczyński, wskazując w wywiadzie dla „Wirtualnych Mediów” następujące cele realizacji programu *Idol*, którego był jurorem:

To nie jest program lightowy, to jest program hardcore’owy. Dajemy publiczności o wiele większe emocje. Robiony jest w charakterze reportażu. W innych programach nie pokazuje się prawdziwych emocji. My doprowadzamy ludzi do ostateczności. Pokazujemy te łzy, tę wściekłość, te nerwy (wirtualnemedia.pl).

Niejako efektem ubocznym *talent show* wydaje się być promowanie samych jurorów. W rzeczywistości jest to jednak szczegółowo zaplanowany zabieg, mający przyciągać widzów do programu nawet wtedy, kiedy uczestnicy nie spełniają pokładanych w nich oczekiwań. Dlatego w składzie jurorskim znajdują się najczęściej ludzie o skrajnie

różnych poglądach i temperamentach. Nierzadko w gronie oceniających pojawiają się osoby mało znane lub pozornie niezwiązane z dyscypliną, której dotyczy produkcja. Praca w głośnym widowisku staje się często punktem zwrotnym w ich karierze. Ponadto, jak wskazują w wywiadach osoby biorące udział w powstawaniu programów, mniej znanymi jurorami jest łatwiej manipulować, dzięki czemu reżyser odcinka może uzyskać zgodną ze swoimi założeniami ocenę uczestnika lub wpłynąć pośrednio na emocje występujących. Potwierdza to autorka artykułu *Jak wygrać reality show?*: „Generalnie zasada jest taka, że im juror bardziej przypadkowy, tym bardziej podatny na wpływy” (Z. Kazimierzczak, 2014, wprost.pl). Kupując licencję, producenci dostają tak zwaną biblię formatu – kilkudziesięciostronicowy poufny dokument, który precyzyjnie opisuje zasady tworzenia widowiska. Są w nim nawet wytyczne, jak dobierać jurorów, którzy będą oceniać występy uczestników: jeden powinien być emocjonalny, drugi rzeczowy, trzeci życzliwy, a czwarty krytyczny i złośliwy (R. Kim, 2014, stylzycia.newsweek.pl).

Kandydaci na zwycięzców talent show muszą przebyć długą drogę, której nie wszystkie etapy są widoczne na ekranie. Pierwszym krokiem jest tak zwany precasting – etap wstępny odbywający się w wielu miejscach w Polsce, najczęściej w siedzibach teatrów lub domów kultury. Uczestnicy są przesłuchiwanymi przez specjalistów z różnych dziedzin, wśród których nie ma telewizyjnych jurorów. Otrzymują także do wypełnienia kwestionariusze osobowe, w których najczęściej znajduje się wiele miejsca na opisanie swojej historii. Obsługa precastingu namawia zgłaszających się do intymnych zwierzeń, przyznawania się do najgłębszych kompleksów i życiowych traum. Podane informacje są potem wykorzystywane do tworzenia medialnego wizerunku kandydata, który ma ogromny (jeśli nie największy) wpływ na wynik głosowania widzów. Przy dobrze opowiedzianej wzruszającej historii talent bohatera przesuwają się na dalszy plan, a czasem zupełnie przestaje być ważny. Jest to istotny element telewizyjnej manipulacji. Stacja może bowiem więcej zarobić na ukazywaniu „wzruszających historii” – program ma wpłynąć na emocje widza doraźnie, „tu i teraz”; wysyłający sms z głosem musi czuć, że głosuje na konkretną osobę (i jej historię), zamiast zastanawiać się nad tym, jak potoczy się jej kariera.

Zwycięzcy precastingów są zapraszani na castingi jurorskie. Dopiero tam spotykają się z gwiazdami telewizji, które oceniają ich występy i decydują, kto otrzyma symboliczny złoty bilet (jak w *You can Dance*) lub po prostu dostanie się do kolejnego etapu. Fragmenty castingów jurorskich, po odpowiednim montażu, stanowią zwykle materiał pierwszych odcinków kolejnych edycji talent show prezentowanych na ekranie. Producenci dbają o to, aby wśród wschodzących gwiazd estrady znalazły się też osoby pozornie przypadkowe, pozbawione talentu, niekiedy zachowujące się w sposób niewłaściwy lub nawet prymitywny (jak młoda kobieta obrażająca krytykującego ją jurora lub student, który starał się „wybekać” cały alfabet). Takie przypadki jednak przyciągają publiczność i generują zyski dla programu, a autorzy „wpadek” są zapamiętywani i stają się wizytówkami danej edycji programu. Na tym etapie skrzętnie wykorzystuje się informacje o występujących pozyskane podczas precastingów.

Kandydatom, którzy są dla stacji ważniejsi, poświęca się więcej czasu, a opowiadające o nich filmiki mają charakter emocjonalny i odwołują się do uniwersalnych wartości. Pokazuje się w nich uczestnika w sielankowej atmosferze rodzinnego domu albo odwrotnie – podkreśla się jego odrzucenie przez najbliższych, co z kolei budzi w widzu litość i współczucie.

Zanim „wschodzące gwiazdy” będą mogły zaprezentować swoje umiejętności w programach na żywo, zwykle czeka je jeszcze jeden etap eliminacji. Spośród wszystkich osób, które zyskały przychylność komisji podczas castingów, jury musi wybrać określoną liczbę uczestników. W niektórych programach dzieje się to podczas dogrywki, zwykle mającej formę improwizowanej rywalizacji z kontrkandydatami w obecności jurorów (np. kilkoro występujących śpiewa ten sam utwór, a jakość wykonania decyduje o awansie do półfinału). Czasami ten etap jest zastępowany przez obrady jury za zamkniętymi drzwiami, a wynik tych dyskusji jest prezentowany uczestnikom – specjalnie w tym celu zgromadzonym w studiu. Nierzadko więc kandydaci na gwiazdy show-biznesu pokonują z nadzieją setki kilometrów, a następnie czekają przez wiele godzin jedynie na werdykt, który okazuje się dla nich niekorzystny.

Dopiero po tych etapach realizowane są wykonania na żywo, zwane potocznie lajfami. Poszczególne występy uczestników także poprzedzane są krótkimi filmikami, które odpowiednio „podkrecają” publiczność. Kandydat na zwycięzcę być może nawet nieświadomie lub mimowolnie staje się bohaterem telewizyjnej narracji, przeważnie stanowiącej kontynuację historii, którą widz zna już z poprzednich etapów. Tak więc skromny chłopiec, zapamiętany przez oglądających jako mieszkaniac dom dziecka, opowiada o utracie rodziców i tęsknocie za choćby namiastką pełnej rodziny. Niepewna siebie młoda kobieta, która na castingu płakała, zwierza się z problemów z despotycznym ojcem, niepotrafiącym zrozumieć jej pasji – i tak dalej. Tym samym głosy widzów stają się formą emocjonalnego wsparcia dla kandydatów, a nie rzetelną, choć nadal subiektywną oceną ich występu.

Zdaje się, że gwiazdy talent show – nawet wedle założeń producentów – mają być nimi tylko przez jedną edycję. Powyższy wniosek płynie z dwóch głównych przesłanek. Po pierwsze, nierzadko wątpliwy talent lub bardzo młody wiek zwycięzców od razu sugeruje, że niewiele będą mogli osiągnąć w show-biznesie. Po drugie, losy finalistów przeróżnych programów dowodzą, iż niewielu z nich faktycznie zrobiło karierę, częściowo dlatego, że stacje telewizyjne bardzo szybko zapominają o swoich „beniaminkach”, nie oferując finalistom żadnego wsparcia, czyli nie promując ich.

Interpretacja

Omówione wyżej cechy zbliżają język *talent show* do poetyki cyrku. Świadczy o tym nie tylko ludyczna funkcja tego typu programów, ale także wiele innych wspólnych elementów, do których należą: występowanie na żywo przed publicznością, ośmieszanie (siebie i innych – zarówno przez uczestników, jak i jurorów), gradacja napięcia i retardacja podczas wykonywanych trików, egzaltacja i hiperbolizacja przeżywanych emocji, używany język (za-

równie na poziomie syntaktycznym, jak i semantycznym), stosowana symbolika, obecność szeroko rozumianej iluzji, a wreszcie same kategorie występów.

Niemal w każdym odcinku pokazu talentów znajdują się „klauni”, choć czasem nieświadomi swojej roli. Na etapie castingów stają się nimi ekscentrycy, dziwacy, kandydaci przesadnie pewni siebie, których ta pewność ośmiesza. Podobnie jak w cyrku, śmieszność jest tym, czego publiczność oczekuje. W realizacjach telewizyjnych występy castingowych „klaunów” stanowią przerywniki pomiędzy wartościowymi prezentacjami. Stąd na przykład widzowie programu *Mam talent!* mogli podziwiać ludzi jedzących na czas bigos albo golonkę, osoby fałszujące najprostsze piosenki lub próbujące zaimponować Agustinowi Egurroli (jednemu z jurorów) tańcem w stylu dyskoteki w wiejskiej remizie. Producenci programów dbają, aby w dalszych etapach nie zabrakło tego typu rozrywki.

Zwykle do kolejnych etapów awansuje przynajmniej jeden uczestnik, którego talent jest co najmniej dyskusyjny, ale za to osobowość powoduje, że jest on źródłem rozrywki, bawi publiczność. Dobrym przykładem jest Bartłomiej Hom, finalista II edycji *Idola*. Zarówno on sam, jak i jurorzy byli zgodni, że nie potrafi śpiewać. Umiał za to, jak oceniła komisja, „robić show”, czemu służyły między innymi koszulki z zabawnymi napisami oraz liczne gadżety, z którymi występował. Programu jednak nie wygrał, a jego nazwisko niewiele dzisiaj mówi fanom muzyki popularnej.

Zadaniem cyrkowych konferansjerów jest – podobnie jak w przypadku przedstawień kabaretowych – nie tylko nawiązanie prywatnej, często intymnej relacji z widzami (M. Semil, E. Wysińska, 1977, s. 156), ale także podtrzymanie odpowiedniej temperatury emocji. Służą temu typowe – nie tylko dla poetyki cyrku, ale i zawodów sportowych – środki wyrazu, przede wszystkim gradacja napięcia i retardacja. Słowom prowadzącego często towarzyszy charakterystyczna muzyka lub chociaż efekty dźwiękowe (werble), podkreślające wagę nadchodzącego wydarzenia. Odpowiednio dobrana melodia stanowi też ważne tło samego występu, dzięki czemu wpływa na emocje publiczności, a nawet na interpretację oglądanego elementu widowiska, bowiem właściwe nasilenie dźwięków może sugerować, że wykonywany właśnie trik jest najtrudniejszy lub najbardziej niebezpieczny, albo że pokaz zbliża się ku końcowi. W przypadku telewizyjnych realizacji talent show nad napięciem nie tylko widzów, ale i uczestników czuwają przede wszystkim prowadzący program. Najbardziej charakterystycznym zabiegiem jest opóźnianie ogłoszenia wyników danego odcinka, czyli podania informacji, kto z występujących odpada, a kto przechodzi do kolejnego etapu. Retardacji służą także bloki reklamowe, puszczane zwykle w kulminacyjnym momencie, tuż przed ogłoszeniem nazwiska zwycięzcy. Nie trzeba dodawać, że zwiększają one także zyski producentów, ponieważ zaangażowani widzowie oglądają reklamy, nie chcąc przegapić finałowej odsłony danego odcinka widowiska.

Jednym ze źródeł dochodu stacji telewizyjnych są smsowe lub, dziś już coraz rzadsze, telefoniczne głosy widzów. Aby publiczność przed odbiornikami chciała oddać taki głos, emocje podczas całego programu muszą

sięgać zenitu. Oprócz wspomnianych wyżej retardacji i gradacji służy temu także hiperbolizacja uczuć uczestników – i to zarówno tych prezentowanych w filmikach, które zostały opisane wyżej, jak i tych przeżywanych na scenie. Podobnie jak artyści cyrkowi, tak i uczestnicy talent show posługują się przesadną ekspresją – płaczą po występach, kają się przed jury, skaczą z radości, czyli wyrażają emocje w sposób zarezerwowany na co dzień dla relacji prywatnych. Efekt tych zachowań także jest podobny – służą one bowiem podtrzymaniu kontaktu, czy raczej poczucia wspólnoty z widzem, wpływają na jego utożsamienie się z występującym i potęgują doświadczane przeżycia.

Cyrkowa poetyka w talent show jest widoczna także na płaszczyźnie języka. Dotyczy to chociażby leksyki, bowiem wśród często używanych słów pojawiają się z wysoką frekwencją nazwy cyrkowych dyscyplin i wykonawców (artysta, akrobacje, iluzja, numer, show lub jego rodzimy odpowiednik – pokaz). Znaczna jest także częstotliwość przymiotników i przysłówków w stopniu najwyższym, których użycie pomaga budować napięcie przed występem i hiperbolizuje treść opinii jury. Oprócz gradacji części mowy pojawiają się również przedrostki typu mega-, super- oraz słowa o wyraźnym nacechowaniu emocjonalnym. Widz talent show, podobnie jak publiczność cyrkowa, ma zatem do czynienia z „najlepszymi z najlepszych”, ogląda „meganiebezpieczny” pokaz „wyjątkowego superakrobata” i jest świadkiem „niepowtarzalnego koncertu wybitnego profesjonalisty”.

Warto wspomnieć o jeszcze jednej osobliwości języka świata rozrywki. Jest nią jego plastyczność i podatność nie tylko na najczęściej zbędne zapożyczenia, ale i na tworzenie nowych części znaczeniowych. Popularność talent show przyczyniła się między innymi do powstania swoistego neologizmu „wykon”, rzeczownika odczasownikowego będącego semantycznym połączeniem słów „występ” i „wykonanie”. Nadużywanie tego słowa odbiło się szerokim echem w mediach, wciągając do dyskusji jurorów, celebrytów oraz językoznawców, co paradoksalnie przysporzyło dodatkowej popularności omawianym programom. Choć „wykon” powstał zgodnie z systemem leksykalnym polszczyzny, to jednak jego brzmienie drażni nie tylko purystów językowych. Według Rafała Sidorowicza dzieje się tak dlatego, że brzmienie problematycznego wyrazu „narzuca skojarzenia z czymś oficjalnym i urzędowym [por. np. wykon dzienny górników – przyp. M.R.], a używany jest nieco żartobliwie i z ekspresją” (P. Piotrowicz, 2014, muzyka.onet.pl).

Talent show posługuje się symbolami zaczerpniętymi z poetyki cyrkowej. Należą do nich przede wszystkim gesty, takie jak owacje i ukłony. Charakterystyczne są także krzykliwe kolory, podkreślające przepych i rozrywkowy charakter przedstawień. Jako przykład można podać choćby wspomniany złoty bilet z *You can Dance*, gwarantujący wyjazd na zagraniczne warsztaty z jurorami, albo złoty przycisk z *Mam talent!*, zapewniający awans do półfinału z pominięciem etapów pośrednich. Podobną funkcję spełniają dekoracje, takie jak deszcz konfetti po ogłoszeniu zwycięzcy lub wyświetlane za uczestnikiem tło, podkreślające charakter jego występu. Do tej sfery symboli można zaliczyć także wspomnianą wyżej muzykę oraz kostiumy i charakteryzacje artystów, typowe dla uprawianej przez nich dyscypliny, nierzadko właśnie cyrkowej.

Ważnym elementem obu rodzajów widowisk jest ich iluzoryczność, poczynając od jej najprostszego wymiaru, czyli obecności prestidigitatorów, aż do złudnej spójności oglądanych odcinków talent show. Telewizja nie widzi bowiem zmian dekoracji, przerw na charakterystykę jurorów ani innych działań montażystów. Podczas emisji *Idola* Kubie Wojewódzkemu zarzucano, że dowcipne i przeważnie kąśliwe uwagi pod adresem uczestników pisze wcześniej w domu lub, co gorsza, otrzymuje gotowe teksty od producentów, a następnie tylko dopasowuje je do występujących. Podobną iluzoryczność można zaobserwować również w cyrku nie tylko w postaci wyuczonych, powtarzalnych, jedynie pozornie spontanicznych i sytuacyjnych żartów impresaria lub klaunów. Publiczność zwykle nie ma także świadomości, że część zwierząt cyrkowych jest poddawana wpływowi środków farmakologicznych, mających ograniczyć ich ruchliwość bądź zapobiec agresji.

Kończąc wyliczanie wspólnych cyrkowi i talent show środków wyrazu, należy wspomnieć o kwestii najbardziej widocznej i wydawałoby się banalnej, ale kluczowej dla interpretacji konkursu talentów. Poza produkcjami poświęconymi konkretnej dziedzinie zdolności lub umiejętności, mam tu na myśli chociażby programy kulinarne, część uczestników omawianych programów stanowią artyści cyrkowi. W każdej edycji *Mam talent!* pojawiają się akrobaci, balansujący na szarfach, trapezach i obręczach, gimnastycy nienaturalnie wyginający swoje ciała, iluzjonści i klauni w postaci różnego typu komików. Nie brakuje także treserów zwierząt, choć z przyczyn oczywistych przeważają zwierzęta domowe, głównie psy. Podobnie jak w cyrku, artyści zachęcają publiczność (tutaj także jurorów) do udziału w spektaklu; widzowie asystują zatem podczas pokazu prestidigitatorów, stają się adresatami przyspiewek lub przedmiotami parodii.

Podstawowa różnica obu porównywanych rodzajów widowisk ma charakter teleologiczny. Celem przedstawienia cyrkowego jest dostarczenie publiczności tymczasowej rozrywki i oczywiście zdobycie zarobku dla artystów, którzy przeważnie pozostają anonimowi. Często wśród nich znajduje się jedna lub kilka gwiazd, które przyciągają widzów nazwiskami na plakatach, natomiast pozostali nie są znani. Talent show natomiast zdaje się tworzyć wspólnotę nie na czas jednego spektaklu, a całej edycji, przywiązując publiczność do konkretnych występujących – poprzez przybliżanie historii ich życia i zachęcając do wpływania na dalsze losy ulubieńców oraz wyrażania opinii na wskazanych portalach internetowych. Chociaż oba typy rozrywki mają charakter masowy i komercyjny, kwestia dochodów z pokazów kształtuje się zgoła odmiennie. Zyski producentów programu pozostają w rękach stacji telewizyjnych. Artyści, nie zawsze przecież będący amatorami, występują na scenie za darmo, a większość z nich kończy udział w talent show nie tylko bez żadnego zysku, ale i z poczuciem porażki oraz dodatkowymi kompleksami, wywołanymi przez nieprzychylną opinię jury lub reakcje publiczności.

Można zatem uznać, że talent show staje się cyrkiem XXI wieku. Powyższe stwierdzenie wydaje się tym bardziej trafne, że popularność cyrku w naszej kulturze maleje. Wpływają na to w dużej mierze organizacje prozwierzęce, krytykujące metody tresury i warunki przetrzymywania zwierząt cyrkowych. Nie bez znaczenia pozostaje

także kwestia finansowa; bilety do cyrku są relatywnie drogie, natomiast talent show można obejrzeć w telewizji za darmo – w bardziej komfortowych warunkach.

Bibliografia

Teoria

Kazimierczak Z.: *Jak wygrać reality show?*, wprost.pl, 2014, data dostępu: 20.03.2017.

Kim R.: *Jak nabrać miliony widzów*, stylzycia.newsweek.pl, 2014, data dostępu: 20.03.2017.

Piotrowicz P.: *Nagły atak wykonów*, muzyka.onet.pl, 2014, data dostępu: 20.03.2017.

Podlawska D., Świątek-Brzezińska M. (red.): *Słownik poprawnej polszczyzny*, Warszawa–Bielsko Biała 2011.

Regulamin programu Mam Talent!, mamtalent.tvn.pl, data dostępu 20.03.2017.

Semil M., Wysińska E.: *Słownik współczesnego teatru*, Warszawa 1977.

Spotkania z kulturą. Podręcznik do wiedzy o kulturze dla liceum i technikum, oprac. zbiorowe, Warszawa 2012.

wirtualnedia.pl, data dostępu: 20.03.2017.

xfactor.tvn.pl, data dostępu: 20.03.2017.

Media

Mam talent! (prod. Fremantle Media, reż. Wojciech Iwański, TVN 2008 – pierwsza edycja).

Web 2.0

Krzysztof Flasiński

Wydział Filologiczny
Uniwersytet Szczeciński

Tagi: *blog, informacja, media społecznościowe*

Definicje

Terminu *Web 2.0* użyto po raz pierwszy w 1999 roku (D. DiNucci, 1999, s. 32). Pojęcie zyskało popularność po opublikowaniu w 2005 roku eseju, w którym jeden ze współtwórców koncepcji *Web 2.0* diagnozował, że po ekonomicznej klęsce wielu przedsiębiorstw internetowych (tzw. pęknięcie bańki dot-com w latach 2000–2001, czyli seria giełdowych krachów spółek, których potencjał oparty był na stronach internetowych w domenie .com), sieć przekształcała się w odmiennym niż wcześniej kierunku. Wikipedia wypierała encyklopedię *Britannica Online*, blogi zajmowały miejsce osobistych stron internetowych, aktywne uczestnictwo zastępowało pasywne publikowanie (T. O'Reilly, 2005).

Na wzór *Web 2.0* konstruowane są obecnie kolejne pojęcia. Można spotkać się z takimi określeniami, jak: „demokracja 2.0” (M. Łakomy, 2013), „komunikowanie polityczne 2.0” (Ł. Przybysz, 2013), „firma 2.0” (A. McAfee, 2011), „marka 2.0” (D. Schawbel, 2012) i wieloma innymi.

Pojęcie doczekało się wielu definicji. *Web 2.0* jest rodzajem podejścia do komunikacji w internecie, uwzględniającym zmianę pozycji odbiorcy, który staje się również pełnoprawnym uczestnikiem dialogu. W sieci 2.0 konsument treści staje się także ich producentem (D. Chandler, R. Munday, 2011, s. 459). *Web 2.0* oparty jest więc na współuczestnictwie za pośrednictwem internetu oraz na „etosie współpracy między użytkownikami bądź między nimi a dostawcą treści lub usługi” (K. Jakubowicz, 2011, s. 104). Jeszcze szerzej można powiedzieć, że termin ten obejmuje „usługi internetowe pozwalające użytkownikom współpracować i wymieniać informacje *online* poprzez witryny społeczności internetowych” (T. Austin, R. Doust, 2008, s. 30). Obecnie zdecydowana większość stron zawiera w sobie elementy *Web 2.0*. Na tej zasadzie budowane są np. serwisy społecznościowe (*social media*), takie jak Facebook, YouTube czy Twitter.

Strony tego rodzaju służą nawiązywaniu kontaktów i podtrzymywaniu więzi między znajomymi lub przyjaciółmi. Najbardziej znany jest Facebook, ale istnieje również wiele innych; część z nich skierowana jest głównie do mieszkańców konkretnego kraju (w Polsce przykładem może być nk.pl). Wokół takich serwisów internetowych

tworzą się rozbudowane społeczności nazywane wirtualnymi wspólnotami, społecznościami lub grupami (M. Sokołowski, 2010, s. 223). Jako ich zalety wymieniane są: zdolność do przezwycięzania przeszkód czasowych, odległości i wielkości populacji, możliwość 24-godzinnej komunikacji w komfortowych warunkach, mniejsza skłonność do dyskryminacji oraz to, że w wirtualnych społecznościach członkowie sami się wyszukują, co wyklucza przypadkowych uczestników. Wadami są: anonimowość, brak kontaktu osobistego, wycofanie z rzeczywistego życia społecznego, izolacja użytkowników dzielących te same zainteresowania (D. Barney, 2008, s. 186–188). Wydaje się natomiast, że wirtualne kontakty mogą wzmocnić więzi w ramach wspólnot istniejących w rzeczywistości. Jan Zając i Maciej Zbyszewski badając grupy sportowców-amatorów zauważyli, że: „pomimo wielkiego znaczenia internetu, interakcje bezpośrednie wciąż są najważniejsze dla społeczności tego rodzaju” (J. Zając, M. Zbyszewski, 2006, s. 219).

Na podstawie analizy sieci można wskazać kilka cech charakteryzujących *Web 2.0*. Kategorie te mogą się na siebie nakładać i nie należy ich traktować jako sztywnego schematu, według którego można jednoznacznie podzielić serwisy lub usługi internetowe. Cechy komunikacji w sieci 2.0 to: uczestnictwo, tworzenie, współpraca, polecanie oraz nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów.

Uczestnictwo – na różnych poziomach – w życiu społeczności jest podstawą koncepcji *Web 2.0*. Obecnie możemy aktywnie zareagować na każdą informację, jaka pojawi się w sieci. Jest to możliwe nawet w przypadku zwykłych, statycznych stron internetowych, ponieważ użytkownicy internetu mogą publikować swoje opinie w serwisach zewnętrznych. Wartość ta dziś jest oczywista, jednak w czasach przed *Web 2.0* nie była powszechna.

Uczestniczenie w tworzeniu treści może przybierać różne formy. Możemy się im przyjrzeć używając kategorii stworzonych przez analityków rynku internetowego z agencji Forrester (G. Fleming, 2012), którzy wyodrębnili następujące grupy:

- twórcy (*creators*) – najbardziej aktywni, publikują na swoich blogach i w serwisach zewnętrznych artykuły własnego autorstwa,
- rozmówcy (*conversationalists*) – nie tworzą własnych treści w rozumieniu kompletnych artykułów, lecz uaktualniają statusy w serwisach społecznościowych, takich jak Facebook i Twitter,
- oceniający (*critics*) – dzielą się własnymi odczuciami na temat produktów i usług; nie tworzą, ale oceniają i recenzują; komentują wpisy na blogach i forach internetowych, edytują również artykuły na stronach wiki,
- kolekcjonerzy (*collectors*) – swego rodzaju zbieracze informacji istotnych z ich punktu widzenia, mogą być to treści ich zdaniem wartościowe merytorycznie, godne zapamiętania, polecenia lub po prostu zabawne,

- bywalcy (*joiners*) – nazywani też „fasadowymi społecznościowcami” (M. Kaczmarek-Śliwińska, 2013, s. 37), utrzymują wprawdzie profile i odwiedzają serwisy społecznościowe, ale nie publikują własnych treści i ograniczają się jedynie do minimum niezbędnego do biernego istnienia w *social media*,
- widzowie (*spectators*) – biernie konsumują zawartość stron internetowych, czytają blogi, fora internetowe, recenzje, wpisy w serwisach społecznościowych, oglądają filmy innych użytkowników, nie zakładają jednak własnych profili,
- nieaktywni (*inactives*).

Szczególnym przypadkiem współuczestnictwa jest tworzenie własnych treści publikowanych w serwisach internetowych. Zjawisko to wiąże się z trzema terminami: *user-generated content*, konwergencja oraz dziennikarstwo obywatelskie. Sformułowanie *user-generated content* (UGC) jest stosowane na określenie treści udostępnionych publicznie w internecie, których autorami nie są etatowo zatrudnieni profesjonaliści, ale użytkownicy-amatorzy. Przykładem mogą być serwisy umożliwiające prowadzenie przez internautów własnych blogów. Konwergencja mediów to, najogólniej mówiąc, przenikanie się treści, na przykład przepływ zawartości między różnymi serwisami internetowymi (H. Jenkins, 2007, s. 256). Przykładem może być publikacja materiałów dziennikarskich zarówno w tradycyjnym wydaniu papierowym gazety, jak i na stronie internetowej oraz na fanpage’u tytułu prasowego. Dziennikarstwo obywatelskie (*citizen journalism*) to szeroki termin obejmujący praktykę wykonywania zadań dziennikarskich (zbieranie informacji, przygotowywanie materiałów, redagowanie, publikowanie) przez osoby niebędące profesjonalnymi reporterami.

Typowym przykładem publikowania twórczości własnej są blogi – można je podzielić na:

- osobiste – najbardziej zbliżone do tradycyjnych pamiętników czy dzienników, z którymi często są porównywane,
- zawodowe – pisane przez profesjonalistów i do nich też adresowane,
- opisujące świat – zawierające opinie na wybrane tematy,
- związane z hobby – nawiązujące do zainteresowań autora i zawierające treści jego autorstwa,
- relacyjne – ich celem jest nawiązanie lub podtrzymanie relacji z innymi osobami (K. Jakubowicz, 2011, s. 196).

Warto dodać, że można spotkać również blogi korporacyjne lub firmowe – poświęcone przedsiębiorstwom, produktom lub markom.

Obok dzielenia się własną wiedzą lub opiniami, istotnym przejawem *Web 2.0* jest udostępnianie materiałów już opublikowanych w sieci lub ich polecenie innym internautom. Użytkownicy internetu wykorzystują do tego celu popularne *social media* lub strony specjalnie w tym celu stworzone. Jednym z najpopularniejszych takich serwisów jest YouTube. Można wspomnieć również o stronach skupiających społeczności fotografów, którzy publi-

kują zdjęcia swojego autorstwa komentowane i oceniane później przez innych użytkowników, na przykład Flickr oraz o serwisach umożliwiającym twórcom utworów muzycznych ich udostępnianie, na przykład Soundcloud.

Jednym z częstszych działań związanych z *Web 2.0* jest polecanie treści już opublikowanych. Użytkownicy internetu polecają innym utwory muzyczne, filmy, grafiki, informacje, a nawet krótkie komentarze, wykorzystując wymienione wyżej serwisy *social media*, ale również specjalnie w tym celu utworzone. Można wymienić na przykład strony bazujące na poleceniu treści opublikowanych w internecie – Reddit i Digg (w Polsce – Wykop), gdzie użytkownicy dodają i polecają odnalezione przez siebie treści.

Ze zjawiskiem polecenia wiąże się pojęcie folksonomii (*folksonomy*), nazywanej również „kumplonomią” (J. Hofmokr, 2009, s. 164). Folksonomia to wspólne, społeczne nadawanie informacjom tagów, słów kluczowych umożliwiających odnalezienie strony lub pliku. Specyfiką *Web 2.0* jest właśnie publiczne tagowanie, w przeciwieństwie do sztywnego nadawania informacjom konkretnych kategorii przez jedną osobę. Dzięki współpracy użytkowników, przejawiającej się w społecznym tagowaniu, internauta może szybciej odnaleźć interesującą go stronę (lub wideo, obraz, plik dźwiękowy, dokument), a następnie dodać ją do publicznych zakładek oraz – jeśli uzna to za potrzebne – nadać jej kolejne słowa kluczowe. Folksonomię wykorzystują serwisy z zakładkami, jak Delicious. Użytkownicy udostępniają publicznie ulubione adresy internetowe opisując je słowami kluczowymi. Inne osoby mogą wyszukiwać informacje, ale również zachowywać je jako własne zakładki dodając tagi, które uznają za odpowiednie.

Istnieją dwa skrajne stanowiska w sprawie oceny serwisów *social media* czy też *Web 2.0* w ogóle. Z jednej strony oczywiste wydają się korzyści płynące z uczestnictwa w tworzeniu treści, dające użytkownikom możliwość samorealizacji, rozwijania zainteresowań, dzielenia się wiedzą oraz korzystania z informacji przekazywanych przez innych internautów. Istnieją również zagrożenia. Najbardziej znaną krytykę powszechnego stosowania UGC można znaleźć w opracowaniu Andrew Keena. Autor, analizując Wikipedię, pisze między innymi: „To ślepy wiodący kulawego – nieskończona liczba małych dostarcza nieskończonej liczby informacji nieskończonej liczbie czytelników, przedłużając w ten sposób cykl dezinformacji i ignorancji” (A. Keen, 2007, s. 27).

Keen wskazuje także na niebezpieczeństwo związane z tak zwanym dziennikarstwem obywatelskim:

Profesjonalni dziennikarze zdobywają zawód, kształcąc się i mając bezpośredni kontakt z branżą, pisząc sprawozdania i redagując informacje pod uważnym okiem specjalistów. Dla porównania, dziennikarze obywatelscy nie mają żadnego formalnego wykształcenia ani wiedzy specjalistycznej (...). W blogosferze publikowanie własnych materiałów dziennikarskich jest bezpłatne, proste i nieobciążone irytującymi ograniczeniami etycznymi ani też kłopotliwymi kolegiatami redakcyjnymi. (...) Zwykły komputer i łącze internetowe nie wystarczą, aby przekształcić się w poważnego dziennikarza, podobnie jak dostęp do kuchni nie uczyni z nas profesjonalnego kucharza (A. Keen, 2007, s. 61).

Keen ostrymi sformułowaniami chciał sprowokować czytelników do dyskusji na temat zagrożeń *Web 2.0*. Stawiane przez niego pytania są wciąż aktualne i budzą wiele emocji.

Interpretacja

Warto zwrócić uwagę na mnogość serwisów realizujących podejście do komunikacji zgodne z filozofią *Web 2.0*. Ogromna liczba stron i usług internetowych korzysta ze społecznościowego charakteru nowych mediów. Koncepcja *Web 2.0* jest realizowana na wiele sposobów. Przykładami mogą być (na podstawie m.in.: A. Miotk, 2013, s. 20–30): ogólne lub kierowane do konkretnej grupy użytkowników serwisy społecznościowe; blogi; fora i grupy dyskusyjne; serwisy do dzielenia się dokumentami, grafikami, fotografiami lub wideo; serwisy geolokalizacyjne – służące do publikowania informacji o miejscu, w którym znajduje się użytkownik, na przykład Foursquare; mikroblogi; serwisy z poradami, opiniami lub recenzjami.

Cytowany już wcześniej O'Reilly podkreślał, że „w *Web 2.0* chodzi o wykorzystanie efektu sieci i zbiorowej inteligencji użytkowników do budowania aplikacji, które dosłownie stają się tym lepsze, im więcej ludzi ich używa” (T. O'Reilly, 2009, s. 8). Wyrazistym przykładem realizacji tego założenia są strony zbudowane na systemie wiki, w tym najbardziej znana – Wikipedia, encyklopedia internetowa powstała w 2001 roku. Jej nazwa pochodzi od połączenia słów *wiki* (w języku hawajskim szybko, prędko) oraz *encyclopedia*. Wikipedia pojawiła się w internecie 15 stycznia 2001 roku, natomiast jej polskojęzyczna wersja – 26 września tego samego roku. Projekt jest zarządzany przez Wikimedia Foundation. W październiku 2015 roku anglojęzyczna wersja Wikipedii zawierała ponad 5 mln artykułów, polskojęzyczna – ponad 1,1 mln; społeczność serwisu liczyła 2,1 mld osób, w Polsce – ponad 33 tys. internautów (<http://stats.wikimedia.org/PL/Sitemap.htm>). W tym samym czasie Wikipedia zajmowała siódme miejsce w światowym rankingu najczęściej odwiedzanych stron internetowych (www.alexa.com/siteinfo/wikipedia.org).

Omaowana encyklopedia internetowa jest znaną i często cytowaną marką. W październiku 2015 roku w internecie znajdowało się niemal 1,8 mln linków odnoszących do haseł Wikipedii (www.alexa.com/siteinfo/wikipedia.org). Świadczy to o częstym poleceniu i cytowaniu tego serwisu przez internautów.

Uczestnictwo jest podstawowym elementem *Web 2.0* realizowanym w ramach Wikipedii. Jej idea polega na możliwości dodawania nowych i edytowania istniejących haseł przez każdego użytkownika w czasie rzeczywistym. Publikowanie w Wikipedii podlega jednak ściśle zdefiniowanym regułom, które mają zapobiec pojawianiu się treści o niskiej wartości, propagandowych, reklamowych lub po prostu nieprawdziwych.

Strona każdego hasła ma własną podstronę zatytułowaną „Dyskusja”. Użytkownicy mogą tam publikować opinie na temat artykułu. Dyskusje tam prowadzone mogą kończyć się edycją hasła lub powrotem do starszej wersji, jeśli wprowadzone zmiany nie spełniły wymogów Wikipedii.

Uczestnictwo przejawia się w organizacji zarządzania treścią. Wikipedia pozwala na edytowanie, a nawet dodawanie nowych artykułów przez każdego użytkownika internetu, również przez osoby niezarejestrowane w systemie. Oznacza to, że uczestnictwo w społeczności nie jest poddawane rygorom podobnym jak w większości serwisów opartych na koncepcji *Web 2.0*. Funkcję kontrolną sprawują administratorzy, wybierani ze społeczności,

ale również inni użytkownicy, którzy przeglądając encyklopedię nanoszą poprawki lub zgłaszają akty wandalizmu oraz inne zachowania niezgodne z netykietą (określenie powstało to z połączenia wyrazów *net* i *etykieta* – oznacza zasady prowadzenia dyskusji w internecie) Wikipedii. Z uczestnictwem powiązane są kolejne, omówione niżej, cechy *Web 2.0*: tworzenie, współpraca, polecanie, nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów.

Tworzenie jest podstawą funkcjonowania Wikipedii. Treść zawarta w serwisie jest przygotowana przez jego użytkowników. Tworzeniem można również nazwać edycję haseł już istniejących – dopisywanie nowych informacji, usuwanie nieprawidłowych oraz poprawianie błędów.

Istotne jest, że praca wikipedystów podlega ściśle określonym regułom. Jedną z nich jest zasada „neutralnego punktu widzenia”, która oznacza, że autor hasła powinien powstrzymać się od przedstawiania własnych opinii, komentarzy oraz sympatii, publikując jedynie informacje w sposób bezstronny. Wiadomości muszą być możliwe do weryfikacji, wcześniej opublikowane w wartościowym źródle, a nie powinny wynikać jedynie z przemyśleń autora. Wiąże się to z koniecznością podawania źródła informacji. Kolejną regułą jest „encyklopedyczność hasła”. Opisywany temat powinien być encyklopedyczny. Użytkownicy stosunkowo często głosują w sprawie usunięcia artykułu dotyczącego hasła uznanego za nieencyklopedyczne. Dzieje się tak między innymi w przypadku początkujących artystów bez dorobku, polityków oraz osób pretendujących do miana celebrytów. Najczęściej artykuły te piszą sami zainteresowani. Hasła takie mają pełnić funkcję promocyjną. Sytuacje te nie są zgodne z zasadami Wikipedii.

Tworzenie nie ogranicza się jedynie do dodawania lub tworzenia pojedynczych haseł. Można opublikować również własną encyklopedię. Oprogramowanie, dzięki któremu działa Wikipedia, jest ogólnie dostępne. Oznacza to, że każdy może stworzyć własną encyklopedię internetową opartą na mechanizmach identycznych z tymi, które są znane z analizowanego serwisu. To kolejny wymiar tworzenia, jak elementu definicji *Web 2.0*. Publikacja własnej encyklopedii jest możliwa nie tylko w teorii. W internecie można znaleźć wiele takich serwisów. Przykładami mogą być: anglojęzyczna encyklopedia na temat sagi *Gwiezdnych wojen* (www.starwars.wikia.com) oraz serwisy z informacjami o poszczególnych miastach, między innymi o Szczecinie (www.encyklopedia.szczecin.pl), Warszawie (www.warszawa.wikia.com) czy Poznaniu (www.poznan.wikia.com). Oprogramowania wiki używają również przedsiębiorstwa do tworzenia serwisów z informacjami korporacyjnymi.

Omówione wyżej tworzenie jest uzupełniane przez kolejny element trendu *Web 2.0*, czyli współpracę. Jak wspomniano wcześniej, hasła w Wikipedii tworzą jej użytkownicy, przy czym każdy może edytować już opublikowane opisy. Zgodnie z jedną z zasad tej encyklopedii, artykuły mogą być przetwarzane i rozpowszechniane, a żaden autor nie może rościć sobie wyłącznego prawa do własności danego hasła (http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Pięć_filarów). Wikipedia oparta jest na twórczości, ale w równym stopniu na współpracy. Dochodzi do sytuacji, kiedy autorzy są tak silnie związani ze swoją twórczością, że nie uznają poprawek wprowadzanych przez innych użytkowników. Może dochodzić wówczas do tak zwanych wojen edycyjnych, które polegają na cią-

głym zmienianiu treści artykułu przez dwóch lub więcej użytkowników. Zmianie podlega jeden fragment, a nawet jedno słowo. Zdarza się, że możliwość edytowania hasła jest wykorzystywana do publikacji treści nieprawdźwych, oczerniających lub ośmieszających bohatera artykułu. W takich przypadkach może dojść do blokady edycji artykułu. Wśród artykułów zablokowanych są między innymi te związane są z tematami budzącymi kontrowersje, na przykład z sytuacją polityczną, ideologią, religią, ale również artykuły o osobach powszechnie znanych – sportowcach i artystach.

Z polecaniem w sytuacji komunikacji *Web 2.0* mamy do czynienia najczęściej w przypadku dzielenia się informacją lub odnośnikiem do strony w serwisach społecznościowych, takich jak Facebook lub Twitter. Zazwyczaj markom zależy na umieszczaniu na swoich stronach linków do własnych profili w *social media*. Widać to na niemal każdej stronie firmowej, również na witrynach szkół i uczelni. Wikipedia nie publikuje takich odnośników, ma jednak oficjalne konta – między innymi na Facebooku z ponad 5 mln fanów w październiku 2015 roku (www.facebook.com/wikipedia) oraz na Twitterze (www.twitter.com/Wikipedia) – 321 tys. obserwujących w tym samym miesiącu. Publikowane są tam fragmenty artykułów nawiązujące do bieżących wydarzeń oraz aktualnych rocznic i świąt.

Ciekawym sposobem polecenia jest wyróżnianie atrakcyjnych i wartościowych treści przez publikację ich na stronie głównej Wikipedii oraz oznaczanie artykułów logotypem symbolizującym gwarancję wartościowych treści. Najwyższym wyróżnieniem jest tytuł „Artykuł na medal”. Aby hasło otrzymało takie wyróżnienie, powinno spełniać podstawowe kryteria formalne (m.in. neutralny opis, brak twórczości własnej użytkowników, weryfikowalne informacje opatrzone przypisami, poprawny język i układ treści) oraz dodatkowo zawierać dokładne i wyczerpujące: opis, ilustrację oraz bibliografię. W przypadku tytułu „Dobry artykuł” niezbędne są: opis najważniejszych zagadnień danego tematu, ilustracja przedstawiająca znaczny zakres tematu oraz bibliografia (http://pl.wikipedia.org/wiki/Pomoc:Porównanie_wyróżnień_artykułów). Każdy z użytkowników Wikipedii może nominować artykuł, który jego zdaniem zasługuje na wyróżnienie. O jego przyznaniu decydują członkowie społeczności w głosowaniu.

Kolejnym sposobem wyróżnienia artykułu jest umieszczenie go na stronie głównej Wikipedii w sekcji „Czy wiesz że...”. Jest to miejsce, gdzie publikowane są odnośniki do artykułów w formule niezawierającej hasła głównego, na przykład „które raporty w 1944 roku poinformowały zachodnią opinię publiczną o zbrodniach w Auschwitz-Birkenau?”, „do wydania czyich dzieł drzeworyty wykonał w Ulm Ludwig Schongauer?”, „czym imieniem nazwano największe lotnisko w Belize?”, „w których polskich górach występuje dołczanka szafranowa?”.

Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów przez użytkowników Wikipedii odbywa się zarówno w przestrzeni wirtualnej, jak i podczas spotkań osobistych. 1888 osób zadeklarowało się, że są wikipedystami. Niespełna 4 tys. osób dokonało w listopadzie 2015 roku przynajmniej jednej edycji (<http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipede>

dia:Społeczność_wikipedystów). Własne konta ma 722 099 osób. Sami autorzy artykułów szacują, że aktywnych wikipedystów, którzy uczestniczą w życiu społeczności jest około 500.

Organizowane są Konferencje Wikimedia Polska. W 2015 roku odbyła się dziewiąta konferencja, w której udział wzięło 76 uczestników (http://pl.wikimedia.org/wiki/Konferencja_Wikimedia_Polska). Mniej oficjalny charakter mają Wikimaratony, podczas których uczestnicy redagują i uzupełniają encyklopedię, prowadzą szkolenia oraz rozmawiają o możliwościach współpracy z instytucjami kulturalnymi (<http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikimaraton>).

Ciekawym narzędziem jest możliwość przygotowania przez zarejestrowanego użytkownika własnej strony, zawierającej informacje na jego temat. Wikipedyści powinni unikać publikowania w tych miejscach swoich poglądów i opinii, szczególnie jeśli dotyczą kontrowersyjnych tematów. Informacje na ich temat, jeśli nie dotyczą Wikipedii, powinny być ograniczone do minimum.

Natomiast dane dotyczące kompetencji i wiedzy z zakresu dziedzin nauki, umiejętności językowe itd. są takimi, które jak najbardziej mogą, lub powinny być umieszczone na takiej stronie (http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Strona_uzytkownika).

Wikipedia jest tylko jednym z wielu serwisów wpisujących się w nurt *Web 2.0*. Tak jak zaznaczono wyżej, obecnie na wielu stronach bez trudu znajdziemy elementy pozwalające na publikację treści tworzonych przez użytkowników, na przykład: fora internetowe, komentarze, blogi. Otwarte pozostaje pytanie, czy w każdym przypadku nieograniczona liczba twórców przekłada się na wyższą jakość serwisu.

Bibliografia

Teoria

Austin T., Doust R.: *Projektowanie dla nowych mediów*, przeł. A. Garbiński, Warszawa 2008.

Barney D.: *Społeczeństwo sieci*, przeł. M. Fronia, Warszawa 2008.

Chandler D., Munday R.: *Oxford Dictionary of Media and Communication*, Oxford–New York 2011.

DiNucci D.: *Fragmented Future*, „Print” 1999, nr 4 (53), s. 32.

Fleming G.: *Global Social Technographics Update 2011: US And EU Mature, Emerging Markets Show Lots Of Activity*, <http://blogs.forrester.com>, data dostępu: 4.01.2012.

Hofmokr J.: *Internet jako nowe dobro wspólne*, Warszawa 2008.

Jakubowicz K.: *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Warszawa 2011.

Jenkins H.: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.

Kaczmarek-Śliwińska M.: *Public Relations w przestrzeni mediów społecznościowych. Działania organizacji i jej pracowników*, Koszalin 2013.

Keen A.: *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, przeł. K. Krzysztofek, Warszawa 2007.

- Lakomy M.: *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Kraków 2013.
- McAfee A.: *Firma 2.0. Sukces dzięki nowym narzędziom internetowym*, przeł. C. Welsyng, Warszawa 2011.
- Miotk A.: *Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty*, Gliwice 2013.
- O'Reilly T.: *Przedmowa*, w: A. Shuen, *Web 2.0. Przewodnik po strategiach*, przeł. Andrzej Stefański, Gliwice 2009, s. 7–8.
- O'Reilly T.: *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, www.oreilly.com, data dostępu: 30.09.2005.
- Przybysz Ł.: *Komunikowanie polityczne 2.0. Analiza amerykańskiej i polskiej kampanii prezydenckiej*, Warszawa 2013.
- Schawbel D.: *Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki*, przeł. M. Gutowski, Gliwice 2012.
- Sokołowski M.: *(R)ewolucja w komunikacji. Wprowadzenie do medioznawstwa*, Warszawa 2010.
- Zajac J., Zbyszewski M.: *Cyberszóstki piłkarskie*, w: D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spółeczna przestrzeń internetu*, Warszawa 2006, s. 209–220.

Media

www.pl.wikipedia.org

Bibliografia (wybór)

- Maryla Hopfinger, *Kultura współczesna – audiowizualność*, PIW, Warszawa 1985.
- Pejzaże audiowizualne. *Telewizja – video – komputer*, wybór, wstęp i opracowanie Andrzej Gwóźdź, Universitas, Kraków 1997.
- Ryszard W. Kluszczyński, *Film – video – multimedia. Sztuka ruchomego obrazu w erze elektronicznej*, Instytut Kultury, Warszawa 1999.
- Marshall McLuhan, *Wybór tekstów*, red. Eric McLuhan, Frank Zingrone, przeł. Ewa Różalska, Jacek M. Stokłosa, Zysk i S-ka, Poznań 2001.
- Patricia Wallace, *Psychologia internetu*, przeł. T. Hornowski, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2001.
- Maryla Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Wydawnictwo Sic! Warszawa 2003.
- Brian McNair, *Seks, demokratyzacja pożądania i media, czyli kultura obnażania*, przeł. Ewa Klekot, MUZA SA, Warszawa 2004.
- Jean Baudrillard, *Duch terroryzmu, Requiem dla Twin Towers*, przeł. Renata Lis, Wydawnictwo Sic! Warszawa 2005.
- Lev Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. Piotr Cypryański, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Jan Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Yves Winkin, *Antropologia komunikacji. Od teorii do badań terenowych*, przeł. Agnieszka Karpowicz, wstęp Wojciech J. Burszta, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
- Jerzy Limon, *Obroty przestrzeni. Teatr telewizji. Próba ujęcia teoretycznego, słowo/obraz terytoria*, Gdańsk 2008.
- Judith Butler, *Walczące słowa. Mowa nienawiści i polityka performatywu*, przeł. Adam Ostolski, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2010.
- Ewa Illouz, *Uczucia w dobie kapitalizmu*, przeł. Zygmunt Simbierowicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010.
- Paul Levinson, *Nowe nowe media*, przeł. Maria Zawadzka, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
- Dieter Mersch, *Teorie mediów*, przeł. Ewa Krauss, Wydawnictwo Sic! Warszawa 2010.
- Paulina Potrykus-Woźniak, *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, ParkEdukacja, Warszawa–Bielsko-Biała 2010.
- ks. Andrzej Draguła, *Bluźnierstwo. Między grzechem a przestępstwem*, Wydawnictwo Więź, Warszawa 2013.
- Mirosław Filiciak, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Warszawa 2013.
- Wojciech Orliński, *Internet. Czas się bać*, Agora SA, Warszawa 2013.
- Barbara Orzeł, *Appleizacja kultury*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2014.
- Ewa Illouz, *Hardkorowy romans. „Pięćdziesiąt twarzy Greya”, bestsellery i społeczeństwo*, przeł. Jacek Konieczny, przedmowa do polskiego wydania Alicja Długolecka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2015.
- Maciej Maryl, *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*, Wydawnictwo IBL PAN, Warszawa 2015.
- Agnieszka Anna Niekrewicz, *Od schematyzmu do kreatywności. Język memów internetowych*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża, Gorzów Wielkopolski 2015.
- Alina Naruszewicz-Duchlińska, *Nienawiść w czasach internetu*, Novae Res, Gdynia 2015.

- Audiosfera. Studia*, red. Aleksandra Kil-Matlak, Robert Losiak, Renata Tańczuk, Sławomir Wieczorek, Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2016.
- Piotr Kubiński, *Gry wideo. Zarys poetyki*, Universitas, Kraków 2016.
- Między sztuką a codziennością. W stronę nowej syntezy (1)*, red. Maryla Hopfinger, Zygmunt Ziątek, Tomasz Żukowski, IBL PAN, Warszawa 2016.
- Nowe media w języku, kulturze i literaturze*, red. Krzysztof Sakowski, Łukasz Marek Płęsa, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
- Magdalena Szpunar, *Kultura cyfrowego narcyzmu*, Wydawnictwa AGH, Kraków 2016.
- Maciej Jakubowiak, *Nieuchronny plagiat. Prawo autorskie w nowoczesnym dyskursie literackim*, IBL PAN, Warszawa 2017.

Opracował Jerzy Madejski

An Interpretative Dictionary of Cultural Terms 2.0

This book is a collection of terms which function in a broader field of humanities – including media studies, literary science and cultural studies. The idea of this dictionary is based on the idea of presenting each of the terms in a form of an article consisting of three parts: definition, interpretation and bibliography. The first part presents distinctive theoretical concepts concerning the given term; in the second part the term is discussed using examples from a certain medium; bibliography completes the entry. The dictionary has been designed mostly for professional teachers of all stages of education, as well as university lecturers and students.

Sławomir Iwasiów

Translation: Katarzyna Bielawna

Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0

Niniejsza książka jest zbiorem haseł, które funkcjonują na szerszym polu humanistyki – między innymi w nauce o mediach, literaturoznawstwie i kulturoznawstwie. Koncepcję słownika oparto na zamiśle przedstawienia każdego z pojęć w formie artykułu składającego się z trzech segmentów: definicji, interpretacji i bibliografii. W pierwszym segmencie przedstawiane są wyraziste koncepcje teoretyczne dotyczące danego pojęcia, w drugim – to pojęcie jest omawiane na przykładzie wybranego medium, natomiast bibliografia stanowi uzupełnienie całości. W zamiśle autorów tom jest przeznaczony przede wszystkim dla czynnych zawodowo nauczycieli wszystkich etapów kształcenia, a także dla wykładowców akademickich i studentów.

Sławomir Iwasiów

Indeks pojęć

- alt-prawica 127
audialność 149
audiobook 35, 105
awatar 16, 52, 65
binge watching 143
blockbuster 104, 137
blog komiksowy 46, 48
blogosfera 18, 19, 23, 25, 178
born-digital 36
celebryta 24, 59, 61, 77, 116, 172, 180
cord cutting 144
cyberkultura 43
cyberprzestrzeń 21, 22, 25, 38, 43, 110, 113
docudrama 27
emotikon/emotikona 65
epic fail compilation 64, 66
Facebook 8, 14, 32, 47, 61, 65, 77, 102, 105, 116, 175, 176, 181
fan fiction 144
folksonomia 178
fotoblog 19, 46
gatekeeping 97, 98
gry tekstowe 53
hejter 57, 60, 61
hiperlink 22
hipertekst 19, 22, 25, 38, 40
hybryda 27, 134
immersja 118
Instagram 8, 14, 102
interaktywność 14, 20, 21, 25, 44, 45, 48, 53, 84, 118, 134, 167
internauta 18, 25, 60, 106, 108, 113, 120, 122, 123, 177, 179
konwergencja 19, 43, 153, 177
lid 83, 84
ludologia 49
media strumieniowe 144
MMO (ang. massively multiplayer online game) 39, 52
multimedialność 19, 21, 43, 81, 83, 95, 148
net art 43, 44
netykieta 180
nowe media 103, 129
portatybilność/portatywność 35, 36
posttelewizja 142
PR (ang. public relations) 9, 98
prasa zwierzeń 28, 29
prosument 43, 144
reality show 28, 167, 169,
remake 136
remediacja 63
RL (ang. real life) 118
rzeczywistość rozszerzona 16, 52
sampling 64
scripted docu 27, 28, 30, 33
sitcom 64, 142
sketchblog 19
Snapchat 8, 14, 102
social networking 104
software 38
spin-off 31, 136
sprzężenie zwrotne 22, 95, 96
supercuts 63, 64, 66, 68
tabloidyzacja 28, 85, 86
talk show 28
telenowela 20, 27, 30, 33, 130, 141, 142
telewizja jakościowa 142
troll 57
Twitter 8, 14, 61, 102, 163, 175, 176, 181
urywki 67
VR (ang. virtual reality) 118
webring 18
wideoklip 86, 87, 89
YouTube 8, 63, 65, 67, 68, 70, 102, 175, 177

Indeks nazwisk

- Abebe Bikila 66
Adamczak Marcin 137–139
Akert Robin M. 166
Allan Stuart 85, 91
Allen Woody 27
Andruszkiewicz Adam 58
Aronson Elliot 88, 92, 166
Austin John Langshaw 57
Austin Tricia 175, 182
Avedon Elliott M. 52
Azuma Ronald T. 14, 17
Babiel Łukasz 112, 116
Bachura Joanna 148, 151, 152, 156
Baczyński Marcin 148
Baio Andy 66, 71
Balcerzan Edward 20, 25
Balicki Bogdan 7, 11, 93, 101
Ballo Andrzej 105, 106, 108, 109
Bandurska B. 157
Barbacka Joanna 101
Bardijewska Sława 149–152, 155, 157
Barger Jorn 18
Barker Charles 27, 34
Bauer Zbigniew 9
Bauman Zygmunt 66, 71
Bela Małgorzata 145
Berbeka Jacek 131–133
Bergman Ingmar 143
Bernatowicz Małgorzata 157, 182
Berners-Lee Tim 19
Biedrzycki Mariusz 111, 112, 116
Bielak Tomasz 142–144, 147
Bielas-Gołubowska Urszula 8
Bielawna Katarzyna 186
Birek Wojciech 45, 46, 48
Bis Dorota 109
Bizio Krzysztof 157
Blackmore Susan 111, 112, 116
Blausteinem Leopold 150
Błażejczyk Michał 48
Bogdanowska Monika 124
Boksański Zbigniew 158, 166
Bolecki Włodzimierz 124
Bont de Jan 135
Borcuch Jacek 147
Borowczyk Jerzy 124
Bourdieu Pierre 123, 124, 160, 166
Braginska Nina Władimirowna 119, 124
Brodie Richard 111, 116
Brodzka Alina 157
Bryll Ernest 121
Brzezińska-Waleszczyk Marta 56, 57, 62
Bucknall-Hołyńska Justyna 7, 27, 29, 30, 34, 134, 147
Budra Paul 137, 139
Bujakiewicz Katarzyna 140
Burszta Wojciech Józef 124, 184
Butler Judith 57, 58, 61, 62
Bychawska-Siniarska Dominika 56
Caillois Roger 50, 51, 55
Cardwell Susan 142
Carlos John 66
Celińska Stanisława 145, 147
Cerekwicka Katarzyna 168
Chadler Daniel 9
Chmielowska-Olech Beata 90
Chudziński Edward 9
Cielecka Magdalena (aktorka) 145
Cielecka Magdalena 49
Coppola Francis Ford 136
Crawford Chris 52
Curtis Richard 139
Cymcyk Paweł 23
Cywińska-Milonas Maria 18, 25
Czapliński Przemysław 129, 132
Czarnecki Ryszard 25
Czeczot Krzysztof 153, 155, 157
Czerepaniak-Walczak Maria 166
Czerska Tatiana 7, 27, 85
Danesi Marcel 9, 11
Darocha Konrad 31, 33
Dawkins Richard 110–116
Dejczner Maciej 138, 140
Dębicki W. 157
DiNucci Darcy 175, 182
Dobroch Bartek 131
Dobrzyńska Danuta 90
Dorociński Marcin 145, 147
Doust Richard 175, 182
Dragovic Nono 28
Drożdż Michał 28, 34, 91
Dryjańska Anna 160
Duda Maciej 158
Dudzikowa Maria 166
Dygant Agnieszka 140
Dziemski Krzysztof 44
Eco Umberto 121, 122, 124
Edison Thomas 67, 68, 137
Egurola Agustin 171

- Eisenstein Siergiej 63, 67
 Escarpit Robert 153, 157
 Fajkowska Jolanta 89
 Falk Feliks 135
 Farley David 42
 Fassbinder Rainer Werner 143
 Feuer Jane 143
 Fiedziukiewicz Piotr 140
 Filiciak Mirosław 48, 55, 142–144, 147, 182, 184
 Fiore Quentin 79
 Fiske John 45, 48, 88, 91
 Flasiński Krzysztof 7, 12, 175
 Foerster von Heinz 93
 Foucault Michel 66, 72, 128
 Fras Janina 85, 87, 91
 Frąszczak Ksenia 44, 48
 Frąś Jacek 29, 34
 Freedland Jonathan 130
 Frej Marta 115, 116
 Friedkin William 136
 Frolow Jewgienij 69
 Fronia Marcin 182
 Furman Wojciech 81, 84
 Gajda Piotr 77
 Gajewski Krzysztof 57, 62, 120, 124
 Gajos Janusz 145, 147
 Gamache Raymond 66–69, 71
 Garbiński Aleksander 182
 Garrity Shaenon 42, 43, 48
 Garwol Katarzyna 57, 62
 Gawron Agnieszka 119, 124
 Gazda Grzegorz 124
 Gąsiorowska Roma 140
 Gemra Anna 48
 Giddens Anthony 64, 71
 Gilroy Tony 138
 Glasersfeld von Ernst 93
 Gleick James 111, 116
 Glińska Agnieszka 147
 Głowiński Michał 26
 Goban-Klas Tomasz 80, 81, 84
 Godfrey Arthur 167
 Godzic Wiesław 27, 28, 34, 86–88, 90, 91
 Godzińska Anna 7, 35
 Gołębiowska-Szuchta Marta 163
 Gombrowicz Witold 121
 Gonzales Ernesto 44
 Górski Konrad 120, 124
 Green Jeffrey Edward 66, 71
 Greengrass Paul 136
 Gronkiewicz-Waltz Hanna 161
 Gruntkowska Dominika 8, 73
 Grzenia Jan 21, 25m 124, 184
 Gumbrecht Hans Ulrich 67, 70, 71, 119, 120, 124
 Gumkowska Anna 22, 25
 Guzowski M. 157
 Gwóźdź Andrzej 71, 184
 Haenlein Michael 104
 Hajduk-Nijakowska Janina 85, 86, 91
 Hall Justin 19
 Hamerski Wojciech 124
 Hanke John 15, 17
 Harcup Tony 9, 11
 Harsin Jayson 128, 132
 Hedemann Oskar 84
 Heine Matthias 127, 133
 Hejmej Andrzej 157
 Helcyk Justyna 58
 Helland Craig 27
 Hendrykowski Marek 63, 71
 Hofmokl Justyna 178, 182
 Holbrook Bill 42
 Holland Agnieszka 147
 Hollender Barbara 138, 140
 Hom Bartłomiej 171
 Homer 137
 Hopfinger Maryla 28, 34, 124, 184, 185
 Hornák Pavl 9, 11
 Hughes Richard 148
 Hugo-Bader Jacek 130–133
 Huizinga Johann 50, 55
 Hulewicz Witold 149
 Hwang Sae 63
 Iłska Paulina 77
 Iwański Łukasz 75
 Iwański Wojciech 174
 Iwasiów Inga 10
 Iwasiów Sławomir 4, 6, 11, 79, 126, 186, 187
 Jacyno Małgorzata 124
 Jakubowicz Karol 175, 177, 182
 Jakubowska Aleksandra 25
 Janda Krystyna 146, 147
 Jankowska Agata 56
 Jaruzelski Wojciech 82–84
 Jarzębowski Zbigniew 148, 150, 157
 Jasiulewicz Anna 13, 17
 Jeleśniański Marek 19, 25
 Jess-Cooke Carolyn 134, 140
 Jouxte Pascal 112, 114, 116
 Jurášková Olga 9, 11
 Jurek Krzysztof 104, 108
 Juul Jesper 52–55
 Juza Marta 56, 57, 62
 Kaczmarek-Śliwińska Monika 177, 182

Kaczyńska Joanna 140	Korwin-Mikke Janusz 162	Lichtblau Krzysztof 7, 42
Kaliszewski Andrzej 81, 82, 84	Kostkiewiczowa Teresa 26	Lin Justin 136
Kamińska Magdalena 65, 71, 113, 116	Koterski Marek 137	Lippman Walter 158
Kaplan Andreas 104	Kowalski Tomasz 130, 131	Litorowicz Aleksandra 74
Karhulahti Veli-Matti 54, 55	Kownacki Bartosz 162	Lizak Wojciech 121, 124
Karolak Tomasz 140	Koza Jan 45	Lubelski Tadeusz 140
Karpowicz Agnieszka 124, 184	Kozakiewicz Władysław 66	Ludewig Kurt 101
Kaszyn Mikołaj Alojzy 148	Kozłowski Tomasz 112, 116	Luhmann Niklas 96, 101
Katz Lily 15, 17	Krajewski Zbigniew 89	Lutostański Bartosz 157
Kavoori Anandam P. 64, 71, 72	Krawczyk Ewa 105, 109	Lynch David 141
Kawa Luke 15, 17	Królikowska Natalia 77	Łodziński Sławomir 57, 62
Kazanowski Dominik 103, 104, 108, 109	Krzemieniowa Krystyna 71	Łyszkiewicz Maciej 105
Kazejak Anna 147	Księżyk Rafał 75, 77	Machulski Juliusz 136
Kazimierzczak P. 157	Kubicka Halina 31, 48	Maciejewska Beata 160, 166
Kazimierzczak Zuzanna 169, 174	Kubiński Piotr 55, 118, 124, 184	Mack Ted 167
Kaziów Michał 149, 157	Kuczewski Marcin 140	Madej Grażyna 157
Keen Andrew 178, 182	Kuczyńska Kinga 44, 45, 48	Madejski Jerzy 4, 5, 10, 11, 101, 117
Kegler Iwona 140	Kufel Sławomir 111, 112, 116	Mailer Norman 73
Kelley David 52	Kukliński Wojciech 31	Majewski Jerzy 83, 84
Kellnerem Douglas 86	Kukuczka Jerzy 130	Majmurek Jakub 128, 129, 133
Kempa Beata 162	Kulej Jerzy 68–72	Major Małgorzata 143, 147
Keyes Ralph 127–129, 133	Kurc Bartosz 44, 45	Majorek Marta 16, 17
Kiec Izolda 48	Kurski Jacek 82, 84, 164	Malajkat Wojciech 140
Kielban Łukasz 75, 77	Kusociński Janusz 66	Maleńczuk Maciej 162
Kieślowski Krzysztof 143	Kuźma Erazm 7, 101	Małaszyński Paweł 140
Kim Renata 169	Lakomy Mirosław 175, 183	Mann Wojciech 167
Klein Amanda Ann 136, 139	Lalik Ewa 112, 116	Manovich Lew 8, 11, 104, 118, 124, 184
Kleinstauber Hans J. 8, 11	Laskowicz Krystyna 150, 157	Marcowski Przemysław 113, 114, 116
Klekot Ewa 71, 184	Lechki Marek 147	Marecki Piotr 25, 41
Kluszczyński Ryszard W. 43, 48, 184	Lee Jeongkyu 63	Maryl Maciej 109, 124, 184
Knapik-Gawin Katarzyna 77	Legowicz Wiktor 157	Masłowska Dorota 65, 72
Kołowiecki Wiktor 113, 115, 116	Legutko Ryszard 162	Mathiesen Thomas 66, 72
Konieczny Jacek 184	Leno Jay 132	Maturana Humberto R. 93, 101
Konieczny Wojciech 149, 157	Lester Richard 135	Mayen Józef 149, 150, 153, 157
Konopka Bartosz 147	Leszczyński Adam 132, 133	Mazur Monika 31
Kopacka-Piech Katarzyna 13, 17	Leszczyński Robert 168	Mazurkiewicz Adam 43–46, 48

- Mazurkiewicz Wojciech 89
 McAfee Andrew 175, 183
 McCloud Scott 42, 48
 McCormack Tom 64, 72
 McLuhan Marshall 79–81, 84, 184
 McQuail Denis 87, 88, 92, 103, 109
 Melies George 137
 Mencwel Andrzej 10, 11, 157
 Merholz Peter 18
 Merrill John C. 158
 Merten Klaus 96, 101
 Miklaszewska Maryna 76–78
 Mikołajczak-Olszewska Magdalena 89
 Miller Grzegorz 103, 109
 Miotk Anna 179, 183
 Mizerkiewicz Tomasz 64, 72
 Mrozińska Elżbieta 157
 Mrożek Stanisław 121
 Mucha Anna 24
 Mudyń Krzysztof 166
 Munday Rod 9, 175, 182
 Myszkowska Ilona 46, 48
 Nasiłowska Anna 117, 118, 124
 Nehring Piotr 120, 124
 Neuwirth Thomas 162, 164
 Niedźwiedziński Marian 16, 17
 Niesiołowski Stefan 162
 Nomura Tatsuo 15, 17
 Nowak Samuel 143
 Nowicka Agata 46
 Nycz Ryszard 63, 72
 O'Reilly Tim 175, 179, 183
 Ockham William 121–123
 Oh Jung Hwan 63
 Oko Dariusz ks. 162
 Okopień-Sławińska Aleksandra 26
 Okorn Mitja 139, 140
 Orłoś Maciej 90
 Orłowski W. 157
 Ossowski Szymon 85, 92
 Ostrowska Ilona 145
 Owens Jessie 66
 Pacewicz Piotr 160
 Palacz Ryszard 122, 124
 Palikot Janusz 25
 Palmer Barton R. 136, 139
 Parker Charley 42
 Pawlik Aleksandra 148, 150, 157
 Pawłowicz Krystyna 162–164
 Pawłowski Łukasz 128, 133
 Pietruszka Maria 17
 Pięta Stanisław 162
 Pilot Marian 121
 Piotrowicz Paweł 172, 174
 Pisarek Walery 11, 22, 25, 85, 92
 Pisarski Mariusz 63, 72
 Piwowski Marek 69
 Plessner Helmuth 70
 Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta 151–153, 157
 Płatek Sławomir 78
 Płazewski Jerzy 151, 157
 Podgórska Joanna 78
 Podlaska Daniela 174
 Polaczek Jacek 157
 Popławska Joanna 145
 Popławska Magdalena 7
 Pörksen Bernhard 8, 11, 97, 98, 101
 Postman Neil 85–87, 92
 Potkański Jan 66, 72
 Potrykus-Woźniak Paulina 42, 43, 46, 48, 184
 Poulet Bernard 80, 81, 84
 Powers Steve 86
 Pratkanis Anthony 88, 92
 Preis Kinga 147
 Prokop Marian 140
 Przybysz Łukasz 175, 183
 Przybysz Natalia 59–62
 Ptaszek Grzegorz 142–144, 147
 Puchalska Mirosława 157
 Puchajda Adam 72, 159, 166
 Puczyński Michał 44, 48
 Raczkowski Marek 45
 Radzicki Józef 92, 166
 Regüíferos Enrique 69
 Reszczyński Wojciech 89
 Robb Peter 157
 Rodriguez Robert 135
 Romero George 135
 Roscoe Jane 27
 Rossen Robert 135
 Różalska Ewa 84, 184
 Różewicz Tadeusz 121
 Rudaś-Grodzka Monika 10
 Rutkiewicz Wanda 130
 Rybicki Jerzy 69
 Rydelek Małgorzata 167
 Rynio Alina 109
 Ryż Bartosz 11
 Saja Krystian 8, 110, 114, 116
 Salen Katie 49, 52
 Saramonowicz Andrzej 105
 Sasin Jacek 162
 Schawbel Dan 175, 183
 Schmidt Siegfried J. 6, 11, 93, 96, 101
 Schürmann Volker 70, 72
 Scorsese Martin 135

Seel Martin 70, 72	Stuhr Jerzy 147	Termińska Kamilla 20, 26
Semczuk Małgorzata 157	Stuhr Maciej 140, 147	Tesich Steve 127, 133
Semil Małgorzata 171, 174	Suits Bernard 52	Theweleit Klaus 70, 72
Sendyka Roma 65, 68, 72	Sutton-Smith Brian 52	Tomasiewicz Marcin 78
Sędek Joanna 25, 26	Szablowski Witold 132	Tomczyk Jacek 162
Shuen Amy 183	Szarecki Artur 78	Traczyk Michał 48
Sidorowicz Rafał 18, 172	Szary-Matywiecka Ewa 157	Trump Donald 130
Siedlecki Grzegorz 28	Szczerbuk Emil 11, 101	Tusk Katarzyna 24
Sieńczyk Maciej 72	Szczęsna Ewa 11	Tyniecka-Makowska Słowinia 124
Sieńko Marcin 115, 116	Szeja Jerzy Zygmunt 118, 124	Ulicka Danuta 25, 124
Sierocki Marek 89, 91	Szewczuk Włodzimierz 166	Urzykowski Tomasz 84
Sierotwiński Stanisław 119, 124	Szmidt Filip 140	Vall du Marta 16, 17
Simlat Łukasz 145	Sznajder Andrzej 14, 17	Varela Francisco 101
Simon Fritz B. 96, 101	Sznajderman Monika 121, 124	Verbinski Gore 135
Singleton John 136	Szpila Grzegorz 26	Wagner Agnieszka 140
Skalska R. 157	Szponar Maria 7, 102	Walkiewicz Adam 113, 114, 116
Skapska Maria 140	Sztandar-Sztanderska Karolina 124	Wałęsa Lech 162
Skrendo Andrzej 101	Sztompkówna Janina 148	Waraczewska Anna 157
Skrzypczyk Krzysztof 48	Szumowski Wojciech 28	Wąchocka Ewa 64, 72
Sławiński Janusz 5, 20, 26	Szuster Marcin 92	Wączek Dominika 11
Smarzowski Wojciech 147	Szwedes Piotr 105	Weischenberg Siegfried 8, 11, 96–98, 101
Smith Tommie 66	Szybowska Antonina 20, 26	Wen Quan 63
Sobczyk E. 157	Szyłak Jerzy 137, 139, 140	Węgrzyn Józef 89
Sobolewska Anna 157	Szymaniak Karolina 72	Wężowicz-Ziółkowska Dobrosława 112, 116
Sokołowska Adriana 91	Szymkiewicz Jacek 157	Wielgosz Agnieszka 105
Sokołowski Marek 176, 183	Szymkiewicz Marta 157	Wieteska Dariusz 31
Sowińska Iwona 140	Śniedziewski Piotr 124	Więckiewicz Marta 19, 26
Spielberg Steven 135	Środa Magdalena 162	Wilczyński Przemysław 131
Stankiewicz Katarzyna 168	św. Tomasz z Akwinu 121	Wilson Timothy D. 166
Stańczak-Wislicz Katarzyna 28, 29, 34	Świątek-Brzezińska Magdalena 174	Winer Dave 19
Stasiński Piotr 157	Taine Hipolit 105	Winkin Yves 124, 184
Steczkowska Justyna 168	Talarczyk-Gubała Monika 7, 141	Winterhoff-Spurk Peter 87, 92
Stefański Andrzej 183	Tarantino Quentin 136	Wiśniewski Michał 62, 105
Stenka Danuta 145	Targosz Bożena 89	Witkiewicz Stanisław Ignacy 121
Stokłosa Jacek M. 84, 184	Targosz Łukasz 140	
Straburzyńska Ewa 28	Terlikowski Tomasz 61, 161, 162	

Wolny-Zmorzyński Kazimierz 9, 81,
82, 84
Wolski Paweł 10, 63
Worsowicz Monika 86, 87, 92, 157
Wroński Jacek 89
Wrycza Joanna 20, 26
Wurst Conchita 161–164
Wysińska Elżbieta 171, 174
Wyszkoni Anna 168

Zajac Jan 176
Załuski Roman 136
Zaremba Maciej 112
Zarębski Konrad J. 65, 72
Zbyszewski Maciej 176, 183
Zdanowicz Bartek 105
Ziątek Zygmunt 124
Zielińska Katarzyna 140
Ziemkiewicz Rafał 61, 121, 161, 164

Zimmerman Erich 49, 52, 55
Zingrone Frank 84, 184
Ziobro Zbigniew 58
Ziółkowska Anna 124
Zvorykin Vladimir 9
Żaglewski Tomasz 43, 48
Żukowski Tomasz 124, 185

Redaktorzy książki opatrzyli tytuł sufiksem 2.0. Wyraźnie wskazują bowiem na trwale związany z kulturą cyfrową proces ewolucji mediów, które dzisiaj znajdują się w „stanie beta” – bez przerwy angażują użytkowników. Nie inaczej został przygotowany *Interpretatywny słownik terminów kulturowych 2.0*. To od czytelnika („użytkownika”) zależy, na ile skorzysta z bogactwa informacyjnego, zaproponowanego przez Sławomira Iwasiowa i Jerzego Madejskiego, na ile wejdzie w polemikę z autorkami i autorami poszczególnych haseł, a przy tym sięgnie po uzupełniającą literaturę przedmiotu. Termin 2.0 wskazuje na wyraźne powiązania współczesnej refleksji humanistycznej z kulturą cyfrową i nowymi mediami, czego doskonałą egzemplifikacją są takie hasła, jak: *apka, blog, e-book, e-komiks, hejt, media społecznościowe, mem* czy *Web 2.0*. Jednak nie tylko nowość zadecydowała o wyborze danych terminów – w książce znajdziemy także dobrze zakorzenione w dyskursie pojęcia, jak: *gra, informacja, serial, słuchowisko, stereotyp* czy *talent show*.

Magdalena Szpunar



ISBN 978-83-89882-16-5
ISBN 978-83-7972-166-5

71-101 Szczecin, ul. Mickiewicza 66
tel. 91 444 20 06, 91 444 20 12
e-mail: wydawnictwo@univ.szczecin.pl
www.wn.usz.edu.pl