

Zmiany percepcji w wyniku oddziaływania nowych mediów i nowych modeli odbioru dzieła filmowego

KAROLINA MRÓZ

Widz jest nieodłączną częścią spektaklu kinowego. W latach 90. Wiesław Godzic nazywał go Wielkim Manipulatorem, tworzącym znaczenia zgodnie ze swoimi pragnieniami. Ekspansja elektroniki przyspieszyła przemianę typu kultury z werbalnego na audiowizualny. Multimedialny świat nie występuje jedynie jako element codzienności, lecz jest wektorem nadającym kierunek i rytm jej postrzegania. Rozbudowane światy iluzoryczne stały się nierozłączną częścią naszej rzeczywistości. To one opowiadają widzowi o jego istnieniu.

Dynamiczny rozwój nośników i sukcesywne wypełnianie rzeczywistości ruchomymi obrazami pogłębia przewagę aktywności wzroku. Widz stał się nałogowcem widzenia. Ekrany natomiast stały się dla niego najbardziej powszechnym sposobem komunikowania się. Szybkie przemiany sposobów rejestracji przyczyniły się do zwielokrotnienia możliwości patrzenia. Mają one wpływ na kształtowanie licznych innowacji obrazowych, tworzenie nowych konwencji, przekształcanie gatunków i przede wszystkim – kreowanie nowych postaw odbiorczych. Tymczasem „publiczność domaga się wprawdzie obrazów przedstawiających fabułę «z innego świata», ale nieustannie patrząc na ekran spogląda na siebie sprawdzając, czy dobrze wygląda oglądając to wszystko”[1]. Liczy

się nie tylko samo obcowanie z widzialnym, ale i ciągle odgrywanie roli widza.

Obecność różnych światów audiowizualnych sprawia, że współczesny widz egzystuje coraz częściej na granicy dwóch przestrzeni – rzeczywistości uznanej za realną i wirtualnego wytworu mediów. Jednak niezależnie od rodzaju nośnika, za pomocą którego pokazywany jest obraz, „możemy zobaczyć na ekranie filmowym czy telewizyjnym, w ogóle w dziełach masowych środków informacji, nie tylko ludzką myśl, lecz na podstawie tej myśli, dzięki owym środkom – porządek społeczny, organizację i dezorganizację, obraz społecznego rozwoju. Środki masowej informacji są w ten sposób sposobami poznania, ale w konsekwencji stanowią także faktory, narzędzia, przy pomocy których możemy formować społeczne życie naszego gatunku”[2].

Uświadomienie sobie wpływu nowych technik na rodzaj komunikacji i przekazów może mieć znamienity wpływ na określenie pozycji filmu w nowo zaistniałych warunkach społecznych. Każda nowa faza rozwoju ludzkości ma swój sposób patrzenia na świat zewnętrzny, swoją przestrzeń i co za tym idzie – odpowiednią temu perspektywę.

Nasza epoka tworzy bez wątpienia warunki nowego rozwoju języka perspektywicznego, a rola filmu, choć doniosła, nie może przysłańcać faktu, że percypowanie przestrzeni, czasu, perspektywy filmowej nie może być odrywane od głębszego historyczno-kulturowego ich podłoża[3].

I odwrotnie: zmiany we współczesnym świecie podyktowane są, a niekiedy nawet kierowane, nowym sposobem patrzenia na rzeczywistość, patrzenia przez pryzmat ekranu.

Jak zauważa Alicja Helman, współcześnie do kina chodzą wszyscy[4]. Zatem publiczność nie stanowi określonej grupy ludzi, która była-

[1] W. Godzic, *Rozumieć telewizję, zrozumieć widza*, w: *W świecie mediów*, red. E. Nurczyńska-Fidelska, Rabid, Kraków 2001, s. 39.

[2] A. Jackiewicz, *Antropologia filmu*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1975, s. 253.

[3] Z. Czeczot-Gawrak, *Współczesna francuska teoria filmu*, Ossolineum, Wrocław 1982, s. 137.

[4] A. Helman, *Widz kinowy – istota nieznaną: Film i audiowizualność w kulturze Zagadnienia i wybór tekstów*, cz. 2, oprac. J. Bocheńska, I. Kurz, S. Kuśmierczyk, red. S. Kuśmierczyk, Instytut Kultury Polskiej UW, Warszawa 2002.

by spójna pod względem wieku, płci, miejsca zamieszkania czy wykształcenia. Pytając, kim jest widz, teoretycy filmu brali pod uwagę raczej zbiór właściwości, które sprawiają, że jest on odbiorcą seansów filmowych. Autorka *Słownika pojęć filmowych* wymienia dziewięć kategorii widza kinowego. Są one odpowiednikami różnorodnych koncepcji na temat publiczności i formy odbioru. Gdybyśmy mogli zgromadzić ich wszystkich razem w sali kinowej, to mielibyśmy do czynienia z: widzem naiwnym (historycznie był odbiorcą pierwszych projekcji, jednak typologicznie jest odpowiednikiem wszystkich, którzy z filmem spotykają się po raz pierwszy, lub też efektem różnych form upośledzenia umysłowego), widzem biernym (z początków kinematografii, który wychodzi z założenia, że film nie wymaga od odbiorcy żadnej aktywności umysłowej ani umiejętności), widzem kontemplującym (rok 1915, moment, w którym ukazała się książka Vachela Lindsaya zatytułowana *The Art of the Moving Picture*), widzem niezaprogramowanym (będącym wynikiem koncepcji André Bazina, a przypominającym istotę obcującą z zagadką bytu). Lata 50. za sprawą Edgara Morina zaowocowały widzem uczestnikiem magicznego spektaklu. Następnie Francesco Casetti wykreował wizję publiczności zdecydowanie odmienną od Morinowskiej i tak w latach 60. powstał model widza dekodującego przekaz, najlepiej sprawdzający się w odniesieniu do kina niemego drugiej połowy lat 20. Jego następcą widz – podmiot w stanie regresji pochodził z lat 70. i odzwierciedlał kino lat 1930–1950. Psychoanaliza cofnęła publiczność kinową do okresu dzieciństwa, lecz jako konsekwencja regresji pojawił się również widz – przedmiot ideologii. Kino starało się przekonać publiczność, że świat przedstawiony na ekranie jest obrazem rzeczywistości. Widz sądził tym samym, że staje się kimś, kto tworzy spójną wizję świata, tracąc tymczasem własną tożsamość. Listę zamykałby widz interlokutor, który swoje istnienie od lat 80. zawdzięczał Casettiemu, a odnosił się do kina drugiej połowy lat 60. i był idealnym adresatem, który potrafi zrozumieć zakodowany przekaz filmu.

Lecz widz w dobie iPadów, Facebooka, blogów, gier interaktywnych, a wkrótce telewizji hybrydowej, to nie ten sam widz, który jest kinomaniakiem w ciemnej sali kinowej. To już nie widz przyciągany magnetycznym wpływem ekranu kinowego, magią jaskini platońskiej czy rytuałem, za jaki można uznać chodzenie do kina. „Dzisiejsza percepcja świata jest w ogromnym stopniu, jeśli nie w zupełności zmediatyzowana. Świat widzimy przeważnie jako funkcję zdarzeń na ekranie telewizora” [5], a współczesna widownia stała się bardziej niż kiedykolwiek nomadyczna.

Zatem w jaki sposób dotrzeć do odbiorcy-użytkownika, który – jak pisał Zygmunt Bauman – twierdzi, że w ciągu „jednego dnia dorobił się niemal pięciuset przyjaciół” [6] na Facebooku? Współczesny widz-odbiorca-interlokutor jest pogrążony w swej hybrydycznej naturze. Wiedziony łatwością dostępu do nowych mediów, podąża za nimi, a może raczej poddaje się i daje się im pochłonąć. Widz stał się nieuchwytny dla twórcy, choć nigdy wcześniej nie znajdował się tak blisko jego dzieła. Nowoczesne, ciągle budzące się do życia, media wytwarzają nowy rodzaj odbiorcy i to właśnie jemu należy się przyjrzeć.

Już w roku 1930 Béla Balázs w książce *Duch filmu* (*Der Geist des Films*) spisał następujące spostrzeżenie odnośnie kultury wizualnej lat 20.:

Przed naszymi oczyma, w dosłownym tego słowa znaczeniu, rozwinęła się wysoka technika widzenia i pokazywania, dostępna dla nas wszystkich duchowa technika wyrazu i porozumienia (a więc kultura). [...] A więc nie tylko rozwinęła się nowa sztuka, lecz co znacznie ważniejsze – ludzka zdolność jako warunek i podstawa tej sztuki w ogóle [7].

[5] W. Godzic, *Cyfrowy film i analogowy widz*, „Kino” 1998, nr 12, s. 42.

[6] I. Kokoszka, *20 pytań do... Zygmunta Baumana* [online], <<http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/20-pytan-do-/20-pytan-do---zygmunta-baumana,5586,1>> [dostęp: 1 października 2013].

[7] Cyt. za: A. Gwóźdź, *Pochwała widzialności. Ze studiów nad niemiecką myślą filmową do roku 1933*, UŚ, Katowice 1990, s. 129.

Andrzej Gwóźdź, analizując powyższe spostrzeżenie, podkreślał, że najważniejsza jest tym razem nie estetyka filmu, lecz właśnie rozwój zmysłu wzroku i jego właściwości fizjologicznych. Za rozwojem i zmianą sposobu postrzegania następują konsekwencje poznawcze, które stają się powszechnym faktem kulturowym. Powstaje zatem nowy typ świadomości widzenia. Przywołane wnioski odnoszą się oczywiście do kina i do postawy widza z początków jego istnienia, jednak w kontekście nowo powstających mediów okazują się niezwykle aktualne. Tak jak podkreślano znaczenie fotografii, fotomontażu i filmu w rozwijaniu oraz wyostrowaniu zmysłu wzroku, tak też podobną funkcję pełnią dziś telewizja, internet i telefonia komórkowa. Podkreślić jednak należy, że funkcja ta jest tylko podobna, ponieważ ciężar tego, co stanowiło jedną z ważniejszych kwestii rozwoju fotografii i filmu jako sztuki, czyli zasada: „widzieć i wiedzieć, co się widzi i po co”[8], w odniesieniu do intensywnie rozwijających się współcześnie technologii przesunęła się raczej na stronę „za pomocą czego”. Jest to istotna zmiana w charakterze percepcji odbiorcy, a w konsekwencji – i interpretacji dzieła filmowego.

Jestem zdania, że wobec masy atakujących współczesną widownię obrazów kreatywna percepcja jest całkowicie zagłuszona. Widz do tego stopnia zachłysnął się tym, co można zobaczyć po drugiej stronie lustra, że stało mu się to obojętne. Minęła epoka fascynacji, fetyszu kinematografii. Odbiorca, mając dostęp do wszystkiego jednocześnie, traci emocjonalne zaufanie wobec twórców i wobec dzieł filmowych, staje się najbardziej wymagającym z krytyków. Paradoksalnie dużo bardziej interesuje go nowa jakość

odbioru i odmienne od dotychczasowych rodzaje doznań niż przekazywana treść. Tymczasem w internecie i telewizji wzmacnia się kult amatora. Taki rodzaj przekazów z jednej strony jest efektem homogenizacji, a z drugiej – realizuje nowoczesną potrzebę informacji. Wątpienie w dzieła filmowe, w znaczenia oraz symbole, jakie służą sztuce, sprzyja wszechobecnej idei, że każdy może być twórcą. Dzięki łatwemu dostępowi do mediów nic nie jest zbyt prozaiczne ani narcystyczne, by stało się widzialne. Widz postawiony przed niczym nie ograniczoną dostępnością zostaje zalany wolnością przepływu i przetwarzania informacji. Odbiorca nie tylko ma możliwość dostępu do masowego „archiwum”, ale dodatkowo ma możliwość czynnego uczestnictwa w jego tworzeniu. Zachłyśnięty pozorem wolności, otrzymuje przedziwny produkt, w którym nie dość, że niejasna jest rola twórcy i odbiorcy, to dodatkowo okazuje się, że głos amatora jest równoważnościowy z głosem profesora.

Jednocześnie odbiorca stał się niewolnikiem cyfrowego świata. W wyniku braku akceptacji rzeczywistości człowiek stwarza światy urojone, które niejako pozwalają mu się schronić. Film dostarcza nam światów iluzorycznych. Dzięki niemu – jak pisał Walter Benjamin – powstaje nowy obszar świadomości[9]. Widz-odbiorca obrazów jest obserwatorem. „Staje się [...] nierzeczywisty, między innymi i przez to, że świadomość jego zostaje zaludniona obrazami zdarzeń, których nigdy naprawdę nie przeżył”[10]. Umowne światy sprawiają, że wszyscy funkcjonujemy w nieistniejących rzeczywistościach. Relacja, jaka wytworzyła się pomiędzy współczesnym człowiekiem a mediami, zdaje się być nową odmianą wizji Ericha Fromma[11]. To ucieczka od wolności w światy wirtualne, w przestrzenie wygenerowane za pomocą nowych urządzeń. „Jeszcze w czasach paleotelewizji fakty poprzedzały fikcję. W rzeczywistości symulakrycznej obraz poprzedza realne wydarzenia”[12]. Skoro większość informacji dociera do odbiorcy za pośrednictwem różnego rodzaju odbiorników i ekranów, to nic dziwnego, że współczesna

[8] Ibidem, s. 130.

[9] W. Benjamin, *Gesammelte Schriften – Supplement II*, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1987.

[10] Ł. Demby, *Poza rzeczywistością. Spór o wrażenie realności w historii francuskiej myśli filmowej*, Rabid, Kraków 2002, s. 139.

[11] E. Fromm, *Ucieczka od wolności*, przeł. O. i A. Ziemilscy, Czytelnik, Warszawa 1970.

[12] A. Lewicki, *Sztuczne światy. Postmodernizm w filmie fabularnym*, Wydawnictwo UW, Wrocław 2007, s. 174.

ucieczka od wolności odbywa się w sferę światów urojonych. Współczesny widz-odbiorca nauczył się obcować i poruszać w obrębie nowych nośników. Więcej – zaczął traktować przekaz medialny jak rzeczywistość.

Zastanawia mnie, co właściwie dał nam – odbiorcom – świat wirtualnych doznań? Różnorodność, nieciągłość, możliwość łączenia ze sobą potencjalnie nieprzystawalnych elementów kulturowych, procesualność, czyli „produktem takich praktyk byłaby kultura mozaikowa, bardzo fragmentaryczna, o rozmytych granicach, ale ciągle w swym rozczłonkowaniu i rozproszeniu paradoksalnie powiązana, a więc wspólna dla wszystkich podmiotów owych praktyk. To kultura bricoleura, kultura majsterkowicza” [13]. Czy czasem jednak zabawa nie kończy się tam, gdzie zakończył pracę programista wirtualnej rzeczywistości, czyli tam, gdzie kończy się układ zero-jedynkowy? Pozostają po niej jedynie wycinki rzeczywistości, których układanie raz jeszcze już tak nie cieszy. Zatem wirtualny świat obarczył swych odbiorców jeszcze jedną przypadłością – oglądają sami to, co wcześniej współtworzyli. Gracze gier rozgrywają samotne wojny w obrębie sztucznie wytworzonych światów, kinomaniacy oglądają coraz więcej na ekranach własnych laptopów lub też za pomocą projektorów domowych, internauci skupieni w obrębie sieciowych łączy cały czas uczestniczą w interaktywnym przetwarzaniu informacji – ale każdy sam. Nowe postawy odbiorcze mają realny wpływ na środki komunikowania masowego, które paradoksalnie ulegają procesowi odmasowienia. W dobie specjalizacji widownia – jeszcze tak niedawno skupiona na sali kinowej – uległa rozbiciu i rozproszeniu. Sprzyja to wyodrębnieniu grup skupionych wokół danej dziedziny, grup niekiedy jednoosobowych. Zatem polifoniczność informacji i obrazów stwarza odrębny odbiorcę.

Współczesny *bricoleur* odbiera z otaczającego świata szereg impulsów.

Liczbę informacji docierających w ciągu sekundy do zmysłów szacuje się na 100 miliardów bitów, podczas gdy w tej samej sekundzie jesteśmy w stanie uświadomić sobie nie więcej niż 100 bitów” [14].

Większość bodźców nie jest świadomie postrzegana, ale trafia do podświadomości odbiorcy i ulega tam przetworzeniu. Jak podkreślają naukowcy, można by właściwie nie zwracać uwagi na przyswojone przez umysł dane, gdyby nie fakt, że mają one wpływ na nasze postępowanie. Nieuchwytny impuls determinuje bowiem sposób myślenia i zachowania odbiorcy. Mechanizm ten otrzymał miano „primingu” [15]. Działa na nas wszystko, co nas otacza, często nawet to, czemu nie poświęcamy nawet najmniejszej uwagi – billboardy na ulicy, reklamy telewizyjne, informacje na ekranie monitora naszego komputera, niezliczone ilości rozsypanych danych.

Stajemy się kurtyną [...], integralną częścią tego, co obserwujemy, ekranem projekcji przez nas samych aktywowanej, jesteśmy zatem równocześnie na zewnątrz, jak i wewnątrz świata, obserwujemy scenę, ale i sami na niej jesteśmy, co więcej – nie jest ona przestrzenią statyczną, unieruchomioną, ale środowiskiem stale przekształcanym za sprawą naszej w nim obecności [16].

Wytwarzanie obrazów stało się prostsze dzięki technologii cyfrowej. Kamery i aparaty zapisujące obrazy na dyskach, łatwe w obsłudze i przystępne cenowo, sprawiły, że każdy może zrobić swój film. Zmiana, jaką wprowadziły nośniki cyfrowe, dotyczy przede wszystkim

[13] R. Kluszczyński, *Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Rabid, Kraków 2001, s. 43.

[14] J. Chyłkiewicz, *Akupunktura rozumu*, „Newsweek Polska” 2008, nr 1, s. 85.

[15] *Priming* – termin tłumaczony na dwa sposoby: ‘poprzedzanie’ lub ‘prymowanie’, w Polsce znajdują się dwa ośrodki zajmujące się badaniem tego zjawiska: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie oraz Uniwersytet Jagielloński.

[16] P. Zawojcki, *Ciało, jako interfejs. O kilku (nie)przypadkowych sytuacjach, w których staje się (współ)twórcą* [online], <<http://www.zawojcki.com/2006/04/19/cialo-jako-interfejs-o-kilkuniezprzypadkowych-sytuacjach-w-ktorych-staje-sie-wspoltworca/>> [dostęp: 9 września 2013]. Tekst ten był publikowany także w: *Media. Ciało. Pamięć. O współczesnych tożsamościach kulturowych*, red. A. Gwóźdź, A. Nieracka-Ćwikiel, Instytut im. Adama Mickiewicza, Warszawa 2006.

nowych form dystrybucji. Nawet jeżeli postrzegamy je jako chwyt marketingowe, to jednak mają one bezdyskusyjny wpływ na rynki wtórne (łatwa rozpoznawalność hitu, przeboju filmowego sprawia, że jest on atrakcyjny także dla telewizji oraz dla reklamodawców wykupujących czas antenowy), jak również na rynek pierwotny, stając się dzięki swym zyskom motorem napędowym innych produkcji. Z drugiej strony digitalizacja umożliwiła wprowadzenie do obrazu tego, co niemożliwe do rejestracji. Jednocześnie doprowadziła do zmiany statusu obrazu ruchomego. To, co wizualne, przestaje być uważane za prawdziwe. Nie należy jednak w takim rozumowaniu zapominać o konsekwencjach wynikających z załamania wiary w prawdę, w rzeczywistość. Wirtualne światy owszem istnieją, ale widz-odbiorca-użytkownik ma do nich dostęp wyłącznie za pośrednictwem urządzeń.

Przy pozornym demokratyzmie kultury panuje w niej coraz większy ekskluzywizm. Mamy poczucie istnienia obok siebie wielu równoległych światów, które wzajemnie nic o sobie nie wiedzą, trzymają się na dystans. Ich wielość może konsumenta kultury wprawić w popłoch jak osła, któremu zbyt wiele w żłoby dano. Niby wszystko jest dla nas, ale żeby wejść do każdego z tych światów, trzeba osobnego kodu dostępu[17].

Wszystkie media, od alfabetu fonetycznego do komputera, są takimi przedłużeniami zmysłów człowieka, które wprowadzają głębokie i trwałe zmiany w nim samym, a także przekształcają jego środowisko[18].

Ekspansja elektroniki przyspieszyła przemianę typu kultury z werbalnego na audiowizu-

alny. Multimedialny świat nie występuje tylko jako element codzienności, lecz stał się wektorem nadającym kierunek i rytm postrzegania rzeczywistości. Towarzyszy temu proces ciągłego „ściskania” czasu, który sprzyja podtrzymywaniu spektakularnej kariery „teraz”. Akcent postawiony na chwilę obecną współbrzmi z rozwojem gospodarki nastawionej na konsumenta. Współczesny odbiorca równie szybko, jak się niecierpliwi, popada w stany euforii, by zaraz potem stracić zainteresowanie.

Schizofreniczność kultury konsumpcji polega na zwiększeniu szybkości całego cyklu „nowość–przestarzałość”. Konsument wchodzi w spiralę, z której nie ma wyjścia. Poszukuje ciągle nowych – związanych z konsumpcją wrażeń, które pozwalają mu wierzyć, iż „jest na czasie”, że on sam nie jest przestarzały i zużyty. [...] Człowiek żyje w ciągłym „konsumpcyjnym niepokojem”, który staje się stanem normalnym i ciągłym[19].

Pokolenie widzów, któremu przyszło budować swoją świadomość społeczną i światopogląd na fundamentach tworzonych poprzez media, wystawione jest zatem na swoją własną ocenę wartości przekazów, z którymi nieustannie się styka.

Pokolenie slackerów (wg *Collins Cobuild English Dictionary*: osoba leniwa, wykonująca mniej pracy, niż powinna; nierób) wychowywanych przez telewizję i centra handlowe; pokolenie postrewolucyjne, które nauczone przykładem swoich rodziców, w rewolucję już nie wierzy, ale też nie poddaje się biernie bezrefleksyjnemu konformizmowi [...] rozczarowane jest nieadekwatnością rzeczywistości, w jakiej przyszło im żyć, do obrazu jaki wpoila im telewizja[20].

A obecnie też pokolenie

Digital Natives (powiedzmy: Cyfrowi Autochtoni), Pokolenie iPoda, Pokolenie iPhone'a, Pokolenie Milenium (pieszczotliwie Milenialsi), Pokolenie Kłapek czy Pokolenie Dłaczego. Najtrafniej ujęła to ostatnio Joel Stein w amerykańskim tygodniku „Time”: Pokolenie Ja Ja Ja. To różne określenia ludzi urodzonych między 1980 a 2000 rokiem [...] [21].

To, co jest wyznacznikiem tego pokolenia, to wykształcenie i przede wszystkim dostęp do internetu. Ich życie społeczne opiera się na

[17] T. Sobolewski, *Kino jest psychoanalizą*, „Gazeta Wyborcza” 2008, 5 stycznia, s. 14.

[18] M. McLuhan, *Wybór tekstów*, red. E. McLuhan, F. Zingrone, przeł. E. Różalska, J. Stokłosa, Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 333.

[19] Z. Melosik, *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*, Wolumin, Poznań 2002, s. 16.

[20] B. Brzozowska, *Gen X. Pokolenie konsumentów*, Rabid, Kraków 2005, s. 29.

[21] A. Krzyżaniak-Gumowska, *Pokolenie Kłapki*, „Newsweek Polska” 2013, nr 22, s. 16–17.

„serwisach społecznościowych w sieci”, głównym celem jest posiadanie najnowszych elektronicznych gadżetów, a istotą istnienia bycie widocznym. Nie lubią natomiast czekać i może właśnie dlatego „poradniki marketingu radzą nawet, żeby zamiast produktów sprzedawać im styl życia i poczucie wyjątkowości” [22].

Sądzę, że widz przyzwyczajony do patrzenia na świat za pomocą nośnika traci umiejętność patrzenia bezpośrednio. Ogląda rzeczywistość w sposób przejawiony i detaliczny. Tym samym wycempanowana technika staje na przeciw dzisiejszego społeczeństwa jako druga natura. Poznawanie i obsługiwanie coraz nowszych „nośników” staje się niezbędne do funkcjonowania w społeczeństwie. Postrzeganie świata przestaje być zatem sprawą uwagi i spostrzeżeń, lecz realizacją nagrania, w której każdy w zależności od posiadanych możliwości technicznych może być nadawcą lub odbiorcą.

Zjawisko identyfikacji, emocje, złudzenie rzeczywistości, mające szansę zaistnieć w środowisku sali kinowej, są znacznie słabsze w przypadku widowiska domowego niezależnie od jakości czy możliwości nośnika. Widz-odbiorca może dowolnie zmieniać kanały telewizyjne, może dobrowolnie przerwać lub zatrzymać na moment projekcję filmu na wideo czy DVD, wybrać, od którego miejsca film chce obejrzeć, a których fragmentów nie oglądać wcale. W efekcie czego konstruuje samodzielnie przekaz zgodny ze swoimi zainteresowaniami i potrzebą informacji. Dokonuje zatem dekonstrukcji istniejących przekazów w celu stworzenia indywidualnego komunikatu.

Kultura współczesna, zwłaszcza drugiej połowy XX wieku, uprzywilejowuje audiowizualne doświadczenie oraz przedstawianie świata i jego obrazów, to znaczy nastawienie na łączne wydobywanie z napływających informacji aspektów audialnych i wizualnych, i na scalanie ich w spójną całość znaczeniową. Informacje płynące z różnych źródeł, różnymi kanałami są przetwarzane przez integrujący mechanizm odbiorczy w audiowizualny kompleks znaczeniowy [23].

Maryla Hopfinger nazywa ten mechanizm odbioru syndromem audiowizualnym. Zatem

nowe media stosują własne metody komunikacji. „Wskutek tego nawet nasz potoczny ogląd rzeczywistości przechodzi dzisiaj od realizmu do konstrukturyzmu, od tego, co dane, do tego, co wykonane, od jedności do wielości i od realności do wirtualności” [24]. Możemy również powiedzieć, że przechodzimy od porządku (telewizja, kino) do chaosu (media).

Obraz telewizyjny jest terazniejszością pozbawioną dat, wieczną rejestracją aktualnego, pozbawioną wspomnień, których właśnie protagonista filmu chce się pozbyć. Jak pisze Friedrich Jameson:

Cały nasz system społeczny zaczął stopniowo tracić zdolność przechowywania przeszłości, żyjąc w wiecznej terazniejszości i wiecznej zmianie, wymazującej wszystkie te rodzaje tradycji, które wcześniej formacje społeczne musiały w taki czy inny sposób ochraniać [25].

Należy jednocześnie podkreślić, że „owa natychmiastowa (instant) amnezja cechująca telewizyjny komunikat nie wyklucza aktywnego uczestnictwa wraz z jego znaczącą rolą dla tworzenia się tożsamości widza” [26].

Możliwość wejścia w inne światy zmienia nie tylko sytuację odbiorcy, ale również jego stanowisko wobec odbieranego komunikatu. „Odbiorca/interaktor poprzez swoje twórcze działanie – gest partycypacji – aktywizuje wirtualny projekt artysty” [27]. Pojęcie interaktyw-

[22] Ibidem, s. 19.

[23] M. Hopfinger, *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 1997, s. 60.

[24] W. Welsch, *Sztuczne raje? Rozważania o świecie mediów elektronicznych i o innych światach*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*, red. M. Hopfinger, Oficyna Naukowa, Warszawa 2002, s. 474.

[25] F. Jameson, *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków 1997, s. 212.

[26] B. Brzozowska, op. cit., s. 31.

[27] R. Kluszczyński, *Artystyczno-kulturowe znaczenie Internetu*, w: *W świecie mediów*, red. E. Nurczyńska-Fidelska, Rabid, Kraków 2001, s. 69.

ności stało się kluczowe dla określenia aktów komunikacji, które charakteryzują się aktywną postawą odbiorcy. Widz zmienia się w użytkownika, który swoimi działaniami i wyborami ma wpływ na dane zjawisko. Oglądanie obrazu zamienia się zatem w grę, w której dominujące znaczenie mają upodobania użytkownika. Natomiast

[...] ekrany są teraz formatami „przekazu i odbioru” o zmiennych wersjach: do projekcji na ekranie kinowym, telewizyjnym i komputerowym lub wewnątrz hełmofonu (*head set device*), film jest medium „zbiorczym” o zmiennych wersjach: wideo, dyski komputerowe, dyski kompaktowe (CD), DVD, banki danych, serwery online, widzowie zaś są „użytkownikami” z „interfejsem” o zmiennych wersjach: piloty, myszki, klawiatury, ekrany dotykowe, joysticki, gogle i rękawice oraz kombinezony[28].

Możemy zatem pokusić się o stwierdzenie, że widz przestał zauważać możliwości, jakie stwarza mu interaktywność, ponieważ stały się one jego codziennością. Zmianie podlega pozycja widza. Nowe technologie i idąca za nimi, pogłębiająca się interaktywność proponują nowe jakości i odmienne od dotychczasowych rodzaje doznań, a tym samym oferują widzom nowy sposób reagowania na przedstawianą mu historię. Sposób ten jest „nowy”, ale już niejako oswojony i uznany za naturalny element składowy odbioru.

Odbiorca oglądający film w telewizji, z płyty DVD czy na komputerze staje się czynnym współtwórcą, dechronologizując ustalony wcześniej przez autora porządek narracji. Znaczenie ma bowiem nie sama historia, lecz sposób jej ułożenia. Tak rozumiana interaktywność „oznacza wolność wyboru, brak rozstrzygnięcia,

wielolinearność, dynamiczną, poddającą się dowolnym kombinacjom strukturę, otwarcie oraz aktywność odbioru polegającą na współdziałaniu”[29]. Współczesny widz-odbiorca otrzymuje dzięki temu możliwość większego wyboru, staje się konsumentem selektywnie wyróżniającym pola swoich zainteresowań i czynnie korzystającym z możliwości nowego sposobu reagowania na opowiadanie. Tym samym w wyniku postępujących przemian zmieniła się również rola, jaką dotychczas pełniła filmowa opowieść. „Story” wiążąca wydarzenia i spajająca wszystkie elementy w jednolitą całość poddana została fragmentacji. Cały proces przypomina podzielenie na mniejsze obrazki ułożonej wcześniej układanki. Zintegrowana, zamknięta całość, której odbiór ma charakter pasywny, zostaje zamieniona na swoistą wędrówkę po wyłoniionych fragmentach, co dodatkowo powoduje zwielokrotnienie światów przedstawionych. Świat tak zdekomponowany przypomina raczej wycinki rzeczywistości niż koherentną całość, a zatem moglibyśmy pokusić się o stwierdzenie – w ślad za amerykańskim antropologiem pisma Jayem Davidem Bolterem[30] – że nie ma żadnej historii, są tylko lektury. Nie ma również żadnej właściwej ścieżki, „obrazy wizualne wytwarzane mechanicznie są w pewnym fundamentalnym sensie indeksem [...], a to, co indeksowe (*indexical*), wymaga ponownego przemyślenia”[31]. Widz-odbiorca informacji nie przypomina już więźnia sali kinowej pogrążonego w ciemnościach, lecz czynnego użytkownika danych, który wybiera i stwarza możliwe ścieżki. Wszystko to, co ciągłe, a więc analogowe, właściwe dla narracji linearnych, zostaje wyparte przez zapis nieciągły, cyfrowy. To właśnie obraz cyfrowy, oparty na opozycjach binarnych, dał możliwość manipulowania przekazem, czyniąc go tym samym obiektem interaktywnym. Historii powstających w procesie lektur jest tyle, ile wersji odczytań, a każda z nich staje się nowym aktem. Sposób odczytania determinuje również samo rozumienie. Przeskakując z kanału na kanał, widz niczego nie kończy i niczego też nie zaczyna, skleja przypadkowe fragmenty. Czy zatem można go czynić odpowiedzialnym za

[28] A. Friedberg, *Koniec kina – multimedia i zmiana technologiczna*, „Kwartalnik Filmowy” 2001, nr 35–36, s. 43.

[29] K. Prajzner, *Narracja na rozstajnych ścieżkach. O konflikcie między narracją linearną a interaktywnością*, w: *Film – fabryka emocji*, red. K. Klejsa, T. Kłys, Rabid, Kraków 2003, s. 139.

[30] J.D. Bolter, *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*, Erlbaum, New York 1991.

[31] K. Prajzner, op. cit., s. 143.

ostateczny kształt komunikatu? Graham Weinbren twierdził, że kiedy kino interaktywne daje wolność odbiorcy, w tym samym momencie czyni go odpowiedzialnym za kształt dzieła[32]. Jednak przy takim założeniu „widz musi mieć świadomość, że dokonuje znaczących jakościowo zmian struktury”[33].

Relacja pomiędzy artystą i odbiorcą stała się istotną tendencją przeobrażania współczesnej sztuki. Znaczenie indywidualnego odbioru jako kreatywnego doświadczenia wzmocniło rolę odbiorcy. Jak pisał Ryszard W. Kluszczyński,

[...] gest artysty uzyskuje przedłużenie w geście odbiorcy-interaktora, a wytwór tego procesu staje się wspólnym dziełem ich obojga. Dziełem-procesem, które pozwala im na refleksję nad otaczającym światem i własną tożsamością. Dziełem-doświadczeniem[34].

Tradycyjna sztuka, według określenia Benjamina, zmienia się w pocisk. W ten sposób mobilizuje swego odbiorcę do gotowości pochycenia informacji. Ma on za zadanie samodzielnie złożyć z uzyskanych fragmentów nowe całości. W opinii filozofa to właśnie film ma zaszczerpić tę umiejętność w masowym odbiorcy. Sposób doświadczania obrazu filmowego ulega zatem ciągłej przemianie. Rzecz w tym, jakie jest nasze nastawienie wobec obchodzenia się z obrazami, jak to sformułował Wim Wenders jeszcze na początku lat 90. ubiegłego wieku. „Czy bliższe owej «władzy wzroku», określanej przez niektórych mianem «szaleństwa widzenia», czy też reprezentowane raczej przez «pluralność władz wzroku», pozwalającą «nauczyć się dostrzegać zalety zróżnicowanych doświadczeń wizualnych»”?[35] Widz-odbiorca balansuje pomiędzy wielorakimi możliwościami widzenia. Zachwycony mnogością i ruchem, spaceruje wśród sycących oko wciąż nowych obrazów, które obdarzają go ciągłym wrażeniem falowania. Swobodna wędrówka po mieście nie czyni go jednak w jakikolwiek sposób zobowiązanym wobec obserwowanego świata. Przypomina w tym postać flâneura[36]. Turysta, choć bardzo spostrzegawczy, to jednak nie angażuje się w „mijaną” rzeczywistość. Spacerowicz, dryfujący pomiędzy światami zarówno

w ujęciu Waltera Benjamina[37], jak i Siegfrieda Kracauera[38], jest wieloznaczny. Współcześni interpretatorzy jego losów, jak Susan Buck-Morss[39], podkreślają natomiast rozwój konsumpcyjnego kierunku bycia w świecie.

Obserwator przemierza coraz to nowe światy, mając przy tym do czynienia z „twórczością swobodnie ulatującą między mediami, nieprzypisywaną do jednego tylko dyskursu technokulturowego kina, wypełnioną przyjemnościami balansowania pomiędzy różnymi formami artystycznej widzialności, różnymi jej formacjami technicznymi i kulturowymi, z których wiele zapewne czeka na odkrycie”[40]. Ze względu na sposób poruszania się możemy porównać ten ruch w obrębie iluzorycznych światów do podróżowania. Natomiast tempo występowania zjawisk i ich natężenie zbliża obrazy audiowizualne do targowiska danych, informacji, przedstawień. Czyli porównanie zarówno do swobodnej „przechadzki po lesie fikcji”[41], jak i do pocisku znajdzie tutaj swoje zastosowanie.

[32] G. Weinbren, *Kino interaktywne, czyli podróż zastępcza*, „Kino” 1999, nr 5.

[33] K. Prajzner, op. cit., s. 146.

[34] R. Kluszczyński, *Artystyczno-kulturowe znaczenie Internetu...*, s. 70.

[35] Cyt. za: A. Gwóźdź, *Technologie widzenia, czyli media w poszukiwaniu autora: Wim Wenders*, Universitas, Kraków 2004, s. 8.

[36] W roku 1806 ukazał się jeden z pierwszych tekstów poświęconych flâneurovi. Był nim anonimowy pamflet zatytułowany: *Flâneur au salon ou M Bon-Homme*. Za ojca figury flâneura najczęściej uznaje się Charles’a Baudelaire’a.

[37] W. Benjamin, *Anioł historii: eseje, szkice, fragmenty*, wybór i oprac. H. Orłowski, przeł. K. Krzemieniowa, H. Orłowski, J. Sikorski, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 1996.

[38] S. Kracauer, *Teoria filmu: wyzwolenie materialnej rzeczywistości*, przeł. W. Wertenstein. WAIiF, Warszawa 1975.

[39] S. Buck-Morss, *Dreamworld and Catastrophe: the Passing of Mass Utopia in East and West*, MIT Press, London–Cambridge 2000.

[40] A. Gwóźdź, *Technologie widzenia...*, s. 9.

[41] U. Eco, *Sześć przechadzek po lesie fikcji*, przeł. J. Jarniewicz, Znak, Kraków 1996.

Współczesne środki komunikacji rozbudziły potrzebę poznawania. Widz-odbiorca chce być informowany, zależy mu na śledzeniu rytmu życia. To, co bardzo długo było unikatowe, stało się powszechne. Obecnie kamerę, internet, telefon komórkowy z aparatem i mikrokamerą może mieć właściwie każdy. Demokratyczny dostęp do świata nowoczesnych nośników wpłynął na życie codzienne. Jeśli, jak pisał Marshall McLuhan[42], stajemy się tym, na co patrzymy, to współczesny widz stał się elementem świata audiowizualnego, ponieważ widzi tylko nośnik.

Nie jest niczym odkrywczym stwierdzenie, że dla świata mediów kluczowe są strategie zatrzymania uwagi widza, sprowadzające w rezultacie swego odbiorcę do pozycji jednego z segmentów rynku. Widz-odbiorca został wpisany w strukturę przekazu. Interaktywność, która miała dać mu wolność, okazała się kolejną formą manipulacji. Strategie rynkowe bowiem tylko wtedy mają sens, gdy uda się złapać rozbujanę spojrzenie spacerowicza.

Pytamy zatem o miejsce człowieka, który interweniuje za pomocą rozmaitych maszyn widzenia w porządek współczesnego świata. „Rzecz [...] w fascynacji samymi możliwościami medium, w wystawieniu na pokaz widzialności jako takiej”[43]. Zbigniew Rybczyński o narzędziach umożliwiających rejestrację pisał:

[...] za ich pomocą można odkryć coś w samej rzeczywistości, co nie jest związane z jej realnym odbiorem. Odkryć pewne rzeczy, które wynikają właśnie z faktu użycia tego narzędzia. Wymyślono film, aby rejestrować świat, ale zauważono, że gdy nagra się więcej klatek, a potem odtworzy je z normalną szybkością, zobaczymy świat w zwol-

nionym tempie. Kamera, który miała tylko odtwarzać rzeczywistość, zaczęła widzieć o wiele więcej, niż my widzimy. [...] Dzięki nowym narzędziom udoskonalamy możliwości percepcji[44].

Sądzę, że nie tylko „polubiliśmy” audiowizualne możliwości nowych technologii, lecz „zaprzyżniliśmy się” z nimi do tego stopnia, że wolimy rzeczywistość wirtualną niż realną konfrontację z codziennością. Sposób patrzenia i widzenia świata poprzez nośniki stał się techniką postrzegania współczesnego widza. Jednocześnie nie do końca możemy już mówić o „czystym odbiorcy” dzieła filmowego, telewizji czy internetu. Widownia zamieniła się w użytkowników, interlokutorów, gości świata wirtualnego, a nawet jego stałych uczestników. Oto życie samo w sobie stało się ideologią widzialności, a świat audiowizualny, będący do tej pory zaledwie pochodną codzienności, okazał się bardziej realny od nas samych. To nie znaczy, że doszliśmy do końca filmu. Możliwości wywołane zmianami obrazowania świata, powodowanymi przez pojawianie się coraz nowszych technologii, wprowadzają znaczące transformacje w sposobie odbioru i percepcji.

Nauczyliśmy się widzieć świat takimi sposobami, jakie narzucają nam media. Patrzymy za pośrednictwem nośników. Trudne stało się zdefiniowanie granicy pomiędzy tym, co prawdziwe, a tym, co jest wytworem technologicznej manipulacji.

Człowiek współczesny [...] to człowiek ery specjalizacji, a więc istota wycinkowa, fragmentaryczna, potrafiąca wprawdzie do perfekcji opanować określone czynności zawodowe, zarazem jednak bezradnie stojąca wobec pełnego, nieskrępowanego uczestnictwa w życiu społecznym[45].

Łudzimy się, że jesteśmy turystami mogący sami samodzielnie decydować o poruszaniu się. Tymczasem jesteśmy manipulowani przez nośniki, które stały się dla nas ważniejsze od tego, co przez nie można zobaczyć. Jednocześnie przynależymy do najcenniejszych eksponatów w świecie mediów, bo to właśnie od naszego uczestnictwa i zainteresowania zależy ich los.

[42] M. McLuhan, *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, przeł. N. Szczucka, WNT, Warszawa 2004.

[43] A. Gwóźdź, *Technologie widzenia...*, s. 10.

[44] Z. Rybczyński, *Uwolnić się od rzeczywistości, w: Film i audiowizualność w kulturze. Zagadnienia i wybór tekstów*, część 2, oprac. J. Bocheńska, I. Kurz, S. Kuśmierczyk, red. S. Kuśmierczyk, Instytut Kultury Polskiej UW, Warszawa 2002, s. 433.

[45] A. Gwóźdź, *Pochwała widzialności...*, s. 133.

Widzialne doświadczenia mają wszechogarniający wpływ na sposób kształtowania się naszych czasów. „Digitalizacja jest w tej perspektywie nie tylko nowym medium, ile raczej tu i teraz, w czasie bieżącym, w filmie i telewizji, przede wszystkim nowym medium «wiedzy» o tych mediach” [46]. Nie możemy być twórcami współczesnego dzieła filmowego, nie rozumiejąc zmian, jakie zachodzą współcześnie w widowni filmowej i audiowizualnej. Miejsce i tożsamość widza uległy bowiem całkowitej zmianie. W świecie, w którym „scena zlała się z widownią, studio telewizyjne z ulicą, wygenerowana komputerowo rzeczywistość wirtualna z codziennym życiem” [47], widz stał się pociskiem, który świat mediów stara się złać. Współczesny widz uczestniczy w wielkim

spektaklu formującym jego tożsamość. Produkcja filmowa polega nie tylko na produkcji filmów, ale również na produkowaniu widzów. Jej zadaniem jest oczywiście stworzenie dzieła filmowego, ale także dotarcie z nim do współczesnego odbiorcy. Rolą twórców jest zatem kreowanie świadomości estetycznej widza. Istotne jest znalezienie sposobu na niepogłębianie wszechobecnej homogenizacji i sprawienie, aby ten „wszechwiedzący” widz dał się jeszcze czasem po prostu uwieść magii kina.

[46] Th. Elsaesser, *Kino cyfrowe*, „Kwartalnik Filmowy” 2001, nr 35–36, s. 72.

[47] A. Lewicki, op. cit., s. 170.

Z planu Papuszy...

MAREK BĄCZYK

Rozpoczęcie produkcji każdego filmu fabularnego niesie ze sobą nowe doświadczenia i wyzwania. Niby sposób postępowania, powtarzalność czynności jest taka sama. Znamy procedury, podejmujemy rutynowe działania, a jednak rzeczywistość często nas zaskakuje.

Taką nową zaskakującą sytuacją przy produkcji filmu fabularnego *Papusza* według scenariusza i w reżyserii Joanny Kos-Krauze i Krzysztofa Krauze było spotkanie dwóch nacji – Polaków i Romów. Czasem używaliśmy słowa Cyganie, ale dla nich nie miało to pejoratywnego znaczenia. Było to spotkanie i jednocześnie zderzenie dwóch światów, dwóch rodzajów mentalności i podejścia do życia.

Należy tutaj powiedzieć kilka słów na temat tytułowej bohaterki filmu. Urodzona na początku XX wieku Papusza, czyli Bronisława Wajs, była cygańską poetką. Sama nauczyła się czytać i pisać, co w jej środowisku sprowadziło na nią wiele problemów. Po pierwsze, dlatego że w tej kulturze najważniejszy jest przekaz ustny.

Natomiast słowo pisane dla Romów jest czymś tak mało istotnym, czym nie warto sobie przrzątać głowy. A jeszcze, gdy taką umiejętność posiada kobieta, jest to godne pogardy i wręcz kwalifikuje ją do wykluczenia ze społeczności. Oznaczało to ostracyzm, czyli coś najgorszego, co może spotkać Cygana. Szykanowana przez własną społeczność, Papusza zapadła na chorobę psychiczną, przebywała na leczeniu w szpitalach. Zmarła w roku 1987. Do odkrycia jej wierszy, a następnie ich opublikowania w języku polskim, doprowadził Jerzy Ficowski – tłumacz języka romskiego. Jej poezje zostały przełożone również na inne języki, między innymi: angielski, włoski, francuski, niemiecki.

Aby w ogóle można było zamierzony cel osiągnąć, trzeba było znaleźć jakiś sposób porozumienia, pozyskania zaufania i podjęcia współpracy w tak nietypowym przedsięwzięciu, jakim jest produkcja filmu, gdzie stykają się i przenikają działania artystyczne z czynnościami produkcyjnymi, gdzie obowiązują określone