

CONSENSUS

Studenckie Zeszyty Naukowe

RADA PROGRAMOWA

Prof. Nick Baron (University of Nottingham),
Dr Wolfgang Bruegel (Albert-Ludwigs-Universitaet Freiburg),
Prof. dr hab. Henryk Chałupczak (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej),
Prof. dr hab. Iwona Hofman (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej),
Dr Kateryna Ivaschenko (Narodowa Akademia Nauk Ukrainy),
Dr Aparajita Jervis (Goa University),
Prof. David Jervis (Millikin University),
Prof. dr hab. Teresa Łoś-Nowak (Uniwersytet Wrocławski),
Prof. dr hab. Marek Pietraś (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej),
Dr hab., prof. UMCS Wojciech Ziętara (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej)

REDAKCJA TEMATYCZNA

Joanna Mróz
Patrycja Winiarczyk
Natalia Zburzyńska

OPIEKUN NUMERU

Dr Justyna Maguś

KOREKTA JĘZYKOWA

Joanna Kukier
Anna Marek

RECENZENCI NUMERU

Dr Radosław Bomba
Dr Przemysław Kaliszuk
Dr Wojciech Maguś
Dr hab., prof. UMCS Jakub Nowak
Dr Magdalena Pataj
Dr Elżbieta Pawlak-Hejno

STAŁY SKŁAD OPIEKI NAUKOWEJ

Opiekun czasopisma
Prof. dr hab. Henryk Chałupczak
Stali recenzenci tematyczni
Dr Marcin Sanakiewicz
Dr Monika Sidor
Dr Damian Szacawa

WYDAWCA

Wydział Politologii i Dziennikarstwa, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

PROJEKT OKŁADKI

Zofia Jedynak

OPRACOWANIE GRAFICZNE

Krystyna Dziadczyk

Wersją pierwotną (referencyjną) czasopisma jest wydanie papierowe

ISSN 1644-3179

Druk i oprawa

Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej „Gaudium”
20-075 Lublin, ul. Ogrodowa 12
tel. 81 442 19 19, faks 81 442 19 16; e-mail: drukarnia@gaudium.pl; www.gaudium.pl

Nakład: 50 egz.

WYDZIAŁ POLITOLOGII I DZIENNIKARSTWA
UNIwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej



CONSENSUS

Studenckie Zeszyty Naukowe

Wydanie specjalne



UMCS
UNIwersytet
Marii Curie-Skłodowskiej

Lublin 2021

ARTYKUŁY

SŁOWO WSTĘPU	7
--------------------	---

Joanna Mróz

Popkultura w procesie komunikacji	9
---	---

Mateusz Gąsowski

Instagram – element rzeczywistości wirtualnej i realnej. Rozważania w kontekście praw własności intelektualnej	25
---	----

Patrycja Winiarczyk

Rola Netflixa we współczesnej popkulturze	45
---	----

Natalia Zburzyńska

„Obój Gabriela” Ennio Morriconego jako przykład dzieła odczytywanego poza kontekstem	65
---	----

Agnieszka Janiszewska

<i>Psychowładza, ekonomia uwagi, infantia</i> jako przykłady współczesnych społeczno-kulturowych inhibitorów samorealizacji twórców	81
--	----

Paulina Kędzia-Wiśniewska

Autorefleksja poza czasem – motyw artysty w dziełach Charliego Kaufmana	99
--	----

Agata Rupińska

Naprzód dziewczyny! Motyw artystki i fanki muzyki punkowej w wybranych filmach amerykańskich	113
---	-----

ARTICLES

Joanna Mróz

Pop culture in the process of communication 9

Mateusz Gąsowski

Instagram – an element of virtual and real reality. Reflections
in the context of intellectual property law 25

Patrycja Winiarczyk

The role of Netflix in the contemporary pop culture 45

Natalia Zburzyńska

„Gabriel’s Oboe” by Ennio Morricone as an example of a work
read out of context 65

Agnieszka Janiszewska

Psychopower, economy of attention, infantia as examples of contemporary
socio-cultural inhibitors of self-realization of creators 81

Paulina Kędzia-Wiśniewska

Self-reflection beyond time – the artist motif in the works of Charlie
Kaufman 99

Agata Rupińska

Girls to the Front! Female Punk Artists and Fans in Selected
American Film 113

SŁOWO WSTĘPNE

Oddajemy w Państwa ręce dwudziesty pierwszy numer „Consensusu – Studenckich Zeszytów Naukowych”, czasopisma naukowego Wydziału Politologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Periodyk ten jest miejscem, w którym młodzi badacze z różnych ośrodków mają szansę zaprezentować wyniki własnych dociekań naukowych. Ideą „Consensusu” jest stworzenie warunków do swobodnej wymiany myśli i poglądów dla studentów oraz doktorantów.

Niniejszy numer ma charakter tematyczny i ogniskuje wokół zagadnień związanych z kulturą popularną. Jest efektem aktywności podejmowanych przez Koło Naukowe Medialno-Popkulturowe „Produktywni” i zawiera publikacje dotyczące wybranych zagadnień w obrębie szeroko pojętej popkultury, które były przedmiotem rozważań naukowych podczas dwóch konferencji, takich jak: „Popkultura poza kontekstem”, która odbyła się 6 listopada 2020 r. oraz „Motyw artysty w filmach, serialach i grach komputerowych”, przeprowadzonej 31 marca 2021 r. Z uwagi na trudny dla całego środowiska akademickiego czas pandemii koronawirusa i wynikających z tego powodu obostrzeń, wydarzenia zostały przeprowadzone w formie online za pośrednictwem platformy Microsoft Teams.

Wspomniane konferencje stały się przestrzenią do dyskusji na temat współczesnych zjawisk zachodzących w kulturze popularnej. Pierwsze z wymienionych powyżej wydarzeń miało na celu prezentację zjawiska popkultury przez pryzmat naukowy, jak również wskazanie koniunkcji między nauką a pasją. Przywołano podejścia i definicje obecne w literaturze przedmiotu oraz konteksty przedstawień treści popkulturowych. Druga konferencja, skupiona na motywie artysty w wybranych dziełach kultury popularnej, umożliwiła zaprezentowanie interpretacji głównie produkcji kinowych.

Numer otwiera artykuł Joanny Mróz pt. „Popkultura w procesie komunikacji”. Autorka podejmuje w nim próbę deskrypcji terminu popkultura, a także poddaje analizie pojęcia kultury masowej i popularnej. Następnie Mateusz

Gąsowski w tekście pt. „Instagram – element rzeczywistości wirtualnej i realnej. Rozważania w kontekście praw własności intelektualnej” za cel obiera sobie objaśnienie, dlaczego zdjęcia publikowane przez użytkowników na Instagramie, podlegają ochronie prawnej, a także prezentuje wybrane problemy z zakresu prawa własności intelektualnej. W autorskim artykule pt. „Rola Netflix’a we współczesnej popkulturze” charakteryzują przemiany dokonujące się za sprawą rozwoju amerykańskiej platformy streamingowej Netflix, podejmując próbę określenia jej roli w popkulturze. Analizują narzędzia stosowane przez firmę, a także działania, które bezpośrednio przyczyniają się do zjawisk związanych z transformacją telewizji tradycyjnej. Z kolei Natalia Zburzyńska w artykule „«Obój Gabriela» Ennio Morricone jako przykład dzieła odczytywanego poza kontekstem” bada w jaki sposób kompozycja Ennio Morricone do filmu Rolanda Joffé „Misja” funkcjonuje poza swoim oryginalnym kontekstem, tj. poza filmem. Na podstawie ankiet autorka próbuje ustalić jakie odczucia towarzyszą publiczności podczas słuchania utworu oraz w jakim stopniu jest on identyfikowany z oryginałem.

W dalszej kolejności Agnieszka Janiszewska analizuje wybrane zjawiska społeczno-kulturowe, które związane są z dominacją technologii cyfrowych i odnoszą się bezpośrednio do ich wpływu na samorealizację twórców. Paulina Kędzia-Wiśniewska w swoim artykule pt. „Autorefleksja poza czasem – motyw artysty w dziełach Charliego Kaufmana” analizuje twórczość filmową reżysera, scenopisarza, a także powieściopisarza Charliego Kaufmana pod względem przedstawienia postaci artysty. Autorka rozwija zagadnienia metatematyizmu oraz autorefleksji, które stanowią nieodzowną część dzieł tegoż filmowca. W dalszej kolejności, Agata Rupińska skupia się na sposobie przedstawienia postaci kobiet związanych z muzyką punk rockową w wybranej twórczości filmowej. Autorka prezentuje również najważniejsze zagadnienia historyczno-socjologiczne dotyczące kobiet w muzyce oraz subkulturze punkowej.

Prezes Koła Naukowego Medialno-Popkulturowego „Produktywni”
Patrycja Winiarczyk

Joanna Mróz

Produkcja medialna

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

asia02107@gmail.com

POPKULTURA W PROCESIE KOMUNIKACJI

Pop culture in the process of communication

Streszczenie

Celem pracy jest deskrypcja terminu popkultura oraz próba zastanowienia się nad kwestią, dlaczego odbiorców kultury przyciągają nawiązania do innych dzieł w obrębie tej sfery. W szczególności analizie poddane zostały pojęcia kultur masowej i popularnej. Podstawowe pytanie, które przyświeca podjętym rozważaniom to: dlaczego odbiorcy mediów lubią nawiązania do popkultury? Przedstawiono także sfery, na które popkultura wpływa oraz zjawiska, jakie niesie ze sobą jej oddziaływanie. Do przedstawienia tematu wykorzystano przykłady nawiązań popkulturowych ze świata filmów i seriali. Porównano także popkulturę z kulturą oraz wskazano różnice między nimi.

Słowa kluczowe: Popkultura; komunikacja; kultura; nawiązania do popkultury; medium; kultura masowa; kultura popularna; oddziaływanie kultury; filmy i seriale

Summary

The aim of the study is to analyze the concept of „pop culture”; and to attempt to reflect upon the question why the recipients of culture are attracted by references to other works. In particular, the concepts of mass and popular

culture were analyzed. The fundamental question guiding these reflections is: why do we like references to the pop culture? All reflections are based on the analysis of the phenomenon of pop culture. Additionally, the spheres and phenomena influenced by it are presented. Furthermore, to illustrate the issue, exemplary film and TV series references to pop culture were demonstrated. Pop culture was also compared with culture, and the differences between them were highlighted.

Key words: Pop culture; communication; culture; references to pop culture; medium; mass culture; popular culture; the impact of culture; movies and series

Wstęp

Celem artykułu jest przybliżenie znaczenia pojęcia popkultura oraz podjęcie próby zastanowienia się nad kwestią, dlaczego społeczeństwo lubi nawiązania do popkultury. W pracy tej połączę pojęcie kultury ze zjawiskiem komunikacji. Do przedstawienia tematu posłużę się przykładami nawiązań popkulturowych ze świata filmów i seriali.

Dla części społeczeństwa najprawdopodobniej pierwszym skojarzeniem ze słowem popkultura będą kolorowe grafiki Andy’ego Warhola przedstawiające Marilyn Monroe czy popularne logo The Rolling Stones. Dla innych może to być środowisko Internetu, w tym np. memów¹. Jednakże, aby zacząć rozważania na temat kultury popularnej, trzeba przede wszystkim zastanowić się, czym ona jest. Często utożsamia się ją z kulturą masową. Nie jest to też *stricte* kultura. Wydaje się być bardziej swobodna, lekka czy właśnie „popularna”. Zatem: co to takiego?

¹ Mem internetowy – informacja umieszczana w internecie, mająca przyciągnąć odbiorców oraz wzbudzić ich zainteresowanie; gatunek humorystycznej wypowiedzi internetowej, zob.: J. Iwanicki, *Memy internetowe w kulturze popularnej. Charakterystyka zjawiska*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe” 2018, nr 1 (21), s. 61–80.

Czym jest kultura popularna?

Kultura popularna to część kultury masowej, która charakteryzuje się przystępnością, zarówno w sensie finansowym, jak i kompetencyjnym². Spontanicznie wyraża tożsamość społecznych zbiorowości. Bartłomiej Dobroczyński (psycholog, pracownik naukowy Instytutu Psychologii UJ) poprzez popkulturę rozumie wszelką aktywność, która za główny powód swego wystąpienia uważa akceptację przez jak największą liczbę odbiorców. Zwraca zatem uwagę na kategorię masowości³. Kultura popularna jest kulturą łatwo dostępną, nastawioną głównie na rozrywkę. Jest uniwersalna, łatwa w odbiorze, dzięki czemu ma szerokie grono odbiorców. John Fiske wyraża pogląd, że kultury popularnej nie narzuca się człowiekowi, ale to on sam jest jej twórcą. Znaczenie kultury i przyjemność, którą zapewnia, stanowią odbicie gustów i zainteresowań odbiorców⁴. W rozdziale trzecim „Przyjemności twórcze” w swojej książce pt. „Zrozumieć kulturę popularną” medioznawca objaśnił, jak duże zadowolenie daje odbiór popkultury. Tworzenie znaczeń, będących jednocześnie adekwatnymi i funkcjonalnymi w różnych kontekstach, sprawia satysfakcję. Daje to poczucie bycia częścią społeczeństwa.

Znaczenie kultury popularnej wyjaśniają różne słowniki i opracowania naukowe. Filolog Ewa Szczęśna definiuje teksty kultury popularnej jako teksty przeznaczone „dla szerokiego kręgu odbiorców, nastawionego na zaspokojenie potrzeb przeciętnego uczestnika kultury. [...] Treści ukierunkowane są przede wszystkim na rozrywkę, likwidowanie barier społecznych, ekonomicznych, komunikacyjnych”⁵.

Kultura popularna stanowi istotne zjawisko, wywierające coraz większy wpływ na życie. Stanowi nie tylko źródło rozrywki, ale także źródło komunikacji, więzi i porozumienia. Nowe media sprawiają, że integruje ona ludzi: zarówno w skali globalnej, jak i małe społeczności miłośników kulturowych nisz. Jednocześnie treści tej kultury przestają być przekazem produkowanym

² B. Dziadzia, *Naznaczeni popkulturą. Media elektroniczne i przemiany prowincji*, Gdańsk 2014, s. 15.

³ K. Pankowska, *Kultura-sztuka-edukacja w świecie zmian. Refleksje antropologiczno-pedagogiczne*, Warszawa 2013, s. 22.

⁴ A. Pasek – Gawlikowska, „Kultura masowa” i co dalej?, „Rozprawy Społeczne” 2013, nr 2 (VII), s. 64.

⁵ I. Kust, *Kultura popularna inspiracją do powstawania nowych zawodów*, „Kultura – Społeczeństwo – Edukacja” 2017, nr 1 (11), s. 281-295.

wyłącznie przez masowych nadawców i konsumowanym przez biernych odbiorców⁶. Wytwory kulturowe stają się materiałem chętnie omawianym przez społeczności, ale też przerabianym i współtworzonym przez nich samych. Kultura popularna przekształca się w ten sposób w środowisko wiążące ludzi zainteresowanych określonymi utworami⁷. I dziś kultura popularna jest niezmiennie badana i na jej temat wysuwa się nowe wnioski⁸.

W zakres kultury masowej, według Antoniny Kłoskowskiej, wchodzi wszystko, co jest przedmiotem „szerokiego przekazywania i udostępniania wielkim liczebnie masom pośredniej publiczności”⁹. Zagadnienie to jest przedmiotem badań Johna Fiske’a, który:

„tworzy rozróżnienie pomiędzy kulturą masową, czyli produktami wprowadzonymi na rynek przez uprzemysłowione społeczeństwo a kulturą popularną, która przejawia się w sposobach wykorzystywania, nadużywania i niszczenia owych produktów przez człowieka nadającego im własne znaczenia i komunikaty. Ludzie tworzą kulturę popularną na styku dwóch płaszczyzn: tej powstałej wokół produktów przemysłów kultury oraz tej wynikającej z codzienności. Kultura popularna jest sztuką wykorzystania tego, co daje nam system. Nie oznacza to jednak, że proces konsumpcji zmienia ludzi w jednorodną masę daną na łaskę wielkich baronów przemysłu. Dla tego kultura popularna nie jest kulturą masową”¹⁰.

O ile kultura masowa miała łączyć duże masowe społeczeństwa w jedną całość, o tyle kultura popularna ma łączyć raczej grupy miłośników i społeczności fanowskie¹¹.

Współcześnie socjologia i antropologia opisują popkulturę jako ogół form i treści adresowanych do odbiorcy masowego, ale wyróżniających się wysoką

⁶ M. Juza, *Perspektywy rozwoju kultury popularnej w obliczu nowych mediów*, [w:] *Oblicza nowych mediów*, red. A. Ogonowska, Kraków 2011, s. 12.

⁷ Tamże.

⁸ Zob.: <https://cittru.uj.edu.pl/cittru/publikacje/cittru/popkultura>, dostęp: 31.10.2020. Zob. więcej na ten temat: J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków 2010; W. Godzic, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków, 1996; W. Burszta, A. de Tchorzewski, *Edukacja w czasach popkultury*, Bydgoszcz 2002.

⁹ A. Pasek – Gawlikowska, „Kultura masowa...”, s. 64.

¹⁰ Tamże.

¹¹ M. Juza, *Perspektywy rozwoju kultury popularnej...*, s. 15.

standaryzacją i komercjalizmem. Czyli, że zjawisko to jest adresowane do wszystkich – w podobnej formie i celem wypracowania realnego zysku¹². Ludzie stanowią jeden gatunek o jednakowej konstrukcji umysłowej. Z tego też powodu można uznać, że wiele treści może być interpretowanych w sposób podobny, a wiele bodźców może być odbieranych jako interesujące i ważne¹³. Na tej bazie psycholog Tomasz Kozłowski doszedł także do wniosku, że:

„Możemy również przyjąć, że istnieją takie zestawy informacji, na których poszukiwanie nasze umysły będą szczególnie mocno wyczulone. I to właśnie założenie leży u podstaw niszy rynkowej, którą wypełnia popkultura. Jednym z jej dogmatów wydaje się założenie, że istnieją treści, które podobać się będą nie jednej, dwu czy nawet stu osobom, ale milionom czy dziesiątkom milionów”¹⁴.

Kultura popularna, biorąc udział w życiu społecznym i w procesach socjalizacji utrwała pewne wzorce i schematy. Jest odzwierciedleniem procesów, które zachodzą w otaczającej nas rzeczywistości. Ale swoją obecnością staje się także pewnego rodzaju medium. Nie tylko stanowi niezobowiązującą rozrywkę, zapewniając nam gotową treść, którą przyswajamy w prosty sposób, ale także nadaje koloru rzeczywistości. Rzeczywistości nudnej, mało zaskakującej, w skrócie – codzienności. Popkultura ma zapewnić rozrywkę, zabawę, grę z formą, przewrotność w treści¹⁵. Dzięki niej ludzie mogą nie tylko sami wzbogacać istniejące już wytwory, ale także czerpać radość i satysfakcję z ich korzystania. Popkultura wypełnia pewną pustkę – tworzy przynależność do grupy społecznej, prowadzi do zaniku samotności i odizolowania. Od chwili narodzin kultura popularna towarzyszy i wpływa na człowieka. Dzieje się to za sprawą przekonań i praktyk, wspólnych dla pewnych grup i obecnych m.in. w oglądanych filmach i programach, sztuce, czytanych komiksach i książkach, a także zabawkach grach wideo i ubraniach.

¹² T. Kozłowski, *Samotny Hulaka. Rzecz o protokulturze ery pop*, Warszawa 2012, s. 11.

¹³ Tamże, s. 84.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ K. Olkusz, *50 twarzy popkultury*, Kraków 2017, s. 113-130.

Popkultura i jej następstwa

To, w jaki sposób osoba obcuje z popkulturą, wiele o niej mówi. Uczestnictwo w kulturze popularnej pozwala wyciągnąć wnioski na temat jej konsumentów – to, na co zwracają uwagę w kulturze, jakie czytają książki, tematy, które ich interesują, muzyka, której słuchają. Wszystkie te czynności definiują ich charakter i osobowość. Popkultura trafia do odbiorców głównie za sprawą emocji, bo to one stanowią fundament podejmowanych przez społeczeństwo decyzji. To na tej sferze koncentrują się głównie twórcy i producenci¹⁶.

Obecnie świat cyfrowy jest nieodłącznym elementem rzeczywistości. Media masowe, społecznościowe, a także gry komputerowe czy serwisy streamingowe są istotnymi siłami kształtującymi rzeczywistość współczesnej kultury. Sposób wykorzystania świata cyfrowego prowadzi do budowania nowych związków między pojęciami. Media przenikają się ze sobą. Świat współczesnej popkultury wypełnia przestrzeń, z którą stykamy się na co dzień. To w niej odnaleźć można intertekstualne nawiązania, wędrujące motywy i pokrewieństwa. Dzisiejsza światowa popkultura staje się coraz bardziej uniwersalna, a dzięki internetowi jej rozwój jest nieograniczony. Przykładem jest telewizja mająca czas na wejście w kulturę, której jest częścią, a jej bohaterowie mogą uczestniczyć w ich światach kulturowych i popkulturowych podobnie jak widzowie. Wytwarza ona produkt i towar istniejący także w formie innej niż fizycznej. Trafia do publiczności za sprawą seriali, programów telewizyjnych, utworów muzycznych, gier, stron internetowych, audycji radiowych. Elektroniczne media są wciąż atrakcyjnym środkiem przekazu, do którego sięgają zarówno dzieci, jak i młodzież. W konsekwencji różnorodne teksty, w tym treści kultury popularnej są najłatwiej i najszybciej przekazywane w ten właśnie sposób¹⁷.

Popkultura często niesie ze sobą ukryty przekaz, który odczytany zgodnie z kodem narzuconym przez nadawcę pozwoli wkroczyć w nowy i „ukryty” świat. Inspiruje i pomaga tworzyć kolejne produkty. By zrozumieć język popkultury i jego oddziaływanie, trzeba zinterpretować symboliczne treści zawarte w utworach, a także odczytać ich znaczenia, ponieważ popkultura jest zbiorem złożonym z symboli pochodzących z różnych kultur. W tym kontekście

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Tamże.

można znaleźć odniesienia do znanych marek i firm, bądź na nowo odczytać ich znaczenia. Popkultura kusi i nakłania do korzystania z określonych mediów, częściowo zmienia sposób myślenia. Jest tworem o zasięgu globalnym i stanowi wyzwanie dla mniejszych kultur (np. narodowych).

Na odbiór przekazów składają się dwa główne procesy. Dekodowanie, czyli poprawne lub błędne odczytanie znaczeń wpisanych w przekaz. Zależy ono od kompetencji komunikacyjnych odbiorcy. Drugi – interpretacja przekazu – czyli poprawnie lub błędnie zidentyfikowanych znaczeń. Zależać będzie od „społecznych i kulturowych ram odniesienia odbiorcy – jego wiedzy, doświadczeń, sytuacji społecznej, wartości i norm kulturowych [...]”¹⁸.

Aby wytwór mógł zaistnieć w świecie, powinien wyróżnić się czymś, co przyciągnie uwagę, czymś więcej niż samą użytecznością. Człowiek ma za zadanie dostrzec ten element wyjątkowości¹⁹. Zwykła doniczka posłuży mu jako naczynie na roślinę. Ale jeśli zyska miano produktu dekoracyjnego albo stanie się rekwizytem „w rękach” celebryty, nabierze zupełnie nowego znaczenia. Tak obecna dziś konsumpcja jest nieodłącznym elementem definiującym popkulturę. Kultura popularna jest zjawiskiem powszechnym. Stanowi składnik codziennego życia nawet tych, którzy nie potwierdzają jej istnienia, czy są przeciwnikami tego zjawiska. Oderwanie od popkultury jest prawie niemożliwe, szczególnie dziś, gdy jesteśmy bombardowani z każdej możliwej strony reklamami, mediami, billboardami. Dzięki kulturze popularnej ludzie zaczynają myśleć pewnymi narzuconymi schematami. Komunikują się poprzez odwołania do filmów, seriali czy reklam. Medialne powiedzenia, slogany stają się czytelnym przekazem²⁰.

Teksty kultury popularnej (seriale telewizyjne, thrillery, magazyny, muzyka pop) dla części społeczeństwa są o wiele bliższe niż chociażby sprawy dotyczące funkcjonowania państwa. Popkultura tworzy wspólną płaszczyznę porozumienia, która zostaje w naszej świadomości²¹. Obcowanie z popkulturą stanowi dużą część życia niemal każdego człowieka. Czasem daje instrukcje i wskazówki jak poruszać się po nowoczesnym świecie. Przekazuje znaczenia, budując obrazy na podobieństwo otaczającej rzeczywistości. Stawia ją to w pozycji

¹⁸ M. Bernasiewicz, *Młodość i popkultura. Dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór*, Katowice 2009, s. 70.

¹⁹ <https://citru.uj.edu.pl/citru/publikacje/citru/popkultura>, dostęp: 31.10.2020.

²⁰ K. Olkusz, *50 twarzy...*, s. 42.

²¹ Tamże.

nośnika socjalizacji (zarówno tej pierwotnej, jak i wtórnej). W dodatku media i popkultura dostarczają nie tylko rozrywki, ale przede wszystkim transmitują wartości, wzorce postępowania, rytuały i symbole nieodłączne w procesie kształtowania tożsamości²².

Popkultura w pewien sposób kształtuje wzorce osobowe u młodych osób. Dziecko czerpiąc symbolikę z oglądanych dzieł, adaptuje te wzorce. Za przykład można podać bajki dla dzieci zawierające kreacje księżniczek i rycerzy. Młody odbiorca utożsamia się z poznanymi postaciami, chce być jak oni. Człowiek przez całe życie kształtuje swoją osobowość i tożsamość. Wyposażony jest w zestaw norm, wartości i dyspozycji do działania. Wzorce, jakie kultura popularna powieła i eksploruje, dają się odczytać przede wszystkim w języku wizualności, który składa się przecież z obrazów. Język ten przemawia za pomocą symboli, przenosi zatem ukryte i jawne znaczenia m.in. w wykreowanych postaciach, światach przedstawionych, ujętych kontekstach i ich powiązaniach²³.

Filmy stanowią przykład chyba najbardziej widocznych i dostępnych artefaktów współczesnej kultury popularnej. Przyczyniają się zarówno refleksji, jak i generowaniu wartości społecznych. Właśnie w nich można znaleźć najwięcej nawiązań do popkultury, szczególnie w produkcjach komediowych. Ciekawym przykładem jest seria *Scary Movie*, złożona z popkulturowych postaci, sytuacji i filmów połączonych w parodię. Filmy, do których odnosili się twórcy, były dobrze znane i doceniane przez publiczność²⁴.

Kolejnym ciekawym przykładem jest sitcom *The Big Bang Theory*, którego założeniem było właśnie zdobycie sympatii miłośników popkultury i to z tego powodu prawie na każdym kroku pojawiają się w nim większe lub mniejsze aluzje czy popkulturowe nawiązania. Znajduje się tam wszystko, co jest doskonale znane w świecie geeków i nerdów: od konfliktów między fanami *Gwiezdnych wojen* i *Star Trek* czy DC oraz Marvela, po najbardziej popularne serie jak *Gra o tron*²⁵.

Innym przykładem jest amerykański serial *The Office*, będący remakiem brytyjskiego formatu pod tym samym tytułem. Znajdziemy tam nie tylko

²² B. Dziadzia, *Naznaczeni popkulturą...*, s. 38.

²³ A. Drabina, *Czego i jak uczy popkultura? Rola kultury popularnej w procesach socjalizacji i uczenia się znaczeń*, „Ogrody Nauk i Sztuk” 2017, nr 7, s. 318.

²⁴ <https://naekranie.pl/artykuly/popkultura-w-popkulturze-czyli-dlaczego-lubimy-nawiazania-popkulturowe>, dostęp: 31.10.2020.

²⁵ Tamże.

odwołania do znanych nam elementów, ale główni bohaterowie, tacy jak Michael Scott czy Dwight Schrute, stali się ikonami popkultury, co ukazuje się przez liczne memy tworzone z ich postaciami²⁶.

Popkulturowe wątki przywołują twórcy Pixara i Disneya czy Dreamworks. Nie dość, że wplątują w swoje dzieła aluzje widoczne tylko dla nieco starszych widzów (choćaby w animacji *Shrek* – Dreamworks), to postanowili wykreować swój własny świat, włączając w każdym z filmów powiązane ze sobą elementy. Motywy te nie są jednorazowe, a cykliczne. Twórcy dają widzom możliwość utożsamienia się z poszczególnymi bohaterami, którzy są szczerzy w tym, co robią. Dziś właściwie każdy kinowy hit musi „prowadzić ten dialog” z publicznością. Doskonałym przykładem będą współczesne filmy Marvela, które po premierze same stają się składnikiem popkultury. Ta zaś tak dobrze sprawdza się w fikcji, ponieważ ma na celu wywoływanie reakcji emocjonalnych – w widzach i w bohaterach.

Warto tutaj poruszyć temat *Easter eggów*, czyli ukrytych elementów w narracji filmów, piosenek czy gier nawiązujących do popkultury, wcześniejszych produkcji lub do wątków, które z pozoru zupełnie nie pasują do reszty fabuły. Często stanowi to przełamywanie czwartej ściany. Badacze definiują pojęcie *Easter egg* jako różnego rodzaju nawiązania do rzeczywistości, także wirtualnej, zamieszczane przez twórców w swoich produkcjach. Najczęściej mają mieć akcent humorystyczny. Zatem definicja ta precyzuje je jako rodzaj aluzji występujący przede wszystkim w wytworach kultury popularnej²⁷. Aluzja może być definiowana jako nawiązanie do nazwy osoby obecnej w życiu realnym, wydarzenia historycznego lub postaci literackiej, które nie jest wyrażone w bezpośredni sposób, lecz zawiera w sobie znaczenie dodatkowe, będące wyrazem pewnych cech charakterystycznych²⁸.

U polskich twórców także dostrzega się liczne nawiązania popkulturowe. W tekstach Taco Hemingwaya odnaleźć można aluzje do muzyki popularnej, filmu, literatury, sztuki i sportu. Wojciech Smarzowski stosuje autotematyzm – w jednej ze scen filmu *Kler* bohater grany przez Arkadiusza Jakubika nosi

²⁶ <https://papaya.rocks/pl/opinions/7-filmowych-kadrow-ktore-staly-sie-memami-cz-2>, dostęp: 31.10.2020.

²⁷ E. D. Lesner, *O tworzeniu i technikach przekładu tzw. „easter eggów” na wybranych przykładach z trylogii gier komputerowych „Wiedźmin” i jej tłumaczenia na język niemiecki*, „Lingwistyka Stosowana” 2017, t. 23, nr 3, s. 197.

²⁸ Tamże, s. 198.

koszulkę z napisem „drogówka”, który stanowi tytuł jednego z wcześniejszych filmów reżysera, w innej arcybiskup ogląda na laptopie *Pod mocnym aniołem*. W polskim środowisku wyróżnili się twórcy gry *Wiedźmin 3*, którzy wykorzystali wiele wątków, ale zjednali sobie fanów, nawiązując do *Cyberpunka 2077*, czyli kolejnej gry CD Projekt RED, na którą czekało wiele graczy. *Easter egg*i były dosyć popularnym zjawiskiem także w muzyce. Warto tu wspomnieć o tzw. *backmaskingu*, czyli zabiegu pisania, a potem nagrywaniu utworu w taki sposób, by pewne słowa możliwe były do zrozumienia jedynie przy odtworzeniu utworu od tyłu. Przykład – Dawid Podsiadło i jego utwór *Nie ma fał*. Słuchając dzieła w ten właśnie sposób w refrenie zamiast frazy „nie ma fał” usłyszeć można wyraźnie *fall in love*. Z kolei w utworze *Małomiasteczkowy*, z tej samej płyty, refren puszczonej od tyłu zamiast słów „znowu jadę do Ciebie sam, znowu jadę do Ciebie”, usłyszeć można „hej, Bieszczady dają moc”, co jest powiązane z ekologicznym wydźwiękiem teledysku²⁹.

Ciekawym zabiegiem w tej kategorii jest ten, który stosują Alfred Hitchcock oraz Quentin Tarantino, którzy pojawiają się w swoich produkcjach. Steven Spielberg z kolei w swoich filmach umieszcza nawiązania dotyczące jego filmografii, co robi właściwie od początku swojej filmowej kariery (przykładowo odwoływał się do *Gwiezdnych Wojen*)³⁰.

W filmach animowanych szczególnie wyróżnia się wspomniany już Pixar, który tworzy swój cały animowany świat, gdzie filmy żyją w jednym uniwersum. W animacji *Toy Story 3* odwołano się nawet do *Mój sąsiad Totoro* studia Ghibli. Z kolei np. w *The Simpsons* odnosi się do aktualnych wydarzeń.

Dlaczego odbiorcy mediów lubią nawiązania do popkultury?

W odpowiedzi na pytanie, dlaczego publiczność lubi to, co już zna, a kultura popularna sprawia taką przyjemność, warto odnieść się do Johna Fiske’a, który w swojej pracy *Zrozumieć kulturę popularną* pisze o dwóch filarach „przyjemności” związanej z odbiorem kultury popularnej, tj. o adekwatności i funkcjonalności. Funkcjonalność stanowi odnajdywanie w treści utworu wątków, które odbiorca może odnieść do swojego życia – odnaleźć się w filmie,

²⁹ <https://www.chip.pl/2019/04/easter-eggi-ukryte-przekazy/>, dostęp: 31.10.2020.

³⁰ <https://www.standard.co.uk/culture/film/five-pop-culture-easter-eggs-from-steven-spielberg-s-career-a3802006.html>, dostęp: 31.10.2020.

serialu, przeżyć podobne emocje i utożsamiać się z bohaterami³¹. Adekwatność natomiast zmusza odbiorcę do znalezienia w utworze sił dominacji oraz oporu wobec nich. W filmach docenia się to „mrugnięcie okiem” od producenta w stronę odbiorcy. Traktowane jest to jak swego rodzaju nagroda. Drugim wytłumaczeniem może być aspekt nostalgii. Producenci wiedzą, jaką moc niesie ze sobą nostalgia, dlatego wykorzystują klasyczne dzieła popkultury w przemyślany sposób. Czasem jest to coś, co się podoba ze względu na zastosowaną wizualność czy przedstawianą historię. Dzięki wspólnym treściom widz utożsamia się z pewną grupą społeczną. Kultura popularna pozwala na zbiorową identyfikację. Popkultura, występująca np. w książkach, lepiej odwzorowuje przedstawiany okres czasu. Wprowadza autentyzm do opowiadanej historii. Może być dobrym powodem i tematem do rozmów, pewnego rodzaju prowokatorem, dzięki któremu ludzie z różnych środowisk mogą się ze sobą wspólnie komunikować i znaleźć nić porozumienia. Popkultura pobudza emocje. Jest także formą uczestnictwa komunikacyjnego, buduje rodzaj sfery ze znanych już znaków kulturowych, jest prosta do zrozumienia. Przemawia do młodych pokoleń – przykładowo za sprawą muzyki pop czy romantycznych telenowel³². Dzięki niej odbiorca czuje się częścią większej grupy, społeczności. Rozwija swój charakter, upodobania. „Wraz z tworzeniem się poczucia tożsamości, które wiąże jednostki z większym społeczeństwem, konsumowanie przedmiotów popkultury zwiększa prestiż jednostki w jej grupie rówieśniczej. Co więcej, kultura popularna, w przeciwieństwie do kultury ludowej czy wysokiej, daje jednostkom szansę zmiany panujących nastrojów i norm zachowania, jak zobaczymy. Tak więc kultura popularna przemawia do ludzi, ponieważ daje możliwości zarówno indywidualnego szczęścia, jak i więzi między społecznościami”³³. Podobnie jest z fenomenem sztuki i rozrywki. Stanowi nagromadzenie bodźców, które z łatwością oddziałują na umysł widza, są dla niego „fontanną stymulantów”, których zadaniem jest odczucie pewnej przyjemności, dokładnie tak, jak podczas rozkoszowania się smakiem ciasta³⁴. Spostrzeżenie to koresponduje z doświadczaniem funkcjonowania w social media. Przykładowo, gdy trudno znaleźć odpowiednie słowa łatwiej jest wysłać gifa

³¹ <https://teoriakrytycznegomyslenia.wordpress.com/2017/11/08/teoria-fiskea-ukazana-w-wybranych-tekstach-kultury-funkcjonalnosc-i-adekwatnosc/>, dostęp: 31.10.2020.

³² M. Bernasiewicz, *Młodość i popkultura...*, s. 43-80.

³³ <https://unbabel.com/blog/pop-culture-language-impact/>, dostęp: 31.10.2020.

³⁴ T. Kozłowski, *Samotny Hulaka...*, s. 106.

nawiązującego do jakiejś serialowej czy filmowej sceny. Twórcy zaś doskonale wiedzą, czego chcą odbiorcy. Mają możliwość tworzenia treści, które łączą ludzi i łączą się z ludźmi³⁵.

Umberto Eco pisał, że jako odbiorcy odnajdujemy ogromną przyjemność w obserwacji tego, co jest nam dobrze znane – gdy każdy z góry wie, kto jest czarnym charakterem i jak skończy się kolejne love story³⁶. Przyjemność tylko potęguje chęć obcowania z treściami popkultury i umacnia legitymizację wzorców, które w filmach i serialach często mają postać struktury dominacji i podporządkowania. Popkultura przenosi określone wartości, schematy stylu życia oraz wizerunku, które bardzo dyskretnie współuczestniczą w procesie socjalizacji³⁷.

Ludzie coraz częściej starają się sprawić, żeby ich ulubiony produkt popkultury zyskał dla nich osobisty bądź wyjątkowy wymiar. Twórcza aktywność szczególnie zaangażowanych odbiorców – fanów – tworzących własne treści jest tego przykładem. Ponownie odtwarzają, reinterpreterują treści, dostosowując je do własnych przekonań.

Popkultura jest produktem, którego zadaniem jest „zasmakowanie” jak największej grupy odbiorców, co może zrealizować poprzez tworzenie materiałów rozrywkowych. Jednak, aby coś zostało uznane za rozrywkę, musi przemówić do ludzi. Wiedza staje się dużo atrakcyjniejsza, gdy można ją przyswajać w formie filmu czy fotografii. Materiał jest nadal autentyczny, ale równocześnie lepiej „strawny”. Aby nadać mu odrębność, trzeba posługiwać się powszechnie znanymi kategoriami, których odmiennosc jest przedstawiana, zamieniana w towar, możliwa do negocjowania za pomocą abstrakcyjnych narzędzi rynkowych³⁸. Tak samo popularną formą dziś stał się remiks – rekombinacja, zestawianie nowych całości z istniejącymi uprzednio fragmentami, łączenie odległych czasem skrawków kulturowych całości. W muzyce często występuje z samplingiem – użyciem fragmentu wcześniej dokonanego nagrania muzycznego jako elementu nowo tworzonego utworu.

³⁵ G. Żuk, *Edukacja aksjologiczna. Zarys problematyki*, Lublin 2016, s. 87-117.

³⁶ A. Drabina, *Czego i jak uczy popkultura?...*, s. 318.

³⁷ Tamże.

³⁸ A. Nacher, *Rubieże kultury popularnej. Popkultura w świecie przepływów*, Poznań 2012, s. 108-116.

Podsumowanie

Codziennie jesteśmy świadkami „stawania się” historii. To, co dzieje się każdego dnia jest elementem naszej teraźniejszości i zyskuje formę zapisu³⁹. Popkultura jest zjawiskiem, którego główną determinantą pozostają emocje, gdyż wykorzystuje przede wszystkim pobieżną, tymczasową analizę bodźców płynących z otoczenia.

Kultura jest całością złożoną ze znaczeń, zachowań, wartości, których celem jest przede wszystkim wzajemne komunikowanie. W przypadku popkultury komunikowanie sprowadza się jedynie do transakcji o charakterze typowo handlowym. Nabywa się i konsumuje odpowiednie dobra, jednak nie muszą temu towarzyszyć szczególne normy czy tradycja⁴⁰. Twór, jakim jest popkultura, należy analizować, opierając się na zupełnie innych założeniach niż te wykorzystywane przy analizowaniu kultury.

Podsumowując, ikona popkultury tworzy mity charakterystyczne dla danych czasów. Kultura jest ze sobą połączona i ludzie czerpią inspiracje od siebie nawzajem. Współcześnie człowiek większą część wiedzy o świecie czerpie nie tylko z bezpośredniego doświadczenia i kontaktu z lokalnymi autorytetami, ile z przekazów kulturowych o szerokim zasięgu. Wypada zgodzić się z Profesorem Zbyszko Melosikiem, który twierdzi, że:

„Doświadczenie zapośredniczone przez masowe środki przekazu kształtują tożsamość jednostek ludzkich, ale i porządek relacji społecznych. Kultura popularna jest jednym z najważniejszych sposobów wykorzystywanych przez ludzi do nadania sensu sobie samym. To ona wpływa na sposoby postrzegania świata przez młodzież i na akceptowane przez nią wartości. Popularne teksty i bohaterowie bardzo często nadają sens codziennemu życiu i równocześnie są źródłem tworzenia poczucia wspólnoty oraz podejmowanych przez młodzież praktyk kulturowych. W przestrzeni kultury popularnej mamy do czynienia z nieformalną edukacją. Należy bowiem pamiętać, że edukacja jest procesem nabywania wiedzy i umiejętności, zarówno na drodze formalnej, jak i nieformalnej”⁴¹.

³⁹ Tamże, s. 64.

⁴⁰ T. Kozłowski, *Samotny Hulaka...*, s. 412.

⁴¹ M. Bernasiewicz, *Młodzież i popkultura...*, s. 9-10.

Parafrazując słowa Johna Fiske'a – ludzie tworzą kulturę popularną na styku dwóch płaszczyzn: tej powstałej wokół produktów przemysłów kultury oraz tej wynikającej z codzienności. To społeczeństwo odpowiada za jej narodziny, kultura popularna tworzy się w środku, nie da się jej narzucić odgórnie. Kreatywność kultury popularnej polega nie tyle na wytwarzaniu towarów, ile na produktywnym wykorzystaniu towarów przemysłowych⁴². Wiele pozornie niezwiązanych ze sobą fenomenów kulturowych ma wspólne źródło – jest nim popkultura dostarczająca wzorców, z których publiczność korzysta każdego dnia. Dużą rolę w funkcjonowaniu kultury masowej odgrywa język, a także powiązane z nim zjawiska komunikacyjne, między innymi rozwój nowych mediów. Kultura popularna stanowi jeden z kanałów komunikacji z odbiorcami. Tworzy kulturę o zróżnicowanej jakości, której celem jest dopasowanie się do gustów jak największego grona odbiorców. Charakteryzuje się obecnie panującą modą i chęcią czerpania zysku.

Bibliografia

Literatura:

- Bernasiewicz M., *Młodzież i popkultura. Dyskursy światopoglądowe, recepcja i opór*, Katowice 2009.
- Burszta W., de Tchorzewski A., *Edukacja w czasach popkultury*, Bydgoszcz 2002.
- Drabina A., *Czego i jak uczy popkultura? Rola kultury popularnej w procesach socjalizacji i uczenia się znaczeń*, „Ogrody Nauk i Sztuk” 2017, nr 7.
- Dziadzia B., *Naznaczeni popkulturą. Media elektroniczne i przemiany prowincji*, Gdańsk 2014.
- Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków 2010.
- Godzic W., *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków 1996.
- Juza M., *Perspektywy rozwoju kultury popularnej w obliczu nowych mediów*, [w:] *Oblicza nowych mediów*, red. A. Ogonowska, Kraków 2011.
- Kozłowski T., *Samotny Hulaka. Rzecz o protokulturze ery pop*, Warszawa 2012.
- Kust I., *Kultura popularna inspiracją do powstawania nowych zawodów*, „Kultura – Społeczeństwo – Edukacja” 2017, nr 1 (11).

⁴² I. Kust, *Kultura popularna...*, s. 282.

- Lesner E.D., *O tworzeniu i technikach przekładu tzw. „easter eggów” na wybranych przykładach z trylogii gier komputerowych „Wiedźmin” i jej tłumaczenia na język niemiecki*, „Lingwistyka Stosowana” 2017, t. 23, nr 3.
- Nacher A., *Rubieże kultury popularnej. Popkultura w świecie przepływów*, Poznań 2012.
- Olkusz K., *50 twarzy popkultury*, Kraków 2017.
- Pankowska K., *Kultura-sztuka-edukacja w świecie zmian. Refleksje antropologiczno-pedagogiczne*, Warszawa 2013.
- Pasek – Gawlikowska A., „Kultura masowa” i co dalej...?, „Rozprawy Społeczne” 2013, nr 2 (VII).
- Żuk G., *Edukacja aksjologiczna. Zarys problematyki*, Lublin 2016.
- Iwanicki J., *Memy internetowe w kulturze popularnej. Charakterystyka zjawiska*, „Humaniora. Czasopismo Internetowe” 2018, nr 1 (21), s. 61–80.

Netografia:

- <https://citru.uj.edu.pl/citru/publikacje/citru/popkultura>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://www.chip.pl/2019/04/easter-eggi-ukryte-przekazy/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://filozofuj.eu/marta-daminska-pop-estetyka-jakie-wartosci-estetyczne-niesie-kultura-popularna/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://marketscale.com/industries/retail/brands-pop-culture-relevance/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://naekranie.pl/artykuly/popkultura-w-popkulturze-czyli-dlaczego-lubimy-na-wiazania-popkulturowe>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://papaya.rocks/pl/opinions/7-filmowych-kadrow-ktore-staly-sie-memami-cz-2>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://qz.com/1811751/the-psychology-behind-why-were-so-obsessed-with-pop-culture/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://www.standard.co.uk/culture/film/five-pop-culture-easter-eggs-from-steven-spielberg-s-career-a3802006.html>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://teoriakrytycznegomyslenia.wordpress.com/2017/11/08/teoria-fiskea-ukazana-w-wybranych-tekscie-kultury-funkcjonalnosc-i-adekwatnosc/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://unbabel.com/blog/pop-culture-language-impact/>, dostęp: 31.10.2020.
- <https://www.webopedia.com/definitions/easter-egg/>, dostęp: 31.10.2020.

Mateusz Gąsowski
Szkoła Doktorska Nauk Społecznych
Uniwersytet w Białymstoku
m.gasowski@uwb.edu.pl

INSTAGRAM – ELEMENT RZECZYWISTOŚCI WIRTUALNEJ I REALNEJ. ROZWAŻANIA W KONTEKŚCIE PRAW WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

*Instagram - an element of virtual and real reality. Reflections
in the context of intellectual property law*

Streszczenie

Instagram powstał w 2010 roku i do dnia dzisiejszego doczekał się setek milionów fanów. Jest jednym z najpopularniejszych mediów społecznościowych, który wpłynął nie tylko na rzeczywistość wirtualną, ale także na realną. Świat przystosowuje się do tego, aby dobrze wyglądać na fotografii. Publikowane na Instagramie zdjęcia mogą podlegać ochronie jako przedmioty prawa autorskiego. Przy ocenie tego kluczowe jest określenie czy fotografia posiada indywidualny, twórczy charakter. Zdjęcie może być utworem, co powoduje, że jest chronione przed naruszeniami. Na Instagramie dochodzi do różnych naruszeń prawa własności intelektualnej – plagiatu, nieuprawnionego publikowania wizerunku czy też niedozwolonego wykorzystania znaku towarowego. Jednak niewiele z tych spraw ma swoje zakończenie w sądzie.

Słowa kluczowe: Prawo autorskie, prawo własności intelektualnej, fotografia, media społecznościowe

Summary

Instagram was founded in 2010 and to this day, it has had hundreds of millions of fans. It is one of the most popular social media platforms. Not only did Instagram influence virtual reality but also the real one. The world is adapting to look good in photos. Photographs that are published on this platform may be protected as subjects of copyright. During the assessment, it is crucial to determine whether the photograph has an individual, creative character. A photograph can be considered as a piece of work, therefore it makes it protected against any violations. On Instagram, there are various infringements of intellectual property rights such as plagiarism, unauthorized publication of the image or even an unlawful use of the trademark. However, only few of these cases are brought to court.

Key words: Copyright, intellectual property law, photography, social media

Wstęp

Rozwój Internetu i nowych technologii gwałtownie przyspieszył pod koniec XX wieku. W obecnej sytuacji można założyć, że medium to stało się nie-
rozzerwalną częścią codziennego życia. Jak podaje GUS, w 2019 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu wzrósł do 86,7%¹. W obecnej sytuacji, podczas pandemii COVID-19, dobitnie przekonaliśmy się, jak to medium pomaga w funkcjonowaniu w tak wyjątkowych warunkach. Można wskazać chociażby na licznych pracodawców, którzy zdecydowali się skierować swoich pracowników na tzw. home office, czy szkoły i uczelnie, gdzie zajęcia z sal przeniosły się do przestrzeni wirtualnej.

Za pośrednictwem Internetu uczymy się, pracujemy, komunikujemy z rodziną i przyjaciółmi, a także zażywamy rozrywki. Liczba sposobów wykorzystania tego medium zdaje się być nieograniczona. Komunikacja jeszcze nigdy

¹ <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2019-roku,2,9.html>, dostęp: 20.01.2021. Odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu jest wysoki, lecz oczywiście nie są to wszystkie gospodarstwa. Jako powód braku dostępu do tego medium ponad dwie trzecie respondentów (67,6%) wskazało brak potrzeby korzystania z niego.

nie była tak prosta. Dziś poprzez przyciśnięcie jednego klawisza możemy wysłać wiadomość do znajomego z dowolnej części świata. Ułatwieniu komunikacji między internautami służyło powstanie mediów społecznościowych. Dziś nazwy Facebook, Instagram czy Twitter są tak samo zakorzenione w świadomości społecznej jak woda, gaz, prąd. Szczególnie wśród najmłodszego pokolenia².

Jednym z najpopularniejszych mediów społecznościowych jest Instagram, a o jego działaniu w kontekście praw własności intelektualnej można przeczytać w publikacji Katarzyny Grzybczyk pt. „Rozrywka XXI wieku a prawa własności intelektualnej”³. We wspomnianej monografii znajduje się rozdział poświęcony problemom prawnym jakie mogą wiązać się z funkcjonowaniem na tym portalu, takimi jak np. kopiowanie i rozpowszechnianie zdjęć bez prawa do tego, posługiwanie się znakiem towarowym niezgodnie z zasadami public relations firmy czy problemach związanych z influencer marketingiem. Publikacja K. Grzybczyk stanowiła inspirację do napisania niniejszego tekstu, a dotyka on aspektów poruszanych przez wspomnianą autorkę oraz inne, niezawarte w jej tekście.

Problematyka Instagrama i praw własności intelektualnej poruszana jest również w artykułach popularno-naukowych, umieszczonych w Internecie. Mają one na celu przybliżenie internautom przepisów prawa, które mogą okazać się przydatne dla instagramowych twórców⁴.

Celem niniejszego artykułu jest wyjaśnienie, dlaczego zdjęcie zamieszczone na Instagramie podlega ochronie prawnej jako utwór oraz zaprezentowanie wybranych problemów z zakresu prawa własności intelektualnej mogących mieć zastosowanie do publikowanych na tym portalu treści.

² Zgodnie z raportem zrealizowanym przez Millward Brown Poland dla Fundacji Dzieci Niczyje w 2015 r. 64% dzieci w przedziale wiekowym od pół roku do 6,5 lat korzysta z urządzeń mobilnych. Badanie zostało zrealizowane prawie 6 lat temu, więc istnieje uzasadnione przekonanie, że odsetek ten mógł jeszcze zrosnąć.

³ K. Grzybczyk, *Rozrywka XXI wieku a prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2020.

⁴ Np. <https://legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/prawo-w-praktyce/news/3494,jak-korzystac-z-instagram-a-aby-nie-narobic-sobie-kopotow>, <https://lookreatywni.pl/baza-wiedzy/repostowanie-na-instagramie-a-prawo-autorskie/>, <https://sm-manager.pl/artukul/instagram-a-prawo>, dostęp: 20.01.2021.

Czym są media społecznościowe?

Wstępem do rozważań czym są media społecznościowe będzie analiza definicji słownikowych. Internetowy Słownik Języka Polskiego PWN definiuje media społecznościowe jako „technologie internetowe i mobilne, umożliwiające kontakt pomiędzy użytkownikami poprzez wymianę informacji, opinii i wiedzy”⁵. Odbiegając od technologicznego aspektu tych mediów, można zauważyć, że wspomniana definicja kładzie nacisk na ich funkcję jaką jest usprawnienie kontaktu między internautami.

Szukając definicji warto odnieść się do źródeł anglojęzycznych. Cambridge Dictionary definiuje media społecznościowe (z ang. social media) jako stronę lub program komputerowy pozwalający użytkownikom komunikować się i udostępniać informacje przez Internet za pośrednictwem komputera lub urządzeń mobilnych⁶. Jest to definicja bardzo zbliżona do przywołanej w poprzednim akapicie. Kładzie ona nacisk na komunikację i wymianę informacji między użytkownikami.

Magdalena Brzozowska-Woś, dokonując zestawienia różnych definicji mediów społecznościowych wydobywa ich dominujące cechy. Zalicza do nich nieskrępowaną wymianę informacji w sieci, tworzenie i przechowywanie informacji, otwartą formę, umożliwiającą nieustanną modyfikację umieszczanych treści poprzez możliwość ich edytowania, dodawanie komentarzy czy też zamieszczanie nowych postów⁷. Natomiast Magdalena Iwanowska, dokonując analizy cech mediów społecznościowych na pierwszy plan wysuwa możliwość tworzenia treści oraz ich wymiany między użytkownikami Internetu⁸.

Próbując podsumować przeprowadzone wyżej rozważania nad istotą mediów społecznościowych można wysnuć następujące wnioski: w ich funkcjonowaniu niezbędny jest aspekt technologiczny – oparte są na przekazie internetowym dokonywanym za pośrednictwem komputera, smartphone’a lub

⁵ Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/> „media społecznościowe”, dostęp: 22.01.2021.

⁶ Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/>, „social media”, dostęp: 22.01.2021.

⁷ M. Brzozowska-Woś, *Media społecznościowe a wizerunek marki*, „Journal of Management and Finance” 2013, nr 11(1), s. 56-57.

⁸ M. Iwanowska, *Zrozumieć media (społecznościowe). Perspektywa psychologiczna*, [w:] *Media. Biznes. Kultura. Rzeczywistość medialna. Formy, problemy, aspiracje*, red. M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, Gdańsk 2016, s. 171.

innego urządzenia posiadającego dostęp do sieci globalnej; drugą ważną kwestią jest cel, któremu media społecznościowe mają służyć. Będzie to: wymiana informacji między ich użytkownikami, dokonywana poprzez tworzenie treści (nie tylko w formie tekstowej) z założeniem, że zamieszczane informacje mogą być stale modyfikowane.

Dane statystyczne z raportu „Digital 2020. Global Digital Yearbook”⁹ zrealizowanego przez firmę Hootsuite ukazują, że aktywnych użytkowników mediów społecznościowych jest aż 3,8 miliarda, co stanowi około 49% populacji naszej planety. Najpopularniejszym portalem stale jest Facebook, który w 2020 r. miał 2,449 mld użytkowników. Drugie miejsce w rankingu popularności zajmuje YouTube z 2 mld użytkowników, a trzecie Whatsapp z 1,6 mld użytkowników. Dane zgromadzone przez Hootsuite wskazują, że Instagram ma 800 mln użytkowników¹⁰ i klasyfikuje się na szóstym miejscu wśród najbardziej popularnych mediów społecznościowych. Wspomniany raport donosi, że w Polsce z Internetu korzysta 30,63 mln osób. Jest to blisko 81 % populacji naszego kraju. Z kolei z mediów społecznościowych korzysta 19 mln Polaków, co stanowi połowę społeczności. Spośród polskich internautów w wieku od 16 do 64 lat spytanych o używanie mediów społecznościowych w ostatnim miesiącu 92% wskazało YouTube, 89% Facebooka, 72% Facebook Messenger, 55% Instagram, a 45 % Whatsapp¹¹.

Świat mediów społecznościowych stale się zmienia. Powstają nowe aplikacje zabiegające o uwagę internautów. Warto wspomnieć w tym miejscu o TikToku, który był najczęściej pobieraną aplikacją wśród social media w 2019 r. Przytaczana walka o uwagę użytkowników przekłada się na konkretne cyfry – średni czas spędzony w mediach społecznościowych to 144 minuty dziennie¹². Ekspansja mediów społecznościowych na coraz to nowe obszary życia skłania użytkowników do rozważań nad etyką tych procesów. W 2020 roku powstał film

⁹ <https://wearesocial.com/digital-2020>, dostęp: 22.01.2021.

¹⁰ Dane dotyczące liczby użytkowników są aktualne na 25 stycznia 2020 r., jednak przy Instagramie znajduje się informacja, że portal ten nie udostępniał uaktualnionych danych w przeciągu ostatnich 12 miesięcy. Można więc zakładać z dużą dozą prawdopodobieństwa, że liczba użytkowników tego portalu jest większa niż wskazuje przywołany raport. Dodatkowo w wielu bazach statystycznych rozróżnia się aktywnych użytkowników miesięcznie (ang. monthly active users) i aktywnych użytkowników dziennie (ang. daily active users). Można więc zauważyć, że liczba zarejestrowanych kont nie będzie równoznaczna z liczbą aktywnych użytkowników.

¹¹ Tamże.

¹² <https://rzeczkowski.pl/statystyki-social-media/>, dostęp: 22.01.2021.

dokumentalny pt. „Dylemat społeczny” (z ang. The social dilemma) w reżyserii Jeffa Orlowski), który został zrealizowany we współpracy z osobami pełniącymi w przeszłości stanowiska kierownicze w firmach tworzących media społecznościowe. Eksperci w dziedzinie nowych technologii zauważają jak mogą one negatywnie wpływać na społeczeństwo i starają się poszerzyć społeczną wiedzę na ten temat. Dokument ostrzega, że algorytmy stale zbierają i analizują wszelki możliwe dane internautów, w celu zatrzymania ich jak najdłużej przed ekranem urządzenia. Zwraca się w nim uwagę na uzależnienie od social mediów czy tworzoną przez nie „bańkę informacyjną”, co może prowadzić do manipulacji i radykalizacji poglądów użytkowników.

Instagram – medium społecznościowe czy styl życia?

Instagram powstał jako aplikacja opierająca się na wymianie zdjęć między jego użytkownikami. Jego twórcami są Kevin Systrom i Mike Krieger, którzy udostępnili aplikację w 2010 roku. Portal miał umożliwiać wymianę zdjęć, które zdaniem twórców są bardziej uniwersalnym sposobem komunikacji niż tekst. Dzięki zdjęciom możemy pochwalić się światu ważnymi momentami z naszego życia. Ich pomysł przypadł do gustu internautom i już w pierwszym tygodniu portal miał 100 tys. użytkowników¹³.

Pierwsze zdjęcie opublikowane na tej platformie zostało umieszczone na koncie K. Systroma 16 lipca 2010 r. Powszechnie przyjmuje się, że pierwszy post na Instagramie przedstawia psa sfotografowanego przez Systroma w barze taco w Meksyku¹⁴. Zdjęcie zostało opublikowane z dopiskiem „test”. Co ciekawe, jeżeli uda nam się przejrzeć wszystkie posty na profilu założyciela Instagrama (co nie jest takie proste, z uwagi na ich liczbę – w momencie pisania niniejszego tekstu było ich ponad 1500) zauważymy, że chronologicznie nie jest to pierwsze zdjęcie. Tego samego dnia, lecz zdaje się, że wcześniej zostały opublikowane dwie inne fotografie.

¹³ <https://socialpress.pl/2014/11/instagram-jak-to-sie-zaczelo>, dostęp: 22.01.2021.

¹⁴ <https://www.bbc.com/news/technology-45640386>, dostęp: 23.01.2021.

Fot. 1. Pierwsze zdjęcia na Instagramie



Źródło: [instagram.com/kevin](https://www.instagram.com/kevin)

Inne źródła podają natomiast, że pierwszy post na Instagramie nie pochodzi z profilu K. Systroma lecz z konta drugiego z założycieli – Mike’a Kriegera i przedstawia jachty na plaży¹⁵.

Za pośrednictwem Instagrama publikuje się zdjęcia oraz krótkie filmy, które można opatrzyć podpisem i hasztagami. Każdy z użytkowników wybiera profile osób, które chce obserwować, aby być na bieżąco z treściami udostępnianymi przez te osoby. Należy wspomnieć, że aplikacja jest darmowa i każdy może ściągnąć ją na swoje urządzenie, aby założyć profil. Prosty sposób korzystania z aplikacji spodobał się użytkownikom i stała się ona powszechnie używana. Popularność ma swoją wartość w pieniądzu, czego efektem było wykupienie Instagrama przez Facebooka w 2012 r. za około miliard dolarów¹⁶.

Powstanie Instagrama dało możliwość dzielenia się z resztą świata miłymi chwilami z życia prywatnego. Potrzeba bycia zauważonym i podziwianym

¹⁵ <https://www.ideoforce.pl/wiedza/instagram-historia-idea-wzloty-upadki-wyzwania-popularnosc,483.html>, dostęp: 23.01.2020.

¹⁶ Tamże.

spowodowała, że niekiedy użytkownicy „produkują” te miłe wspomnienia w celu pochwalenia się nimi. Można zauważyć, że świat zmienia się pod instagramową presją. Kawiarnie, restauracje czy puby coraz częściej zwracają uwagę na wystrój. Aranżacje tych miejsc mają za zadanie dobrze wyglądać na fotografii. Zdarza się, że można w takich lokalach znaleźć miejsca, które są specjalnie dostosowane do robienia zdjęć, nie pełniąc żadnej większej funkcji użytkowej. Zmianie uległa także forma podawania jedzenia. Drinki czy potrawy mają już nie tylko smakować, ale przede wszystkim znakomicie się prezentować. Powstają także przewodniki po lokalach gastronomicznych, gdzie można wykonać atrakcyjne zdjęcia na Instagrama¹⁷. Dodatkowo dzięki możliwości oznaczania na zdjęciach lokalizacji można się pochwalić, że odwiedziło się modną restaurację prowadzoną przez popularnego muzyka czy youtubera. Należy zwrócić uwagę, że do języka weszły zwroty „instagramowy” czy „instafriendly” w kontekście rzeczy lub miejsc, które dobrze będą prezentowały się na zdjęciach na Instagramie¹⁸. Robienie zdjęć stało się rytuałem. Fotografowanie jedzenia podanego w restauracji przed jego zjedzeniem nie jest sytuacją wyjątkową. Spędzanie wolnego czasu w „instagramowych” miejscach jest koniecznym elementem wakacji. Można dojść do wniosku, że Instagram wpłynął nie tylko na cyberprzestrzeń, ale i na rzeczywistość realną.

Zdjęcie jako utwór w rozumieniu ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych¹⁹

W art. 1 ust. 2 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych ustawodawca wyróżnił rodzaje utworów będących przedmiotem prawa autorskiego i wśród nich wylicza m.in. utwór fotograficzny. Zgodnie z art. 1 ust 1 przytoczonej ustawy, aby fotografia była przedmiotem prawa autorskiego powinna być przejawem działalności twórczej o indywidualnym charakterze i zostać utrwalona w jakiegokolwiek postaci. Przy czym nie ma znaczenia wartość, przeznaczenie i sposób wyrażenia tego utworu.

¹⁷ <https://warszawa.naszemiasto.pl/warszawskie-pyszności-z-instagrama-gdzie-znaleźć-potrawy-i/ar/c2-4413864>, dostęp: 23.01.2021.

¹⁸ <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1760448,1,jak-instagram-zmienia-swiat.read>, dostęp: 23.01.2021.

¹⁹ Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83 ze zm.

Nad oceną fotografii pod kątem wyżej wymienionych cech pochylił się Sąd Apelacyjny w Białymstoku w wyroku z dnia 29 stycznia 2015 r.²⁰ – „(...) ustawa przyznaje fotografii (art. 1 ust. 2 pkt 3) ochronę na równi z wszystkimi innymi rodzajami utworów, mimo świadomości przez ustawodawcę specyfiki tego utworu i jego zakresu – od fotografii artystycznych, reporterskich, po fotografie robione powszechnie przy różnych okazjach. W konsekwencji ochronie prawn-autorskiej podlega fotografia, którą cechują elementy twórcze, choćby na minimalnym poziomie, natomiast nie podlega fotografia czyisto rejestracyjna”. Przedmiotem sporu w przywołanej sprawie była ocena czy fotografia wykonana podczas meczu piłkarskiego przedstawiająca zawodników jest utworem w rozumieniu ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych. Sąd Apelacyjny uznał tę fotografię za utwór (w przeciwieństwie do Sądu Okręgowego orzekającego w tej sprawie). Sąd zauważył, że zdjęcie zostało wykonane w trybie preselekcji przesłony, a nie pełnej automatyki, a ponadto zostało poddane obróbkom w programie graficznym oraz kadrowaniu, co wskazuje na wkład twórczy.

Kluczowe znaczenie w badanej kwestii ma twórczy i indywidualny charakter utworu. Próby zdefiniowania tego czynnika podjął się Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 5 lipca 2002 r.²¹ – „Przyjmuje się, że za «twórczość» w rozumieniu art. 1 ust. 1 PrAut²² można uznać w dziedzinie fotografii artystycznej za świadomy wybór momentu fotografowania, punktu widzenia, kompozycji obrazu (kadrowania), oświetlenia, ustalenia głębi, ostrości i perspektywy, zastosowania efektów specjalnych oraz zabiegi zmierzające do nadania fotografii określonego charakteru, elementy te bowiem nadają fotografii indywidualne piętno, konieczne dla uznania istnienia utworu w rozumieniu Prawa autorskiego”. Sąd Najwyższy zwrócił także uwagę, że utwór powinien być kreacyjny, subiektywnie nowy i odzwierciedlać indywidualne cechy twórcy, przez co wykonany przez kogoś innego miałby inną postać.

Nie budzi wątpliwości stwierdzenie, że przedmiotem praw autorskich nie są fotografie rejestracyjne – wytworzone według określonego wzorca (np. umieszczonego w ustawie co odnosi się do zdjęć wykonywanych do dokumentów

²⁰ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku – I Wydział Cywilny z dnia 29 stycznia 2015 r., sygn. I ACa 731/14.

²¹ Wyrok Sądu Najwyższego – Izba Cywilna z dnia 5 lipca 2002 r., sygn. III CKN 1096/00.

²² Chodzi o ustawę o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

tożsamości) lub służące celom poglądowym lub dokumentacyjnym (np. zdjęcia rentgenowskie, katalogowe)²³.

Na wokandzie Sądu Apelacyjnego w Białymstoku miała miejsce sprawa, w której Sąd musiał rozstrzygnąć czy zdjęcie przedstawiające modelkę, mające odzwierciedlać jej naturalny wygląd jest zdjęciem rejestracyjnym czy też przedmiotem prawa autorskiego. Sąd opowiedział się za stwierdzeniem, że takie zdjęcie także ma charakter twórczy – „Bezspornie wykonanie tych fotografii pozostawało w związku z realizacją planów zawodowych modelki, chociaż miało służyć jedynie do jej indywidualnego (prywatnego) użytku. Z uwagi na powyższy cel, nie sposób przyjąć, że efekt pracy fotografa sprowadzić się miał do czysto rzemieślniczego odtworzenia naturalnego wizerunku modelki przy użyciu neutralnego tła. Obie fotografie w swojej istocie zawierają niewerbalny komunikat nie tylko na temat wyglądu modelki, ale również poprzez aranżację jej ubioru, przyjętej pozy, wybranego, sztucznego oświetlenia, sposobu ekspozycji i perspektywy stanowią z góry założony typ narracji na temat osoby na nich przedstawionej, w której materialne (obiektywne) środki wyrazu współistnieją obok niematerialnych (subiektywnych). W takim ujęciu oba zdjęcia są ustalonym i indywidualnym przejawem działalności twórczej powoda, zaś ocena jej walorów artystycznych czy statusu zawodowego fotografa nie wpływa na treść powyższej konkluzji”²⁴.

Jak zostało ukazane w cytowanym wyżej fragmencie wyroku na twórczy charakter utworu wpływa wiele czynników. Należy tu wskazać na dobór ubioru modelki, jej pozę, dobór oświetlenia i perspektywę fotografii, które leżą w gestii fotografa.

W omawianej aplikacji podczas publikowania zdjęć użytkownik może dokonać jego obróbki przy użyciu gotowych filtrów. Filtry te automatycznie zmieniają jasność, cienie czy kontrast zdjęcia przy zachowaniu określonych parametrów. K. Grzybczyk zauważa, że stosowanie tych szablonów do modyfikowania zdjęcia może spowodować, że utraci ono swój twórczy czy indywidualny

²³ patrz np. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Lublinie z dnia 12 września 2016 r. Sygn. I ACa 942/15, Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku – I Wydział Cywilny z dnia 19 lutego 2016 r., sygn. I ACa 955/15, Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku – I Wydział Cywilny z dnia 8 listopada 2012 r., sygn. I ACa 602/12.

²⁴ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku – I Wydział Cywilny z dnia 19 lutego 2016 r., sygn. I ACa 955/15.

charakter, co może wiązać się z utratą statusu utworu, a tym samym utratą ustawowej ochrony prawnej²⁵.

Aktywność na Instagramie może wiązać się z problemami z zakresu praw własności intelektualnej

Instagram jest platformą stworzoną do publikowania zdjęć, w związku z tym problemy prawne, mogące wystąpić z aktywnością na tym polu, będą związane z naruszeniem praw osobistych lub majątkowych do publikowanych treści. Niewiele jednak przypadków naruszeń prawa ma swój finał na sądowej wokandzie. Ma to związek z faktem, że większość treści umieszczanych na tym portalu ma charakter amatorski. Autorzy zdjęć nie zawsze znają swoje prawa lub nie chcą ich egzekwować lub informacje na ten temat do nich docierają. Ewentualnie, z braku wiedzy nie rozpoznają danych nadużyć²⁶.

Wykorzystanie cudzego zdjęcia i opublikowanie go jako własnego będzie niezgodne z prawem. Jak zostało wyjaśnione wcześniej, fotografia spełniająca określone warunki będzie przedmiotem prawa autorskiego, co wiąże się z ochroną prawną. Opublikowanie cudzego utworu w całości lub części i prezentowanie go jako utwór własny należy potraktować jako plagiat²⁷. Nie zawsze jednak podobne naruszenie kończy się wejściem na drogę sądową. Przypadki takie mają miejsce z różnych powodów. Zdarza się, że naruszenia nie są weryfikowane w sądzie, ponieważ strony konfliktu porozumieją się między sobą. Jako przykład można wskazać zachowanie polskiej piosenkarki Dody (właściwie Doroty Rabczewskiej-Stępień), która opublikowała na swoim Instagramie zdjęcie autorstwa szwedzkiej influencerki Firo. Zdjęcie zostało wykonane w luźnym obiciu i przedstawiało kobietę, która zasłania ciało poduszką. Był to pewnego rodzaju trend w tamtym czasie. Polska celebrytka skopiowała wspomnianą fotografię i umieściła na instagramowym profilu jako własną. Gdy autorka zdjęcia dowiedziała się o fakcie powiadomiła o nim swoich fanów na

²⁵ K. Grzybczyk, *Rozrywka XXI wieku...*, s. 164-165.

²⁶ Tamże, s. 165.

²⁷ S. Stanisławska-Kloc, *Plagiat a inspiracja cudzymi pomysłami*, „Kwartalnik Urzędu Patentowego RP” 2011, nr 2, s. 52.

instastories²⁸. Celebrytki prawdopodobnie porozumiały się ze sobą, ponieważ zdjęcie zniknęło z profilu Polki, a internetowa dyskusja ucichła²⁹.

Inny problem występuje w sytuacji, gdy opublikowana fotografia jest autorstwa osoby publikującej, lecz przedstawia kogoś innego. Mowa tu o wykorzystywaniu wizerunku. Wizerunek można zdefiniować jako materialny wytwór, który za przedstawia rozpoznawalną podobiznę innej osoby. Jest on jednym z dóbr osobistych zgodnie z art. 23 Kodeksu cywilnego³⁰. Zgodnie z art. 81 ust. 1 zd. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych rozpowszechnienie wizerunku wymaga zgody osoby na nim przedstawionej³¹. Oznacza to, że nie możemy umieścić na Instagramie zdjęcia przedstawiającego inną osobę bez jej zgody. Jednak ustęp drugi przywołanego przepisu stwarza pewne wyjątki od tej zasady – zezwolenia nie wymaga rozpowszechnienie wizerunku osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych oraz osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz czy impreza publiczna.

W związku z powyższym warto podać przykład, aby lepiej wyjaśnić przytoczony przepis. Dozwolone jest umieszczenie na *social mediach* zdjęcia przedstawiającego polityka podczas przemówienia na wiecu, lecz nadużyciem będzie wykorzystanie fotografii wykonanej ukradkiem, gdy ten polityk spaceruje po centrum miasta ze swoją rodziną. Nie musimy także pytać o zgodę wszystkich osób widocznych na fotografii przedstawiającej tłum zgromadzony podczas koncertu. Byłoby to z jednej strony bardzo uciążliwe dla fotografa, a z drugiej nadgorliwe w stosunku do osób uwiecznionych na fotografii – wizerunek takiej osoby stanowi jedynie element zdjęcia, więc nie wymaga w tym przypadku ochrony.

Kolejnym przykładem mogącym tworzyć problemy prawne są memy internetowe – powstają one poprzez wykorzystanie zdjęcia i naniesienie na nie krótkiego tekstu. Najczęściej mają one charakter humorystyczny. Na pytanie czy swobodnie można korzystać z cudzych zdjęć do tworzenia memów nie ma prostej odpowiedzi. Sam mem może spełniać wymogi ustawowe i tym samym być postrzegany jako utwór. Wykorzystanie cudzego zdjęcia do stworzenia mema może być

²⁸ Instastories – część aplikacji Instagram, gdzie dodane treści zachowywane są przez okres 24 godzin.

²⁹ <https://alaluna.pl/gwiazdy/doda-kradnie-zdjecie-innej-instagramerki-cala-prawda-o-trendzie-z-poduszka/>, dostęp: 24.01.2021.

³⁰ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 Kodeks cywilny, Dz.U. 1964 nr 16 poz.93.

³¹ J. Sienczyło-Chlabicz, *Prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2015, s. 297-299.

uzasadnione zgodą twórcy zdjęcia lub brakiem wymagalności zgody, w przypadku, gdy okres ochrony utworu już minął. Możliwe jest także powołanie się na licencje ustawową – zgodnie z art. 291 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wolno korzystać z utworów na potrzeby parodii, pastiszu lub karykatury, w zakresie uzasadnionym prawami tych gatunków twórczości. Jak zostało wspomniane memy mają zazwyczaj cel humorystyczny, stąd też kryteria dotyczące parodii powinny być w tej sytuacji wyprowadzane z potocznego rozumienia tego pojęcia³².

Jako zachowanie niezgodne z prawem można wskazać mem utworzony przez jednego z internautów przedstawiający polską trenerkę fitness Ewę Chodakowską i opatrzony podpisem „Ludzie popierający aborcję to najgorsze dno mentalne i moralne» ~Ewa Chodakowska, 28.09.2016”³³. Tę sytuację można rozpatrywać pod wieloma aspektami. Z jednej strony taki mem na pewno nie jest parodią, nie ma charakteru humorystycznego stąd też wykluczone jest powołanie się na licencję ustawową wspomnianą w akapicie wyżej. Można zadać pytanie czy autor mema ma zgodę na wykorzystanie fotografii od jej twórcy. Nie rozważa się wygaśnięcia praw majątkowych to wspomnianej fotografii z uwagi na krótki czas od jej wykonania³⁴. Należy zwrócić uwagę, że taki mem może naruszać dobra osobiste osoby na nim przedstawionej. W związku z możliwym naruszeniem polska sportswomenka zapowiedziała złożenie pozwu.

Kolejnym zagadnieniem prawnym trudnym do rozstrzygnięcia jest kwestia czy zdjęcie odwzorowujące inną fotografię jest utworem inspirowanym czy plagiatem? Można sobie wyobrazić sytuację, w której instagramerka chciałaby zrobić sobie zdjęcie identyczne jak ma modelka na okładce żurnala mody. Trudno jest jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie czy może to zrobić bez uzyskiwania odpowiednich zgód. Definicja plagiatu została przytoczona wcześniej, ale w tym miejscu wydaje się uzasadnione wyjaśnić czym jest utwór inspirowany. Jak słusznie zauważył Sąd Najwyższy: „Zaczerpnienie tylko samego wątku cudzego utworu nie wymaga zgody autora dzieła inspirowanego, ponieważ istotą utworu inspirowanego jest właśnie jego powstanie w wyniku pobudki twórczej dostarczonej przez utwór inspirowany. Elementy utworu inspirowanego w nowo

³² Sz. Rubisz, *Memy internetowe w świetle prawa autorskiego*, „Zeszyty Prawnicze” 2018, nr 18, s. 235.

³³ <https://party.pl/newsy/ewa-chodakowska-pozywa-za-mem-z-wypowiedzia-o-aborcji-106942-r1/>, dostęp: 25.01.2021.

³⁴ Zgodnie z art. 36 pkt. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w ustawie, autorskie prawa majątkowe gasną z upływem lat siedemdziesięciu od śmierci twórcy, a do utworów współautorskich.

powstałym utworze inspirowanym są i mogą być rozpoznawalne, ale nie dominujące, stanowiąc efekt emocjonalnego i intelektualnego impulsu wywołanego cudzym dziełem. Za kryterium rozgraniczające uznaje się takie twórcze przetworzenie elementów dzieła inspirowanego, że o charakterze dzieła inspirowanego decydują już jego własne, indywidualne elementy, a nie elementy przejęte”³⁵.

Zdjęcie będzie utworem inspirowanym, jeżeli elementy fotografii, która stanowiła inspirację będą na nowopowstałym zdjęciu rozpoznawalne, lecz nie będą dominujące. Nowe dzieło powinno posiadać indywidualne elementy o charakterze twórczym³⁶. Uniknięciu posądzeń o plagiat może pomóc wskazanie, że zdjęcie jest inspirowane innym. Brak odniesienia się do zdjęcia będącego źródłem inspiracji może powodować posądzenie, że autor zdjęcia przypisuje sobie wszystkie jego cechy, także te zaczerpnięte z cudzej pracy³⁷.

Fot. 2. Zestawienie fotografii z instagramowych profili Wersow i Wolfiecindy



Źródło: Instagram.com/wersow, Instagram.com/wolfiecindy

³⁵ Wyrok Sądu Najwyższego – Izba Cywilna, z dnia 10 lipca 2014 r., sygn. I CSK 539/13.

³⁶ <https://fotoprawo.nikon.pl/2017/02/gdzie-lezy-granica-miedzy-inspiracja-opracowaniem-plagiat/>, dostęp: 24.01.2021., <https://www.swiatobrazu.pl/prawo-autorskie-czy-mozna-ukrasc-pomysl-na-zdjecie.html>, dostęp: 25.01.2021.

³⁷ <https://fotoblogia.pl/382,plagiat-czy-inspiracja>, dostęp: 24.01.2021.

Zaprezentowane powyżej fotografie pochodzą z profili instagramowych. Po lewej stronie znajduje się fotografia polskiej influencerki Wersow (właściwie Weroniki Sowy). Drugie zdjęcie przedstawia hiszpańską modelkę Cindy Kimberly prowadzącą Instagram pod nickiem Wolfiecindy i to właśnie zdjęcie zostało opublikowane jako pierwsze. Obie panie pracowały z fotografami, więc twórcami zdjęć są samodzielni fotografowie lub jako współtwórcy wraz z modelkami. Już na pierwszy rzut oka widoczne są podobieństwa – modelki przybierają podobne, charakterystyczne pozy. Istotne różnice między dwoma zdjęciami sprowadzają się do zmiany koloru odzieży, obuwia oraz samej modelki. Sprawia to, że post W. Sowy należy zaklasyfikować jako utwór inspirowany fotografią C. Kimberly³⁸.

Instagramowe fotografie mogą dotyczyć jeszcze innego problemu związanego ze znakami towarowymi. Dobra sława znaków towarowych renomowanych producentów wiąże się nie tylko z jakością wykonywanych przez nich towarów lub świadczonych usług, lecz także z budowaniem wizerunku firmy i prowadzeniem polityki *public relations*. Firmy takie starają się, aby ich produkty kojarzyły się z określonymi wartościami. Problem pojawia się w sytuacji, gdy klienci danego znaku towarowego wyznają inne wartości, co nie współgra z filozofią firmy. Jak zaznacza K. Grzybczyk nie jest to problem nowy, lecz poprzez instagramowe zdjęcia nabral innego, bardziej dostrzegalnego wymiaru³⁹.

Jeden z takich konfliktów doczekał się swojego finału w sądzie. Marka ekskluzywnych samochodów sportowych Ferrari pozwała niemieckiego projektanta mody Philippa Plein'a, który jest właścicielem samochodu ich marki i pokazuje go na swoich instagramowych zdjęciach. Ferrari zarzuca projektantowi, że styl życia widoczny na zdjęciach oraz znajdujące się na nich postacie wzbudzające seksualne konotacje nie są zbieżne z postrzeganiem marki Ferrari. Ponadto włoski producent aut zarzuca także wykorzystywanie jego produktu do promocji towarów tworzonych przez projektanta⁴⁰. Jak donoszą media Ferrari sprawę wygrało i sąd orzekł o konieczności wypłacenia firmie 300

³⁸ W. Sowa tłumaczy, że podobieństwo obu zdjęć jest celowe i jest to efekt jej projektu mającego na celu odwzorowanie popularnych w Internecie zdjęć innych twórców.

³⁹ K. Grzybczyk, *Rozrywka XXI wieku...*, s. 168.

⁴⁰ Na ten przykład zwróciła uwagę K. Grzybczyk (K. Grzybczyk, *Rozrywka XXI wieku...*, s. 169-170), lecz w momencie druku tej publikacji wyrok jeszcze nie zapadł.

tys. euro. Sprawa nie jest jednak prawomocna, a pozwany zapowiedział, że będzie się od wyroku odwoływał⁴¹.

Kolejnym spornym zagadnieniem jest „repostowanie”. Na Instagramie funkcjonują konta ripostujące zdjęcia innych twórców – wstawiające zdjęcia z innych profili. Można znaleźć konta tematyczne np. kulinarne z zdjęciami potraw wykonanymi przez różnych internautów. Wstawienie takiego zdjęcia bez oznaczenia konta pochodzenia niewątpliwie narusza osobiste prawa autorskie jego twórcy. Na wstawienie zdjęcia z oznaczeniem także wymagana jest zgoda autora. Zgodnie z dyspozycją art. 17 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, jeżeli ustawa nie stanowi inaczej, twórcy przysługuje wyłączne prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji⁴².

Zakończenie

Powstanie Instagrama wywarło wpływ na aktywność internautów, co widać po liczbie założonych kont czy publikowanych postów. Coraz częściej, gdy poznajemy nową osobę to nie wymieniamy się numerami telefonów, lecz dodajemy się do obserwowanych na Instagramie czy znajomych na Facebooku. *Social media* ułatwiły komunikację. Sprawily, że jest ona prostsza, wygodniejsza i szybsza. Efekty działalności Instagrama są widocznie nie tylko w przestrzeni wirtualnej, lecz także w realnej. Świat musi nadążać za trendem robienia zdjęć. Różne przestrzenie dostosowują się do tego, aby dobrze wyglądać w kadrze. Można tu wskazać restauracje, bary, kawiarnie, muzea, hotele czy miejsca rekreacyjne. Coraz więcej przedsiębiorców pragnie pochwalić się tym, że ich lokal jest *instafriendly*.

Choć na Instagramie można publikować także krótkie filmy, to dominującą jego część stanowią zdjęcia. Fotografia, o ile została ustalona i jest przejawem działalności twórczej o indywidualnym charakterze, stanowi utwór. Każdy twórca ma swoją wyobraźnię, swój oryginalny sposób patrzenia na świat i co

⁴¹ <https://www.carscoops.com/2020/10/ferrari-wins-case-against-designer-philipp-pleins-use-of-its-supercars/>, dostęp: 25.01.2021.

⁴² <https://lookreatywni.pl/baza-wiedzy/repostowanie-na-instagramie-a-prawo-autorskie/>, dostęp: 20.01.2021., <https://kancelariasosnicka.pl/nasz-blog/repostowanie-na-instagramie/>, dostęp: 28.01.2021.

jest odzwierciedlane na fotografiach. Wspomniana oryginalność zdjęcia może wyrażać się na bardzo wiele sposobów – może to być wybrany specjalnie kadr, specyficzna perspektywa zrobienia zdjęcia czy też dokonanie jego modyfikacji w programach graficznych.

Zdjęcie może być przedmiotem prawa autorskiego co powoduje, że zyskuje ono ochronę przed działaniami niezgodnymi z prawem. Forma niniejszego tekstu nie pozwala na wyczerpanie tego tematu, a Autor skupił się na najważniejszych w swojej opinii kwestiach prawnych. Można tu wskazać na opublikowanie cudzego zdjęcia jako swojego, co będzie traktowane jako plagiat. Inną kwestią jest opublikowanie zdjęcia ludzko podobnego do zdjęcia innego twórcy, co tworzy pytanie czy mamy do czynienia z plagiatem czy też utworem inspirowanym. Naruszenie prawa może wiązać z tym, co fotografia przedstawia tj., gdy znajduje się na niej wizerunek osoby czy znak towarowy firmy wykorzystane niezgodnie z prawem.

Na Instagramie niewątpliwie zdarzają się przypadki naruszenia praw własności intelektualnej. Nie powoduje to jednak, że sądy często rozstrzygają o tych naruszeniach. Powodów tego jest wiele – może nie każdy twórca wie, że doszło do naruszenia, może nie wiedzieć, że przysługuje mu ochrona, a może też po prostu przemyka oko na te kwestie uznając je za mało ważne.

Bibliografia

Literatura:

- Brzozowska-Woś M., *Media społecznościowe a wizerunek marki*, „Journal of Management and Finance” 2013, nr 11(1).
- Grzybczyk K., *Rozrywka XXI wieku a prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2020.
- Iwanowska M., *Zrozumieć media (społecznościowe). Perspektywa psychologiczna*, [w:] M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska (red.), *Media. Biznes. Kultura. Rzeczywistość medialna. Formy, problemy, aspiracje*, Gdańsk 2016.
- Rubisz Sz., *Memy internetowe w świetle prawa autorskiego*, „Zeszyty Prawnicze” 2018, nr 18.
- Sińczyło-Chlabicz J., *Prawo własności intelektualnej*, Warszawa 2015.
- Stanisławska-Kloc S., *Plagiat a inspiracja cudzymi pomysłami*, „Kwartalnik Urzędu Patentowego RP” 2011, nr 2.

Wykaz aktów prawnych:

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83 ze zm.

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 Kodeks cywilny, Dz.U. 1964 nr 16 poz.93.

Orzecznictwo:

Wyrok Sądu Najwyższego – Izba Cywilna, z dnia 10 lipca 2014 r., sygn. I CSK 539/13.

Wyrok Sądu Najwyższego – Izba Cywilna z dnia 5 lipca 2002 r., sygn. III CKN 1096/00.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Lublinie z dnia 12 września 2016 r. Sygn. I ACa 942/15.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku – I Wydział Cywilny z dnia 19 lutego 2016 r., sygn. I ACa 955/15.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Białymstoku – I Wydział Cywilny z dnia 29 stycznia 2015 r., sygn. I ACa 731/14.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku – I Wydział Cywilny z dnia 8 listopada 2012 r., sygn. I ACa 602/12.

Netografia:

Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/>, „social media”, dostęp: 22.01.2021.

<https://alaluna.pl/gwiazdy/doda-kradnie-zdjecie-innej-instagramerki-cala-prawda-o-trendzie-z-poduszka/>, dostęp: 24.01.2021.

<https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1760448,1,jak-instagram-zmienia-swiat.read>, dostęp: 23.01.2021.

<https://kancelariasosnicka.pl/nasz-blog/repostowanie-na-instagramie/>, dostęp: 28.01.2021.

<https://fotoprawo.nikon.pl/2017/02/gdzie-lezy-granica-miedzy-inspiracja-opracowaniem-plagiat/>, dostęp: 24.01.2021.

<https://warszawa.naszemiasto.pl/warszawskie-pysznosci-z-instagrama-gdzie-znalezc-potrawy-i/ar/c2-4413864>, dostęp: 23.01.2021.

<https://legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/prawo-w-praktyce/news/3494,jak-korzystac-z-instagrama-aby-nie-narobic-sobie-kopotow>

<https://socialpress.pl/2014/11/instagram-jak-to-sie-zaczelo>, dostęp: 22.01.2021.

<https://lookreatywni.pl/baza-wiedzy/repostowanie-na-instagramie-a-prawo-autorskie/>, dostępu: 20.01.2021.

<https://www.bbc.com/news/technology-45640386>, dostęp: 23.01.2021.

<https://party.pl/newsy/ewa-chodakowska-pozywa-za-mem-z-wypowiedzia-o-aborcji-106942-r1/>, dostęp: 25.01.2021.

- <https://rzeczkowski.pl/statystyki-social-media/>, dostęp: 22.01.2021.
- <https://www.carscoops.com/2020/10/ferrari-wins-case-against-designer-philipp-pleins-use-of-its-supercars/>, dostęp: 25.01.2021.
- <https://sm-manager.pl/artikul/instagram-a-prawo>, dostęp: 20.01.2021.
- <https://www.swiatobrazu.pl/prawo-autorskie-czy-mozna-ukrasc-pomysl-na-zdjecie.html>, dostęp: 25.01.2021.
- <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2019-roku,2,9.html>, dostęp: 20.01.2021.
- <https://wearesocial.com/digital-2020>, dostęp: 22.01.2021.
- <https://www.ideoforce.pl/wiedza/instagram-historia-idea-wzloty-upadki-wyzwania-popularnosc,483.html>, dostęp: 23.01.2020.
- <https://fotoblogia.pl/382,plagiat-czy-inspiracja>, dostęp: 24.01.2021.
- Słownik Języka Polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/> „media społecznościowe”, dostęp: 22.01.2021.

Patrycja Winiarczyk

Produkcja medialna

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

patrycjawiniarczyk98@gmail.com

ROLA NETFLIXA WE WSPÓŁCZESNEJ POPKULTURZE

The role of Netflix in the contemporary pop culture

Streszczenie

W artykule autorka skupia się na scharakteryzowaniu przemian, które spowodowane są innowacyjnymi rozwiązaniami wprowadzonymi na globalny rynek telewizyjny przez amerykańską platformę streamingową Netflix. Dzięki analizie narzędzi wykorzystywanych przez firmę, a także prowadzonych przez nią działań, wskazuje na jej wkład w redefinicję pojęć oraz zjawisk związanych z transformacją telewizji tradycyjnej. W swoich rozważaniach przedstawia po krótku najważniejsze dla firmy wydarzenia, rozpoczynając od daty jej powstania. W tekście porusza takie zagadnienia jak: zjawisko binge-watching; nowa generacja seriali; kreatywny marketing, który firma uprawia za pośrednictwem m.in. rozbudowanych i nastawionych na interakcję profili w mediach społecznościowych czy kwestię telewizji jakościowej. Za główny cel autorka przyjmuje określenie roli Netflixu we współczesnej popkulturze.

Słowa kluczowe: Popkultura, Netflix, platforma streamingowa, film, serial, odbiorca, telewizja, marketing, innowacja

Summary

In this article, the author focuses on characterizing the changes caused by innovative solutions introduced to the global TV market by the American streaming platform *Netflix*. Owing to the analysis of the tools used by the company, and actions taken by it, the author presents how the company contributes to redefinition of concepts and phenomena related to the transformation of the traditional television. In the author's reflections, the major events for the company, starting from the date of its creation, are presented. The text deals with issues such as: binge-watching; a new generation of TV series; creative marketing realized by the company's extensive and interaction-oriented profiles in social media; the issue of quality television. The author's main goal is to define the role of Netflix in contemporary pop culture.

Key words: Pop culture, Netflix, streaming platform, film, series, recipient, television, marketing, innovation

Wstęp

Początek historii rozwoju Netflixu związany jest z wypożyczalnią płyt DVD przesyłającą filmy za pomocą poczty tradycyjnej. Dzięki rozwojowi technologicznemu firma zmieniła profil działalności, co stało się przyczynkiem do pewnej rewolucji w świecie Internetu, telewizji i kina. Jakość produkcji, łatwość dostępu i świetny marketing sprawił, że to właśnie Netflix wyznacza dzisiaj nowe trendy. O tym serwisie można by mówić wiele, ale niniejsza publikacja będzie skupiać się przede wszystkim na wymienieniu i scharakteryzowaniu elementów, które spowodowały, że Netflix stał się jedną z najpopularniejszych platform streamingowych dla filmów i seriali na świecie. Postaram się także zanalizować, w jaki sposób platforma doprowadziła do transformacji w odbiorze treści telewizyjnych. Mimo kulturowego fenomenu Netflixu, przemiany, które zostały spowodowane jego udziałem, nie zostały jak dotąd należycie zbadane i opisane w monografiach naukowych.

Celem artykułu jest ukazanie specyfiki funkcjonowania platformy, w czym pomogą odpowiedzi na następujące pytania: 1) jakie narzędzia wykorzystuje

Netflix, aby wpłynąć na odbiorcę? 2) dlaczego Netflix zawdzięcza swój sukces? 3) jaką rolę Netflix odgrywa we współczesnej popkulturze?

Jak to wszystko się zaczęło – historia Netflixa

Rozpoczynając rozważania na temat amerykańskiego giganta, ważnym jest odwołanie się do historii firmy. Tylko wtedy należy można wskazać, w jaki sposób Netflix budował swoją potęgę na rynku platform streamingowych, wchodząc szturmem na światowy rynek, dzięki rozwiązaniom, które po dziś dzień są nieodłącznym elementem funkcjonowania wielu innych serwisów, stron internetowych czy portali społecznościowych.

W 1997 Reed Hastings i Marc Randolph zdecydowali się na stworzenie wysyłkowej wypożyczalni video. Hastings twierdził, że zainspirowała go do tego dodatkowa opłata, którą musiał uiścić za nieterminowy zwrot filmu *Apollo 13* (dokładnie \$40). Jednak Randolph, który w 2002 roku opuścił firmę, wyznał, że była to po prostu „wygodna fikcja”, aby pokazać dlaczego Netflix wyróżnia się na tle konkurencji. Wypożyczalnia wysyłkowa płyt DVD nie była wówczas oczywistym wyborem, gdyż nośnik ten dopiero pojawił się na rynku (pierwsze próby wysyłki, założyciele firmy przeprowadzali wykorzystując płyty CD). Popularnością cieszyły się wówczas wciąż kasety VHS¹. Hastings i Randolph postawili na ekonomię i innowację – płyty DVD były sporo lepsze, a także bardziej pasowały do kreowanej przez założycieli wizji firmy. Wysyłano je użytkownikom w charakterystycznych czerwonych kopertach z logiem wypożyczalni². 14 kwietnia 1998 r. została uruchomiona strona internetowa – netflix.com, za pomocą której wypożyczano, a także kupowano filmy na DVD. Katalog Netflixu zawierał w tym czasie 925 tytułów. Początkowo nazwa firmy miała inną pisownię, wyodrębniano człony „Net” i „Flix”. „Net” nawiązywał prawdopodobnie do internetowego, wówczas innowacyjnego modelu wypożyczania filmów, natomiast człon „Flix” użyty był w nazwie wyszukiwarki „FlixFinder”, która znajdowała się na stronie głównej³. Umożliwiała ona użytkownikom

¹ <https://www.cnn.com/2017/05/23/netflix-ceo-reed-hastings-on-how-the-company-was-born.html>, dostęp: 03.01.2021.

² <https://about.netflix.com/pl>, dostęp: 03.01.2021.

³ <https://www.businessinsider.com/how-netflix-has-looked-over-the-years-2016-4?IR=T#in-1999-netflix-hadnt-even-settled-into-its-red-color-scheme-yet-and-there-was-an>

wyszukiwanie interesujących ich produkcji filmowych. Rok później Netflix wprowadził opcję miesięcznej subskrypcji. Każdy użytkownik otrzymał możliwość wypożyczenia płyt DVD bez określenia daty jej zwrotu. Zgodnie z polityką firmy, nie przewidywano opłat za opóźnienia. Nie istniały miesięczne limity wypożyczeń⁴. Dosyć ryzykowna strategia firmy szybko zaczęła przynosić profity – po roku od wprowadzenia abonamentu firma mogła się poszczycić liczbą 239 tysięcy nowych subskrybentów⁵.

Rok 2000 określić można przełomowym dla amerykańskiego dostawcy treści video. Wprowadzone w tym czasie rozwiązanie otworzyło przed firmą nowe możliwości, a także zrewolucjonizowało działanie wielu innych serwisów internetowych. Powstał wówczas spersonalizowany system rekomendacji, który w dużym stopniu przyczynił się do rozwoju Netflix. Początkowo miał postać zwykłego papierowego formularza, który dołączano do przesyłanego pocztą filmu⁶. Wkrótce formularz przybrał formę elektronicznego systemu o nazwie CineMatch. Według statystyk prowadzonych przez firmę, jego dokładność wynosiła 75%. Kilka lat później ogłoszono konkurs pt. „Netflix Prize”, którego celem było udoskonalenie systemu. Zaoferowano \$1 mln pierwszej osobie bądź zespołowi, który znajdzie sposób na podniesienie jego efektywności. W 2009 roku nagrodę otrzymał siedmioosobowy zespół „BellKor’s Pragmatic Chaos”, którego algorytm był o 10% dokładniejszy w stosunku do oryginalnego systemu CineMatch⁷. Oczywiście wciąż podlega on stałej aktualizacji. Oparty jest przede wszystkim o pięć zmiennych, jakimi są: jakość filmu, gatunki i elementy filmów, zakotwiczenie, mody/trendy filmowe oraz ocena użytkownika⁸. Już w roku 2005, kiedy to liczba subskrybentów sięgnęła 4,2 mln⁹, firma udostępniła funkcję profili pozwalającą na tworzenie różnych list dla poszczególnych użytkowników, a także dopasowanie takiej listy do określonego nastroju.

-emphasis-on-net-and-flix-as-two-separate-entities-the-name-was-stylized-netflix-and-there-were-things-like-flixfinder-what-it-called-its-search-feature-1, dostęp: 04.01.2021.
⁴ <https://about.netflix.com/pl>, dostęp: 03.01.2021.

⁵ <https://www.bustle.com/p/what-was-netflix-like-20-years-ago-spoiler-alert-its-almost-unrecognizable-79755>, dostęp: 04.01.2021.

⁶ <https://spidersweb.pl/2016/01/netflix-historia.html>, dostęp: 04.01.2021.

⁷ <https://electronics.howstuffworks.com/netflix2.htm>, dostęp: 04.01.2021.

⁸ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum” 2018, nr 20, s. 13.

⁹ <https://spidersweb.pl/2016/01/netflix-historia.html>, dostęp: 04.01.2021.

Nie ulega dyskusji, że jedna z najważniejszych decyzji firmy to uruchomienie usługi przesyłania strumieniowego (2007). Wymuszona była ona niejako zmieniającą się sytuacją na rynku. Dostęp do Internetu stawał się coraz bardziej powszechny, a sprzedaż DVD malała. Początkowo wysyłka płyt DVD i usługa przesyłania strumieniowego były ze sobą połączone (abonament wynosił \$18 miesięcznie i obejmował: wypożyczenie trzech płyt DVD, jednodniową wysyłkę oraz 18 godzin bezpłatnego przesyłania strumieniowego¹⁰). Gdy tylko zauważono, że użytkownicy zamawiają subskrypcję głównie po to, aby oglądać filmy za pomocą Internetu, a nie wypożyczać ich na DVD, firma stworzyła dodatkową ofertę, którą nazwano „streaming only”. Przemiany technologiczne spowodowały, że stała się ona subskrypcją dominującą. Co ciekawe, wysyłka płyt DVD cały czas funkcjonuje na terenie Stanów Zjednoczonych. Z usługi korzysta tam wciąż około 2 mln subskrybentów¹¹. Jest to imponujący wynik, biorąc pod uwagę rozwój Internetu, a także słabnącą popularność tegoż nośnika. W 2011 roku przycisk Netflix pierwszy raz pojawiał się na pilocie telewizyjnym. Może wydawać się, że to mało znaczący szczegół biorąc pod uwagę historię firmy. Warto jednak zastanowić się nad tym czy jakakolwiek stacja telewizyjna od początku swojego istnienia może pochwalić się takim osiągnięciem.

Ostatnim wymienianym, ale jakże istotnym wydarzeniem w procesie rozwoju firmy, jest rozpoczęcie produkcji oryginalnych dzieł audiowizualnych. 1 lutego 2013 roku miała miejsce premiera pierwszego serialu stworzonego wyłącznie przez Netflix pt. *House of Cards*, który stał się prekursorem i zapowiedzią nowego kierunku, w jakim zmierzała firma. Netflix tego dnia złamał granicę między platformą strumieniową a telewizją tradycyjną, wkrótce także kinem, a nawet grą komputerową¹². Do tej pory serwisy o tego typu profilu działalności oferowały jedynie możliwość wykupienia abonamentu na oglądanie udostępnionych pozycji filmowych.

Udany początek nowej ery Netflixu zaowocował pojawieniem się kolejnych, oryginalnych produkcji. W 2013 roku miały miejsce premiery takich

¹⁰ <https://www.bustle.com/p/what-was-netflix-like-20-years-ago-spoiler-alert-its-almost-unrecognizable-79755>, dostęp: 04.01.2021.

¹¹ <https://businessinsider.com.pl/media/internet/netflix-nadal-wysyla-plyty-dvd-do-domow-amerykanow/8dw1e2g>, dostęp: 04.01.2021.

¹² Wyprodukowany w 2018 roku jeden z odcinków serii „Czarne lustro” pt. „Czarne lustro: Bandersnatch” to interaktywny serial, w którym niemalże jak w grze komputerowej, widz decyduje jakiego wyboru dokona bohater. Wkrótce później na Netflixie pojawiło się kilka innych podobnych produkcji interaktywnych.

seriali jak: *Hemlock Grejf*, *Bogaci bankruci* czy *Orange Is the New Black*. Natomiast w 2015 roku na platformie zadebiutował pierwszy oryginalny film pt. *Beats of no nation*. Każda kolejna produkcja odbijała się szerokim echem wśród krytyków i widzów na całym świecie, ale przede wszystkim wzbudzała niepokój właścicieli stacji telewizyjnych, a także uznanych artystów z całego świata.

Nowa generacja seriali i zjawisko binge-watchingu

W ostatnich latach seriale przeżywają swego rodzaju renesans. Dzieje się tak dzięki platformom streamingowym typu Netflix. Polski filmoznawca Wiesław Godzic definiuje wspomniany gatunek telewizyjny jako „narracyjną formę telewizyjną, która prezentuje w sposób regularny epizody, zawierające symultaniczne rozgrywające się historie z udziałem stałej grupy bohaterów. Serial odróżnia się od niektórych serii oraz komedii sytuacyjnych tym, że epizody łączą się na ogół związkiem przyczynowo-skutkowym i rozwijają się fabularnie (tym samym poszczególne epizody nie mogą być oglądane w dowolnym porządku) [...]”¹³. Dzisiaj nie tylko sama forma serialu ulega zmianie, ale także jego definicja. Katarzyna Muszyńska idąc o krok dalej w swoich rozważaniach pisze, że:

„Jest to bardziej zjawisko kulturowe niż gatunek; zjawisko, które wyrosło z przemiany swojego medium – telewizji. Cechuje go niezwykła płynność, ciągła zmienność i przekraczanie granic oraz utartych kategoryzacji. Nie może być już telenowelą o wszystkim i o niczym, jego zakres tematyczny jest precyzyjnie określony. Przede wszystkim jest to jednak zjawisko wymagające zupełnie innych praktyk odbioru, nie jest już tłem codziennych zajęć, luźną i bezrefleksyjną rozrywką – wymaga skupienia, świadomego oglądania i przeżywania oraz, coraz częściej, aktywnego uczestnictwa”¹⁴.

Statystycznie coraz mniej odbiorców treści telewizyjnych ogląda seriale za pośrednictwem tradycyjnej telewizji, preferując wideo na życzenie. Skrupulatne śledzenie telewizyjnej ramówki, reklamy, niewygodne pory emisji czy

¹³ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki* (po „Wielkim Bracie”), Kraków 2004, s. 37.

¹⁴ K. Muszyńska, *MUSISZ TO OBEJRZEĆ! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, [w:] *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, red. B. Panek, A. Wójtowicz, Lublin 2015, s. 9.

mała różnorodność gatunkowa to tylko kilka czynników z powodu, których następuje powolny regres wyników oglądalności najpopularniejszych stacji telewizyjnych¹⁵. Wraz z rokiem 2013, gdy Netflix opublikował na platformie swój pierwszy, oryginalny serial pt. *House of Cards*, było jasne, że era telewizji tradycyjnej dobiega końca. Sukces przypieczętowały liczne nagrody (począwszy od jednej z najważniejszych nagród w Stanach Zjednoczonych – Primetime Emmy Award, a skończywszy na Złotych Globach, a w przypadku filmów – Oscarach), które przyznawane były do tej pory produkcjom tworzącym oraz emitowanym wyłącznie przez stacje telewizyjne¹⁶.

Rozwijając wcześniejszą myśl, iż seriale przechodzą aktualnie renesans, można wysunąć konkluzję, że przyczynia się do tego niewątpliwie aspekt innowacyjnych praktyk, jakie stosuje Netflix. W pierwszej kolejności należy wymienić siłę algorytmu i jego wpływ na funkcjonowanie platformy. Każda decyzja użytkownika jest monitorowana i zapisywana w systemie. Na tej podstawie pojawiają się jakże trafne, spersonalizowane sugestie proponowanych użytkownikowi produkcji.

Netflix to także świetny obserwator rynku, o czym świadczyć może coraz częstsza praktyka oferowania serialom z potencjałem komercyjnym tzw. „drugiego życia”. W 2018 roku ogłoszono, że stacja telewizyjna FOX zaprzestaje po trzech sezonach produkcji serialu pt. *Lucyfer*. Nisko oceniany trzeci sezon i spadające wyniki oglądalności przesądziły o losach serii. Rozgorzyczeni fani produkcji rozpoczęli w mediach społecznościowych głośną akcję pt. „#Save-Lucifer” wystosowując m.in. petycję, której treść brzmiała następująco: „FOX anulował „Lucyfera”, serial kochany przez ludzi NA CAŁYM ŚWIECIE! Sprawmy, żeby produkcja została kupiona przez lepszą stację, taką jak CW, HULU, NETFLIX albo AMAZON!”¹⁷. Ku zaskoczeniu samych fanów, których akcja początkowo miała głównie na celu przekonać właścicieli stacji o tym, by dać serii jeszcze jedną szansę, prawa do realizacji produkcji wykupił właśnie Netflix. Wyprodukowany przez platformę czwarty sezon serialu krytycy i fani serii zgodnie uznali za najlepszy. Innym przykładem tego typu jest „przejęcie” przez platformę produkcji będącej adaptacją powieści autorstwa Caroline

¹⁵ <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/telewizja-przegrywa-ze-streamingiem-w-polsce-milion-uzytkownikow-netfliksa-polska-serwisy-vod-jak-korzystac>, dostęp: 06.01.2021.

¹⁶ <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/house-of-cards-serial-internetowy-nagroda-emmy.html>, dostęp: 06.01.2021.

¹⁷ <https://www.antyradio.pl/Filmy-i-seriale/Seriale/Fani-stworzyli-petycje-online-Save-Lucifer-bo-chca-aby-powstaly-kolejne-sezony-Lucyfera-22604>, dostęp: 06.01.2021.

Kepnes pt. *You*. Serial początkowo emitowany był przez stację telewizyjną Lifetime, gdzie nie odniósł spodziewanego sukcesu. Wkrótce serią zainteresowali się władarze Netflixa. Dystrybucja serialu na platformie przyniosła mu wielką popularność. Decyzja o kontynuacji była więc tylko kwestią czasu. Wyprodukowana została ona już jednak wyłącznie przez Netflixa. Zdaje się być istotnym, że wątki poruszone w obu serialach mogą budzić kontrowersje. Fabuła *Lucyfera* skupia się bowiem na postaci od wieków utożsamianej za źródło największego zła, która w serialu przechodzi wewnętrzną przemianę i dla miłości jest gotowa poświęcić własne życie. Natomiast główny bohater serii pt. *You* – Joe to psychopata, który usuwa ze swojej drogi każdego, kto może zagrozić jego związkowi, a mimo to widz zyskuje w stosunku do niego sympatię. I tym właśnie zyskuje Netflix – tematami, które wzbudzają kontrowersje, rozpalają ludzką wyobraźnię, są w stanie zmienić światopogląd widza, skłonić go do głębszych refleksji, wykreować wątki i bohaterów, którzy budują podwaliny współczesnej popkultury.

Pojawiają się opinie, że Netflix nie stawia na jakość, a na ilość, w przeciwieństwie do swojego największego konkurenta HBO. Netflix oferuje bogatą ofertę produkcji, stawia na wielogatunkowość, dlatego praktycznie każdy może znaleźć tutaj coś dla siebie¹⁸. Warto podkreślić, że poziom filmów i seriali pojawiających się na platformie jest bardzo zróżnicowany. Można znaleźć tam serie, które z założenia mają być typowym *guilty pleasure* – mało wymagającym od widza repertuarem. Jednakowoż wiele propozycji serialowych Netflixa nosi znamiona telewizji jakościowej. Według Sarah Cardwell „amerykańska jakościowa telewizja dąży [...] do koncentracji na teraźniejszości, podejmując refleksję nad współczesnym społeczeństwem i krystalizując ją na nowo dzięki przywołaniu mniejszych przykładów i drobnych przypadków”¹⁹. Olga Szmidt w swoim artykule naukowym pt. „Czy telenowela może być jakościowa? Telewizja, hybrydowe gatunki i niepokalane poczęcie”, bazując na wielu innych monografiach naukowych na temat telewizji jakościowej wysuwa wniosek, że jej najważniejszymi elementami są:

¹⁸ <https://omnimalizm.pl/porownanie-platform-streamingowych/>, dostęp: 06.01.2021.

¹⁹ O. Szmidt, *Czy telenowela może być jakościowa? Telewizja, hybrydowe gatunki i niepokalane poczęcie*, [w:] *Seriale w kontekście kulturowym: Format, intertekst, adaptacja*, red. D. Bruszeńska-Przytuła, A. Krawczyk-Łaskarzewska, P. Przytuła, Olsztyn 2017, s. 74.

„[...] odwołania do innych niż telewizja mediów, mimo że zawierają oczywiste elementy narracji seryjnej, hybrydyczność gatunkowa oraz wykorzystywanie rozmaitych rejestrów stylistycznych, podnoszenie tematów ważkich społecznie, ambicje filozoficzne i artystyczne, niejednokrotnie nawiązujące do dziedzictwa europejskiego kina artystycznego czy wręcz awangardowego, innowacyjność formalna, a także nowatorskie (w zestawieniu z innymi produkcjami telewizyjnymi) podejście do poruszanych problemów”²⁰.

Nie ulega wątpliwości, że większość oryginalnych produkcji Netflixu charakteryzuje się wyżej wymienionymi cechami. Przyczynia się do tego niewątpliwie: wysoki budżet (porównywalny do największych hollywoodzkich produkcji), podejmowanie aktualnych tematów, świetny PR, a także zatrudnianie cenionych twórców, którzy w dużej mierze odpowiadają za sukcesy platformy.

Biorąc pod uwagę budżet, jaki Netflix przeznacza na autorskie produkcje, nie zaskakuje fakt, że prezentują one tak wysoki poziom pod względem realizacyjnym. W 2013 roku Netflix wydał na oryginalne produkcje 2,4 miliarda dolarów, a dla porównania w roku 2020 aż 17,3 mld. Poniżej przedstawiam informacje o najdroższych serialach wyprodukowanych przez Netflix, biorąc pod wagę stawkę za epizod²¹:

- The Crown (2016) – \$13 mln
- THE GET DOWN – \$11 mln
- The Witcher (2019) – \$10 mln
- Sense8 (2015) – \$9 mln
- Marco Polo (2014) – \$9 mln
- Stranger Things (2016) – \$8 mln
- Altered Carbon (2018) – \$7 mln
- House Of Cards (2013) – \$5 mln

Z perspektywy czasu jedną z najważniejszych rewolucji, jaką wniósł na światowy rynek produkcji telewizyjnych Netflix, jest opublikowanie wszystkich odcinków premierowego serialu od razu w całości. Widz zmienia przyzwyczajenia, nie musi czekać kilkunastu tygodni na rozwój wydarzeń w serialu, siadając co tydzień (albo i rzadziej, w zależności od dat emisji) o tej samej porze przed ekran telewizora, aby zobaczyć nowy odcinek wyczekiwanej przez siebie

²⁰ Tamże, s. 75.

²¹ <https://screenrant.com/most-expensive-netflix-original-series-how-much-they-cost/>, dostęp: 05.01.2020.

serii. Rozwiązanie zaproponowane przez firmę wywołało globalny fenomen i przyczyniło się do rozwoju zjawiska określanego mianem *binge-watchingu*.

Według Obserwatorium Języka Polskiego Uniwersytetu Warszawskiego, *binge-watching* definiuje się jako „oglądanie wielu lub wszystkich odcinków serialu jeden po drugim, bez przerwy lub z krótkimi przerwami”²². Maciej Sztąberek w swoim artykule dotyczącym Netflixa wskazuje, że: „sama geneza słowa ma negatywne konotacje; zostało ono stworzone na bazie takich określeń jak: *binge-drinking*, które można przetłumaczyć odpowiednio jako picie czy jedzenie „do upadłego”. Z kolei sam *binge-watching* określa się mianem „szalu oglądania” bądź „kompulsywnego oglądania”²³. Początki opisywanego zjawiska może nie należą do Netflixa, gdyż oglądanie kilku odcinków pod rząd stało się możliwe wraz z wejściem na rynek stacji telewizyjnych emitujących wyłącznie seriale czy innych serwisów streamingowych oferujących szeroką bazę seriali, ale to właśnie Netflix rozpowszechnił *binge-watching*.

Oprogramowanie zaprojektowane przez Netflixa sprzyja rozwijaniu *binge-watchingu*. Podczas napisów końcowych dowolnie wybranego odcinka serialu (poza ostatnim) pojawia się przycisk „następny odcinek za”, klikając w niego, przechodzimy bez zbędnego oczekiwania do następnego epizodu. Mamy na to dokładnie 5 sekund (dla porównania oglądając serial za pomocą platformy HBO GO, widz otrzymuje 15 sekund), jest to więc zbyt krótki czas aby podjąć przemyślaną decyzję czy powinniśmy kontynuować oglądanie. Gdy już dobiegnie końca maraton wybranego przez nas serialu spowodowany obejrzeniem wszystkich jego odcinków, nie zostajemy przeniesieni do strony głównej serwisu. Wyświetlają się bowiem propozycje innych produkcji, które według algorytmu mogą nas zainteresować. Po zakończeniu tyłówki (sekwencji zawierającej napisy końcowe) i braku reakcji ze strony użytkownika, automatycznie odtwarzane zostają zwiastuny sugerowanych produkcji. Taktyka wykorzystywana przez firmę, sprzyja więc praktyce *binge-watchingu*.

W 2018 roku Agencja ISQ opublikowała wyniki badań (Video Love Story 2) dotyczące nawyków oglądania seriali przez polskich widzów. Wówczas 36% badanych przyznało się do uprawiania *binge-watchingu*. Zjawisko to częściej pojawia się wśród kobiet niż mężczyzn (39-30). Najczęściej charakteryzuje ono

²² Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego Najnowsze Słownictwo Polskie, nowewyrazy.uw.edu.pl, „binge-watching”, dostęp: 08.01.2021.

²³ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa...*, s. 16.

Pokolenie Y, czyli osoby w wieku (23-27 lat), jednak różnice pomiędzy badanymi grupami wiekowymi nie są znaczące.²⁴

Kreatywny marketing

Jednym z aspektów, dzięki którym firma zawdzięcza swój sukces jest odpowiednio przemyślana komunikacja marketingowa. Włodarze Netflixa nierzadko wyprzedzają konkurencję w działaniach związanych z promocją nowych, autorskich produkcji. Wyróżniają się również humorystycznym, a nawet ironicznym podejściem do użytkownika w mediach społecznościowych. Firma nie boi się wchodzić w interakcje z użytkownikami, dba bowiem o każdy, nawet wydawałoby się mało znaczący szczegół, który wywoła zadowolenie wśród użytkowników. Platforma tworząc reklamy nie dąży do ich uniwersalności. Akcje marketingowe w zależności od kraju, w którym się pojawiają, różnią się od siebie. Często można w nich dostrzec nawiązania do rodzimej kultury, stereotypów, historii czy bieżącej sytuacji społeczno-politycznej. Skupiając się na działaniach platformy w Polsce, wymienię oraz scharakteryzuję najważniejsze kampanie marketingowe Netflixu, a także opiszę działalność firmy w mediach społecznościowych. Magda Gessler to jedna z najbardziej znanych i cenionych polskich restauratorek, prowadząca autorski program kulinarny pt. *Kuchenne rewolucje*. Charakterystyczny wygląd celebrytki i jej wybuchowy charakter przyniosły jej wielką popularność. Nic więc dziwnego, że Netflix postanowił zaangażować ją do spotu promującego szósty sezon flagowego serialu platformy pt. *Orange is the new black*. Humorystyczne video, w którym restauratorka w typowy dla siebie sposób ocenia jedzenie podawane w więzieniu, stało się prawdziwym hitem w polskich mediach. Spot w serwisie YouTube ma już prawie 2,5 mln wyświetleń (stan na 08.01.2021)²⁵. Kolejny, a zarazem finałowy sezon serialu, w podobnej konwencji promowała gwiazda polskiej estrady – Beata Kozidrak, śpiewając swój wielki przebój *Lola, lola*, którego tekst odnosi się do powodów zbrodni popełnionej przez odtrąconą kobietę²⁶.

²⁴ <https://www.spidersweb.pl/rozrywka/2019/01/25/binge-watching-w-polsce-badanie-seriale/>, dostęp: 08.01.2021.

²⁵ <https://youtu.be/RXgAW1BiQQE>, dostęp: 08.01.2021.

²⁶ <https://youtu.be/90iDy3YmlBk>, dostęp: 08.01.2021.

Innymi przykładami video, w których Netflix nawiązuje do swoich największych hitów jest korelacja firmy z polskimi Youtuberami promująca serię pt. *Czarne lustro*. Krzysztof Gonciarz, Grupa Filmowa Darwin, Marcin Stankiewicz, a także Emce (polska youtuberka) stworzyli autorskie historie nawiązujące konwencją i stylem właśnie do *Czarnego lustra*. Każde z nich poruszyły podobne tematy do tych, które pojawiają się w oryginalnej produkcji Netflix, czyli człowiek kontra etyka i moralność w erze nowych technologii²⁷.

Od kilku lat motorem napędowym marketingu na całym świecie są media społecznościowe. Najważniejszą ich ideą jest interakcja z użytkownikami, ważnym jest, aby cały czas dążyć do reakcji – „lajków”, komentarzy, udostępnień. Netflix wykorzystuje środki komunikacji masowej spopularyzowane najczęściej wśród młodego pokolenia. Większość postów, które umieszczane są na Facebooku czy Instagramie zawierają w sobie elementy humoru oraz ironii. Cechuje ich prosty, uniwersalny język i zwięzłość. Najczęściej publikowane posty to memy skonstruowane z wybranych kadrów produkcji dostępnych na platformie. Zmierzając do interakcji firma–użytkownik, warto zaznaczyć, że social media managerzy²⁸ nie boją się zaczepnych odpowiedzi na komentarze. Mają one przede wszystkim funkcję ludyczną. Moderatorzy dbają o to, aby nikt nie poczuł się urażony. Chociaż wiele postów Netflix kierowanych jest do szerokiej grupy odbiorców, to nierzadko występują takie, w których tylko fani danego serialu rozumieją kontekst publikacji. Równoznaczne jest to z „puszczeniem oka” w stronę odbiorcy. Czuje się on wówczas wyróżniony, może rozpocząć żywą dyskusję, ponieważ zauważa, że przynależy do swego rodzaju elitarnej grupy społecznej.

Platforma streamingowa słynie również z wielu innych akcji promocyjnych, które angażują widzów nie tylko bezpośrednio przed ekranami laptopów czy smartphonów. Tuż przed premierą drugiego sezonu *Stranger things*, jedna z warszawskich stacji rowerowych została upodobniona do tej, która pojawia się w serialu. Wybrane osoby otrzymały wiadomości za pośrednictwem mała z kodem, który odblokowywał zabezpieczenie roweru. „Wybrańcy” zostali

²⁷ <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/krzysztof-goncjarz-i-znani-influencerzy-promuja-czarne-lustro-netflixa>, dostęp: 08.01.2021.

²⁸ Social media menager – specjalista od marketingu, zajmujący się mediami społecznymi.

zaproszeni także na specjalną projekcję serialu w lokacji, przypominającej dom głównego bohatera serii – Willa²⁹.

Warto wspomnieć również o działaniu promującym kreskówkę dla dorosłych pt. *BoJack Horseman*. Portal NOIZZ.pl opublikował wpis, w którym oskarżał głównego bohatera serialu, że po raz kolejny zbrukał swoją godność, upijając się trunkiem alkoholowym w Krakowskiej Alei Gwiazd³⁰. Na oficjalnym, amerykańskim profilu serialu pojawiło się oświadczenie rzekomo podpisane przez samego BoJacka gdzie padają takie oto słowa: „picie z Polakami nie mogło skończyć się inaczej”³¹. Oczywiście sytuacja była fikcją, ale nie można odmówić osobom zajmującym się marketingiem Netflixa kreatywności. Akcja nawiązywała do stereotypu nadużywania przez Polaków napojów wysokoprocentowych.

Kampanii oraz tego typu akcji promocyjnych Netflixa jest wiele na całym świecie. Wymieniając te najważniejsze w Polsce wskazuję na to, że Netflix proponuje marketing, którego celem jest zaskakiwanie i rozbawienie odbiorcy. Przy dzisiejszej rozwiniętej technologii, mnogości form audiowizualnych, przedsięwzięcia marketingowe muszą się wyróżniać, łamać pewne schematy, wyjść poza dotychczasowo prezentowane ramy. Reklamy Netflixa to nie tylko spoty, to coś realnego, fizycznego, to próba przekonania widza o jego wyjątkowości.

Spersonalizowany odbiór treści telewizyjnych i kultura Netflixa

Praktyki oraz narzędzia stosowane przez Netflixa w dużej mierze przyczyniły się do redefinicji nie tylko pojęcia serialu, ale także samej telewizji. Warto wprowadzić rozróżnienie na telewizję tradycyjną oraz telewizję nowoczesną/internetową, którą to utożsamiać można z telewizją kreowaną przez odbiorcę, a nie jak dotychczas nadawcę.

Produkcje oferowane przez Netflixa mają potencjał ku temu, aby zaspokoić nawet najbardziej wymagających odbiorców, ale także tych, którym zależy wyłącznie na bezrefleksyjnej rozrywce. Oględnie mówiąc, Netflix tworzy dla wszystkich i o wszystkim. Zmienia model konsumpcji treści telewizyjnych

²⁹ <https://event-live.pl/najlepsze-akcje-marketingowe-netflixa/>, dostęp: 09.01.2021.

³⁰ <https://noizz.pl/film/bojack-horseman-pijany-w-krakowie-mamy-zdjecie-i-komentarz-netfliksa/15e825f>, dostęp: 09.01.2021.

³¹ <https://event-live.pl/najlepsze-akcje-marketingowe-netflixa/>, dostęp: 09.01.2021.

z liniowego na nieliniowy, a więc na taki, gdzie sam odbiorca decyduje w jaki sposób użytkuje treści telewizyjne. Ich odbiór za przyczyną platform streamingowych, a w dużej mierze właśnie Netflixa, ewoluował od *narrowcastingu* do *egocastingu*.

„Pojęcie egocastingu ma dwa znaczenia: pierwsze dotyczy zdolności odbiorcy do pełnej indywidualizacji i personalizacji odbieranych treści, drugie do tworzenia i emitowania treści dla zaspokojenia własnego ego. Odbiorca, widz staje się świadomym odbiorą, który może unikać treści, z którymi się nie zgadza, których nie akceptuje, nie lubi. Jednocześnie egocasting tak personalizuje odbiór, iż selektywność decyzji widza staje się paradoksalnie jego ograniczeniem. Nie skorzysta on bowiem z oferty, która może pozorne, jest poza jego zainteresowaniem. Odbiorca jedynie potwierdza przekonania, wartości, postawy, które akceptuje, przez co naraża się na niebezpieczeństwo stereotypizacji swojego światopoglądu. Z tendencji masowych mediów współczesny odbiór telewizji dąży do tendencji indywidualizmu”³².

Ważnym jest określenie roli, jaką pełni Netflix we współczesnej popkulturze. Według Słownika Języka Polskiego popkulturę rozumie się jako kulturę przeznaczoną dla masowego odbiorcy³³. Doktor nauk humanistycznych, badacz literatury i kultury popularnej Ksenia Olkusz wskazuje, że: „popkultura oferuje uwspólnioną płaszczyznę porozumienia i równie uwspólniony zbiór wyobrażeń, które przetwarzane są w powszechnej świadomości, bezustannie się przemieszczając, mutując, zmieniając, replikując.”³⁴ Natomiast Joanna Hańderek z Uniwersytetu Jagiellońskiego, która w swoim artykule pt. „Droga Samuraja” analizuje fenomen kultury popularnej i jej recepcje w wąskim i szerokim sensie, odwołuje się do holenderskiej badaczki kultury popularnej Jocke Hermes wskazując na to iż:

„Kultura popularna, o czym należy pamiętać, wedle Hermes staje się nośnikiem sensów wchodzących do powszechnej świadomości. Nie tylko, jak chce

³² J. Sosnowska, *Widz spersonalizowany – z problematyki odbioru telewizji tematycznej w Polsce*, „Media i Społeczeństwo” 2014, nr 4, s. 39.

³³ Słownik Języka Polskiego, sjp.pwn.pl, „Popkultura”, dostęp: 09.01.2021.

³⁴ K. Olkusz, *Wszechkultura jako dziedzina badawczej stygmatyzacji*, [w:] *50 twarzy popkultury*, red. K. Olkusz, Kraków 2017, s. 43.

Raisborough³⁵, formułujących świadomość człowieka, ale również pozwalających na wytworzenie swoistego języka wspólnoty. Ludzie zaczynają bowiem myśleć pewnymi schematami proponowanymi przez kulturę popularną, komunikować się poprzez odwołania do filmów, seriali czy reklam. Tak wytwarzana wspólnota przekracza granice i uwarunkowania lokalności, w jakiej żyje dany człowiek, wiążąc go z szerszym gronem odbiorców, a przez to pozwalając na pewne wspólnotowe odczuwanie i rozumienie rzeczywistości. Kultura popularna wedle Hermes daje interkulturowy kod porozumienia, tworzy nową płaszczyznę, na której wyrażane zostają nie tylko proste idee, ale również takie znaczenia, które mogą zmieniać światopogląd jej uczestników czy przemieszczać kulturowe symbole, modele i tym samym zmieniać kulturowe uwarunkowania³⁶.

Zgodnie z przytoczonymi definicjami, stwierdza się, że produkty Netflixa bez wątpienia stają się częścią kultury popularnej. Realizowane przez platformę streamingową filmy oraz seriale cały czas wprowadzają do popkultury nowe elementy. Ważnym zdaje się to, że produkcje Netflixu prowadzą do tworzenia się pewnej wspólnoty odbiorców treści oferowanych przez platformę streamingową, której obecność łatwo można zauważyć nie tylko korzystając z medium jakim jest Internet, ale również w świecie realnym podczas rozmowy z innymi użytkownikami Netflixu. Prowadzi to do zawiązania się swoistych więzi między odbiorcami, pewnych rytuałów w związku z np. premierą nowego sezonu danego serialu. Aktywność użytkowników Netflixu, a więc i twórców popkultury przejawia się także w formowaniu wspólnot fanowskich, skupiających się wobec wybranego filmu czy serialu. „Wspólnoty fanowskie mogą działać lokalnie i tworzyć się wśród jednostek utrzymujących ze sobą bliskie kontakty. Mogą też przyjmować charakter globalny, jednoczyć ludzi z różnych obszarów geograficznych, którzy nie muszą znać się osobiście i nie utrzymują ze sobą jakichkolwiek kontaktów, ale identyfikują się z danym fandomem i są świadomi jego globalnego zasięgu.”³⁷ Osoby utożsamiające się, czy przynależące do takich grup mogą m.in. manifestować to za pomocą elementu garderoby

³⁵ Profesor Jayne Raisborough jest uznanym badaczem i autorem. Prowadzi różnorodne badania, od etycznej konsumpcji po teorię feministyczną, a jej obecna praca koncentruje się na stygmatyzacji i nierównościach społecznych.

³⁶ J. Hańderek, *Droga Samuraja*, „Estetyka i Krytyka” 2013, nr 2, s. 65.

³⁷ K. Kiraga, *FANDOMY – Społeczności fanów i ich charakterystyka. Badanie praktyk fanowskich wśród uczniów bydgoskich szkół średnich*, Bydgoszcz 2019, s.6.

z motywem z określonego dzieła audiowizualnego (np. ubrania, na których widnieją główni bohaterowie serialu pt. *Stranger things*, dostępne w sieciówkach), organizowaniu spotkań dyskusyjnych czy zaznaczeniem zainteresowania daną produkcją, udzielając się na forach internetowych lub w mediach społecznościowych (grupy fanowskie na Facebooku jak np. *Stranger Things ~ Poland* – grupa poświęcona serialowi pt. *Stranger Things*, *Dark Poland* – grupa poświęcona niemieckiemu serialowi pt. *Dark* czy *Riverdale Polska* – grupa poświęcona serialowi pt. *Riverdale*).

Istotnym jest, że Netflix nie tworzy produktów dla masowego odbiorcy, a personalizuje treści. Adam Golański – dziennikarz portalu *dobreprogramy.pl* w autorskim artykule pt. *Netflix – zabójca popkultury i przyszłość ponadnarodowej rozrywki* wskazuje, że Netflix tworzy „Dla widza, nie dla widowni”³⁸. Dzięki danym zbieranym za pomocą stale aktualizowanego algorytmu, włodarze Netflixu dostrzegają czego odbiorcy w tym momencie od nich oczekują, jakiej rozrywki pożądają. Golański zaznacza również, że platforma przyczynia się do „obumierania” telewizji, ale paradoksem staje się to, że gatunki telewizyjne dzięki nowym sposobom ich realizacji zaproponowanym przez Netflix, prezentują nieporównywalnie wysoki jak dotąd poziom realizacyjny. Netflix na nowo pisze historię telewizji, „przemycza” do szeroko pojętej kultury nowoczesny styl odbiorcy, spychając w eter to, co tradycyjne i linearne. W artykule warto jednak zwrócić uwagę na jeszcze jeden aspekt dotyczący popkultury:

„Ten wychowujący kapryśnego widza Netflix, nawet jeśli sam sobie z tego końca nie zdaje sprawy, wypowiada wojnę temu modelowi (pop)kultury. Zaskoby fabryki snów, które poszłyby na tworzenie tradycyjnych blockbustów, idą dziś na produkcję zachłannie pochłanianych wielogodzinnych filmów, w których wcale nie trzeba walczyć o jednoczesne zebranie jak największej widowni. Każdemu według jego potrzeb, każdemu w jego tempie – internetowa telewizja, uwolniona od telewizyjnej ramówki, może pozwolić sobie na eksplorację tematów niszowych, które w globalnej skali przyciągną w swoim czasie wystarczająco wielu, by inwestycja w produkcję treści się opłacała”³⁹.

³⁸ <https://www.dobreprogramy.pl/Netflix-zabojca-popkultury-i-przyszloscponadnarodowej-rozrywki,News,71499.html>, dostęp: 09.01.2021.

³⁹ <https://www.dobreprogramy.pl/Netflix-zabojca-popkultury-i-przyszloscponadnarodowej-rozrywki,News,71499.html>, dostęp: 09.01.2021.

Dzięki zaprezentowanym przykładom i wcześniejszym rozważaniom na temat amerykańskiego dostawcy treści video można wysunąć wniosek, że Netflix nie jest już tylko częścią kultury – on sam zaczyna ją kształtować. Wpływ Netflix na otaczające nas środowisko medialne jest tak duży, że nie sposób nie zauważyć, że mamy do czynienia ze zjawiskiem „kultury Netflixa”. Można ją zdefiniować jako proces personalizacji treści, który prowadzi do zwiększenia roli jednostki w społeczeństwie, a także nadania jej uprawnień do kreowania własnej wizji rozrywki, wychodzącej poza schematy dotychczasowego przemysłu kulturalnego; mającej realny wpływ na postawy odbiorców.

Podsumowanie

Reasumując dokonaną przeze mnie analizę, a także przedstawione rozważania wnioskować można, że Netflix w dużej mierze stał się kreatorem i liderem treści telewizyjnych globalnego rynku. Spowodowane jest to wprowadzaniem przez firmę innowacyjnych rozwiązań oraz dostrzeżenie istotnej roli kreatywnego marketingu. Sukcesy platformy potwierdzają, że przemiany technologiczne nieustannie wpływają na publiczność, która nie pozwala sobie na monotonię i schematyzm. Szczególną rolę odgrywa teraz pandemia COVID-19, która spowodowała skupienie większej uwagi odbiorców na platformach streamingowych. Już dzisiaj Netflix wart jest na giełdzie więcej niż Disney⁴⁰. To niebywałe osiągnięcie, porównując historię i istnienie obu firm. Mimo, że produkcje Netflix stają się częścią szeroko pojętej popkultury, platforma w pewien sposób wypowiada wojnę dotychczas znanemu modelowi produkcji i konsumpcji treści produkowanych przez przemysł kulturalny. Skupia większą uwagę na jednostce, jej działania stają w opozycji do kultu masowego odbiorcy, który przez lata był domeną telewizji linearnej. Netflix stara się także dotrzeć do odbiorcy poprzez media społecznościowe czy realne akcje promocyjne prowadzone poza wirtualną rzeczywistością. Firma przyjmuje rolę innowatora otaczającej nas medialnej rzeczywistości.

⁴⁰ <https://popkulturyści.pl/netflix-disney-gielda-ile-jest-wart-na-gieldzie/>, dostęp: 10.01.2021.

Bibliografia

Literatura:

- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki* (po „Wielkim Bracie”), Kraków 2004.
- Hańderek J., *Droga Samuraja*, „Estetyka i krytyka”, Kraków 2013, nr 2.
- Kiraga K., FANDOMY – *Społeczności fanów i ich charakterystyka. Badanie praktyk fanowskich wśród uczniów bydgoskich szkół średnich*, Bydgoszcz 2019.
- Muszyńska K., *MUSISZ TO OBEJRZEĆ! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, [w:] *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, red. B. Panek, A. Wójtowicz, Lublin 2015.
- Olkusz K., *Wszechkultura jako dziedzina badawczej stygmatyzacji*, [w:] *50 twarzy popkultury*, Kraków 2017.
- Sosnowska J., *Widz spersonalizowany – z problematyki odbioru telewizji tematycznej w Polsce*, „Media i Społeczeństwo” 2014, nr 4.
- Szmidt O., *Czy telenowela może być jakościowa? Telewizja, hybrydowe gatunki i niepokalne poczucie*, [w:] *Seriale w kontekście kulturowym: Format, intertekst, adaptacja*, red. D. Bruszeńska-Przytuła, A. Krawczyk-Łaskarzewska, P. Przytuła, Olsztyn 2017.
- Sztąberek M., *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum” 2018, nr 20.

Netografia:

- <https://about.netflix.com/pl>, dostęp: 03.01.2021.
- <https://businessinsider.com.pl/media/internet/netflix-nadal-wysyla-plyty-dvd-do-domow-amerykanow/8dw1e2g>, dostęp: 04.01.2021.
- <https://electronics.howstuffworks.com/netflix2.htm>, dostęp: 04.01.2021.
- <https://event-live.pl/najlepsze-akcje-marketingowe-netflix/>, dostęp: 09.01.2021.
- <https://noizz.pl/film/bojack-horseman-pijany-w-krakowie-mamy-zdjecie-i-komentarz-netfliksa/15e825f>, dostęp: 09.01.2021.
- <https://omnimalizm.pl/porownanie-platform-streamingowych/>, dostęp: 06.01.2021.
- <https://popkulturyści.pl/netflix-disney-gielda-ile-jest-wart-na-gieldzie/>, dostęp: 10.01.2021.
- <https://screenrant.com/most-expensive-netflix-original-series-how-much-they-cost/>, dostęp: 05.01.2020.
- <https://spidersweb.pl/2016/01/netflix-historia.html>, dostęp: 04.01.2021.
- <https://www.antyradio.pl/Filmy-i-seriale/Seriale/Fani-stworzyli-petycje-online-Save-Lucifer-bo-chca-aby-powstaly-kolejne-sezony-Lucyfera-22604>, dostęp: 06.01.2021.

- <https://www.businessinsider.com/how-netflix-has-looked-over-the-years2016-4?IR-T#in-1999-netflix-hadnt-even-settled-into-its-red-color-scheme-yet-and-there-was-an-emphasis-on-net-and-flix-as-two-separate-entities-the-name-was-stylized-netflix-and-there-were-things-like-flixfinder-what-it-called-its-search-feature-1>, dostęp: 04.01.2021.
- <https://www.bustle.com/p/what-was-netflix-like-20-years-ago-spoiler-alert-its-almost-unrecognizable-79755>, dostęp: 04.01.2021.
- <https://www.cnn.com/2017/05/23/netflix-ceo-reed-hastings-on-how-the-company-was-born.html>, dostęp: 03.01.2021.
- <https://www.dobreprogramy.pl/Netflix-zabojca-popkultury-i-przyszlosconadnarodowej-rozrywki,News,71499.html>, dostęp: 09.01.2021.
- <https://www.spidersweb.pl/rozrywka/2019/01/25/binge-watching-w-polsce-badanie-seriale/>, dostęp: 08.01.2021.
- <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/krzysztof-gonciarz-i-znani-influencerzy-promuja-czarne-lustro-netflixa>, dostęp: 08.01.2021.
- <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/telewizja-przegrywa-ze-streamingiem-w-polsce-milion-uzytkownikow-netfliksa-polska-serwisy-vod-jak-korzystac>, dostęp: 06.01.2021.
- <https://youtu.be/90iDy3YmlBk>, dostęp: 08.01.2021.
- <https://youtu.be/RXgAW1BiQQE>, dostęp: 08.01.2021.
- Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego Najnowsze Słownictwo Polskie, nowewyrazy.uw.edu.pl, „binge-watching”, dostęp: 08.01.2021.
- Słownik Języka Polskiego, sjp.pwn.pl, „Popkultura”, dostęp: 09.01.2021.

Natalia Zburzyńska

Produkcja medialna

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

nataliazbu8@gmail.com

„OBÓJ GABRIELA” ENNIO MORRICONEGO JAKO PRZYKŁAD DZIEŁA ODCZYTYWANEGO POZA KONTEKSTEM

*„Gabriel's Oboe” by Ennio Morricone as an example of a work
read out of context*

Streszczenie

Tematem pracy jest analiza kompozycji Ennio Morriconego do filmu Rolanda Joffého *Misja*. Celem niniejszej publikacji jest zbadanie tego, jak ten utwór funkcjonuje poza swoim oryginalnym kontekstem, tj. poza filmem. W tym celu przeprowadzono ankiety internetowe na stronie popularnego serwisu społecznościowego Facebook. Osoby, które wzięły udział w badaniu, odpowiadały na szereg pytań odnoszących się do podstawowych informacji na temat utworu. W wyniku przeprowadzonego badania można stwierdzić, że utwór jest znany większości osób ankietowanych, jednak nie są one w stanie wskazać jego oryginalnego źródła. Ta znajomość wynika z faktu, że *Obój Gabriela* jest utworem bardzo często wykonywanym przez profesjonalistów i dzięki temu stał się rozpoznawalnym elementem współczesnej popkultury. W artykule zwraca się uwagę na pewne zjawiska, które przyczyniły się do takiego właśnie przeniesienia kulturowego.

Słowa kluczowe: Ennio Morricone, Obój Gabriela, muzyka filmowa, utwór muzyczny

Summary

The subject of the work is the analysis of Ennio Morricone's composition for the Roland Joffé's film *Mission*. The aim of this publication is to investigate how this piece of music functions outside its original context, namely outside the film. For this purpose, online surveys were conducted on the website of a popular social networking site called Facebook. The people who took part in the survey answered a number of questions related to the basic information about the piece. As a result of the research, it can be stated that the work was known to most of the respondents. However, they were not able to indicate its original source. This knowledge derives from the fact that Gabriel's oboe is a piece that is very often performed by professionals, and it has become a recognizable element of contemporary pop culture. The article highlights some of the phenomena that have contributed to such a cultural transfer.

Keywords: Ennio Morricone, Gabriel's Oboe, movie soundtrack, piece of music

Wstęp

Współczesna popkultura jest zjawiskiem wielowymiarowym i wieloaspektowym. Jednym z jej fenomenów jest przenikanie się różnych poziomów i form aktywności twórczej człowieka. Cechuje ją fakt, iż twórcy wykorzystują istniejące symbole, obrazy, kształty, dźwięki i nadają im nowe znaczenie, które odchodzi od oryginalnego kontekstu. W ten sposób dzieła stają się transformacją swojego pierwowzoru. Zjawisko to może doprowadzić do poszerzenia dostępności wytworów współczesnej popkultury, co skutkuje łatwiejszą dostępnością ich odbioru.

Przykładem takiego dzieła jest kompozycja Ennio Morriconego pt. *Obój Gabriela*. Utwór ten został skomponowany na potrzeby filmu i należy do kanonu muzyki filmowej. Celem niniejszej pracy jest zbadanie czy fragment muzyczny, pochodzący pierwotnie z filmu *Misja*, rozwija się w zupełnie nowych kontekstach.

W badaniu postawiono trzy kluczowe pytania, które stały się punktem wyjścia do jakościowej analizy zakreślonego w tytule artykułu tematu. Po pierwsze, w jaki sposób utwór funkcjonuje poza przestrzenią filmową? Po drugie, w jakim stopniu utwór jest rozpoznawalny przez respondentów? Po trzecie, czy ankietowani potrafią zidentyfikować utwór z jego pierwotnym kontekstem?

Aby uzyskać odpowiedzi na tak postawione pytania, przygotowano ankietę składającą się z 14 pytań, które dotyczyły znajomości wspomnianej kompozycji Ennio Morriconego i podstawowych informacji na jego temat (tytuł, kompozytor, nazwa filmu, z którego pochodzi). W badaniu udział wzięło 50 osób w różnym wieku i o różnym stopniu doświadczenia muzycznego.

Główną inspiracją do podjęcia tego tematu badań było przekonanie, że wielu profesjonalnych muzyków wykonuje utwór *Obój Gabriela* na koncertach i w nagraniach udostępnianych na stronach internetowych, dzięki czemu jest on powszechnie dostępny.

Muzyka Ennio Morriconego w filmie *Misja*

Dramat filmowy pt. *Misja* powstał w 1986 roku. Film przedstawia, opartą na faktach, historię misji prowadzonej przez jezuitów na terytorium Ameryki Południowej w 1750 roku. Reżyserem filmu jest Roland Joffé, a twórcą scenariusza Robert Bolt. Muzykę do filmu skomponował włoski kompozytor Ennio Morricone. W główne postacie wcielili się: Jeremy Irons (Ojciec Gabriel) i Robert De Niro (Rodrigo Mendoza)¹. Film został nagrodzony i wyróżniony na wielu festiwalach, m.in. otrzymał Złotą Palmę w Cannes i hollywoodzki Złoty Glob. *Misja* została również wyróżniona na watykańskiej liście 45 ważnych i wartościowych filmów fabularnych, stworzonej przez Papieską Radę ds. Środków Społecznego Przekazu w 1995 roku².

Niewątpliwie film zasługuje na najwyższe uznanie. Reżyseria, scenariusz i niezapomniana muzyka tworzą filary, które spajają film w całość. Jest to zasługa wybitnych twórców, których odpowiednia współpraca zaowocowała niezapomnianym dziełem filmowym.

Wybitny polski kompozytor Krzysztof Komeda o muzyce filmowej pisał tak:

„Rozróżniam dwie podstawowe możliwości zastosowania muzyki filmowej:

1. na zasadzie motywu przewodniego, który umiejętnie zastosowany może obsłużyć cały film, np. motyw trąbki w *La Strada*, który spełnia tam szereg funkcji. Taką melodyjkę najczęściej pamięta się po wyjściu z kina;

¹ <https://www.filmweb.pl/film/Misja-1986-1037>, dostęp: 6.01.2021.

² <https://www.imdb.com/list/ls063880308/>, dostęp: 8.01.2021.

2. na zasadzie dania bogatego i zróżnicowanego materiału muzycznego, który będzie wpleciony w całość, nieraz w sposób bardzo subtelny i wyrafinowany. Niestety takiej muzyki najczęściej widz nie zauważa, nie pamięta, ale i fachowiec nie zawsze dostrzeże wszystkie jej niuanse”³.

Muzyka Ennio Morriconego do filmu *Misja* wpisuje się w pierwszy schemat opisany przez Komedę. Po obejrzeniu filmu zapamiętuje się ważne i kluczowe sceny, którym towarzyszy temat przewodni *Oboju Gabriela*⁴. Melodia stała się wizytówką filmu i weszła do kanonu najbardziej znanych utworów muzyki filmowej. Obok *Oboju Gabriela* wybrzmiewa też wiele innych melodii, które udźwiękawiają i nadają charakteru różnym scenom.

Wyjątkowość muzycznych utworów wykorzystanych w filmie wynika z przemyślanej strategii kompozytorskiej, którą Ennio Morricone przedstawił w książce z 2013 roku⁵. Zaznaczył, że komponował swoje utwory, czerpiąc z trzech głównych inspiracji. Pierwsza to muzyka etniczna pochodząca z Ameryki Południowej, przede wszystkim, z terenów Argentyny i Kolumbii. Druga, muzyczne tradycje kościoła katolickiego. Trzecią inspiracją był instrument-obój, który symbolizuje rozwiniętą kulturę europejską. Ważny jest też fakt, że Morricone pisząc muzyczny temat oboju nawiązywał harmonią do renesansowych motetów Palestriny⁶.

Polski badacz Henryk Kuźniak uważa, że „film jest filmem dźwiękowym nie wtedy, kiedy towarzyszy mu dźwięk w ogóle, ale tylko wtedy, kiedy dźwięk współtworzy strukturę audiowizualną, w której elementy audytywne są zarówno w sensie dramaturgicznym, jak i znaczeniowym istotne dla bytu danej

³ K. Komeda, *Rola muzyki w dziele filmowym*, „Kwartalnik Filmowy” 1961, nr 2(42), s. 35-38.

⁴ Org. *Gabriel's Oboe*.

⁵ E. Morricone, S. Miceli, *Composing for the Cinema. The Theory and Praxis of Music in Film*, Lanham, Boulder, Nowy York, Toronto, Plymouth 2013, s. 166.

⁶ Giovanni Pierluigi da Palestrina był włoskim, renesansowym kompozytorem. Twórcą polifonicznego stylu wokalnego, zw. stylem palestrinowskim. Wśród jego kompozycji wyróżnia się religijne formy wokalne tj. msze, motety, hymny, lamentacje, litanie. Żył w latach 1525-1594. Styl palestrinowski cechuje staranność w oddaniu tekstu, prostota melodii i dbałość o dobre współbrzmienie głosów. Charakterystyczne dla stylu palestrinowskiego są tzw. akordy palestrinowskie, czyli opadające pochody akordów sekstowych. Nadają one utworom majestetyczny, poważny nastrój i spokojne, mityczne brzmienie.

formy”⁷. Muzyka skomponowana przez Morriconego tworzy niezapomniany nastrój i dzięki niej widz głębiej odbiera jej ważność, ale również znaczenie wizualne obrazu filmowego.

Obój Gabriela – przedstawienie

Obój Gabriela to przewodni utwór muzyczny w filmie *Misja*. Pełni funkcję tematu głównego, który wraca w różnych znaczących momentach fabuły. W filmie pojawia się osiem razy. Siedem razy towarzyszy rozgrywającym się wydarzeniom, natomiast ósme powtórzenie tematu słychać przy napisach końcowych.

Obój Gabriela rozbrzmiewa po raz pierwszy w 10. minucie filmu i jest to moment bardzo znaczący dla fabuły. Otóż po heroicznej wspinaczce wzdłuż wodospadu, ojciec Gabriel, główny bohater tej historii, dociera do wioski położonej w sercu dżungli, w której ma zamiar spotkać się z tubylcami, Indianami Guarani. Przysiadając na kamieniu i zaczyna grać na oboju melodię (muzyczny temat przewodni filmu). Tubylcy zasłuchani i zauroczeni dźwiękami instrumentu podchodzą coraz bliżej do kapłana. Muzyka w tym miejscu staje się pewnym symbolicznym głosem, który w sposób bardziej zrozumiały niż język ludzki, przemawia do Indian.

Interesujące zjawisko, pod względem dźwiękowym, można zauważyć w pierwszych sekundach granej melodii. Pojawia się ona jako przykład muzyki diegetycznej⁸. Ojciec Gabriel zaczyna grę na instrumencie w sposób niepewny, z lękiem i ostrożnością, co odzwierciedla rzeczywisty stan emocjonalny bohatera. Poza tym, w czasie trwania tej sceny nie słychać innej dodatkowej muzyki ani akompaniamentu. Następnie, po pięciu dźwiękach pojawia się obraz ukazujący dżunglę z lotu ptaka. Dźwięk w tym momencie, zmienia się i wybrzmiewa z pogłosem. Symbolicznie wypełnia przestrzeń będącą miejscem rozgrywanej akcji filmowej, w pewien sposób „nawołując” Indian do wzięcia udziału w muzycznej uczcie. Można uznać, że dźwięk wydobywany z oboju przez ojca Gabriela, może symbolizować samego Boga, który w muzyczny sposób przemawia

⁷ H. Kuźniak, *Analiza strukturalna i treściowa obrazu filmowego. Punkt wyjścia ukształtowania warstwy dźwiękowej filmu*, Łódź 2011, s. 25.

⁸ Muzyka diegetyczna jest ściśle związana z wytworzoną sytuacją obrazową w filmie. To muzyka, której źródło można odnaleźć na obrazie, np. osoba gra na instrumencie, a jego brzmienie dobrze słychać. Jest to melodia, którą odbiera widz jak również bohater filmu.

do swoich przyszłych wiernych. O takiej symbolicznej funkcji muzyki pisze Lissa w książce z 1937 roku:

„Wśród rzadziej w praktyce filmowej stosowanych funkcji muzyki wobec obrazu, jedną z ważniejszych jest ta, w której muzyka posiada rolę symbolu. [...] Muzyka, zastosowana w ten sposób symbolizuje treści psychiczne nie jednej osoby czy sceny, oddaje charakter nie jednego zjawiska czy ruchu, ale całego kompleksu czynników jednej i drugiej kategorii. Odnosi się zatem nie do jednej z poszczególnych wymienionych warstw utworu filmowego, ale od tej całości, która i tak w przeżyciu odbiorcy jest dana w sposób niepodzielny. Poza tym może też odnosić się do takich właściwości danych przedmiotów przedstawionych na ekranie, których ani na drodze wzrokowej, ani słuchowej uchwycić nie można”⁹.

W 13. minucie, po raz pierwszy, utwór *Obój Gabriela* pojawia się jako muzyka niediegetyczna¹⁰. Akompaniuje scenie, w której ojciec Gabriel zostaje otoczony przez Indian. Prowadzą go do wioski, dzięki czemu jego misja zostaje, w sposób symboliczny, zapoczątkowana. Od tego momentu, każdy następny pokaz tematu muzycznego realizowany jest z wykorzystaniem różnej instrumentacji i z towarzyszeniem akompaniamentu orkiestrowego.

Kolejnych pięć scen, w których pojawia się utwór *Obój Gabriela*, stanowią ważne i znaczące momenty fabuły, między innymi: kluczowa scena przemiany jednego z bohaterów, wizyta kardynała Altamirano, czy też bitwa, która doprowadza do śmierci dwóch głównych bohaterów (Rodrigo i ojca Gabriela). W każdej ze scen, w której wybrzmiewa główna melodia, pojawia się również postać ojca Gabriela.

⁹ Z. Lissa, *Muzyka i film. Studium z pogranicza ontologii, estetyki i psychologii muzyki filmowej*, Lwów 1937, s. 85-86.

¹⁰ Muzyka niediegetyczna, według Piotra Pomostowskiego, to muzyka niesłyszalna dla bohaterów filmowych, jednak słyszalna przez widza. Są to wszystkie dźwięki, które budują napięcie i znaczenie rozgrywanej akcji. Ten rodzaj muzyki jest bardzo istotny dla jej przebiegu. Zob.: P. Pomostowski, *Muzyka w filmie*, Warszawa 2019, s. 76.

Obój Gabriela – analiza muzykologiczna

Utwór *Obój Gabriela* występuje w filmie w wesołej i pogodnej tonacji D-dur. Budowa utworu jest prosta, a funkcje związane są z podstawowymi funkcjami toniki, subdominanty i dominanty. Harmonia jest klarowna i nie występuje w niej dysonanse, nieczystości. Jedynie w niektórych momentach następuje zawieszenie akordowe, inaczej opóźnienie, które rozwiązuje się w następnym akordzie. Zatem zachowana jest podstawowa harmonia. Głos solowy również byłby dość prosty w swojej budowie melodycznej i harmonicznnej, gdyby nie dodane ornamentacje, obiegniki, które urozmaicają melodię. Załączona grafika to fragment zapisu nutowego¹¹, który ukazuje w pierwszej linii, solową melodię utworu. Kolejne dwie linie to podstawa harmoniczna grana przez głos akompaniujący. Autor zaznaczył pod najniższymi dźwiękami nazwy funkcji (T-tonika, S-subdominanta, D-dominanta). Nad dźwiękami melodii, wypisane są akordy, które wynikają z funkcji i rozstawienia poszczególnych dźwięków. Duża litera odnosi się do akordu durowego, mała do akordu mollowego.

Grafika nr 1

The musical score consists of three staves. The top staff is for Organ I, the middle for Organ II, and the bottom for Piano. The key signature is D major (two sharps). The time signature is 4/4. The Organ I staff features a melodic line with various ornaments (trills, grace notes) and is marked with dynamics like *mf* and *mp*. Above the Organ I staff, chord symbols (D, D, A7, D, D, G, A7, D) and functional labels (T, D7 4-3, T, S, S 4-3, D7, T) are written. The Organ II and Piano staves provide harmonic accompaniment with block chords and single notes. The Piano staff also has functional labels (T, D7 4-3, T, S, S 4-3, D7, T) and chord symbols (G7, E7, A, D, D7, h, h7) written above it. The Piano staff has functional labels (S7, S7, D, T, T7, Tvi) written below it.

Źródło: opracowanie własne

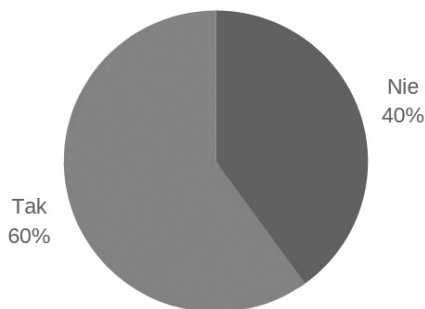
¹¹ <http://www.organum.pl/images/pdf/gabriel.pdf>, dostęp: 9.01.2021.

Szczególne znaczenie w budowie utworu odgrywa zatem harmonia zawarta w głosie akompaniującym. To ona wprowadza melodyczne tło, które swoją przejrzystością i czystym brzmieniem nawiązuje do muzycznych tradycji kościelnych dawnych wieków.

***Obój Gabriela* Ennio Morriconego jako utwór muzyczny nieutożsamiany z oryginalnym źródłem**

Badanie funkcjonowania utworu *Obój Gabriela* w przestrzeni pozafilkowej zostało przeprowadzone za pośrednictwem popularnego serwisu społecznościowego Facebook. Polegało ono na zrealizowaniu anonimowych ankiet internetowych, w których wzięło udział 50 osób. 30 ankietowanych było muzykami, reszta, to osoby, które zawodowo nie są związane z muzyką. 41 badanych to kobiety, z czego 26 zajmuje się muzyką. 9 badanych to mężczyźni, z czego 4 jest muzykami. Poniższy diagram przedstawia odpowiedź na pytanie: Czy jest Pan/Pani muzykiem?

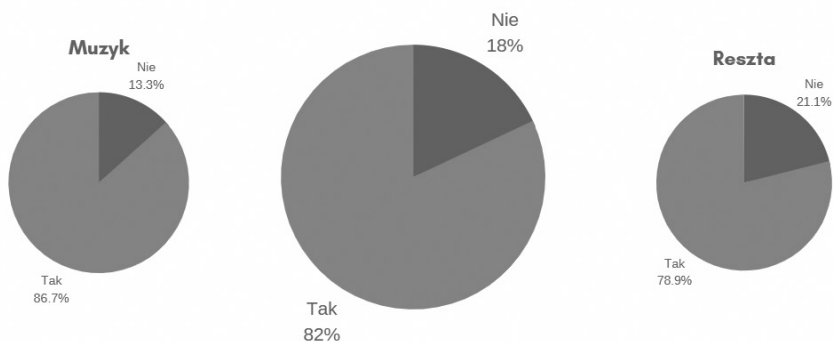
Diagram nr 1



Źródło: opracowanie własne

Ankietowani wysłuchali dwuminutowego fragmentu muzycznego z utworu *Obój Gabriela*, wykonanego przez orkiestrę symfoniczną¹². Następnie odpowiedzieli na 14 pytań, z czego 10 było zamkniętych, 4 były otwarte.

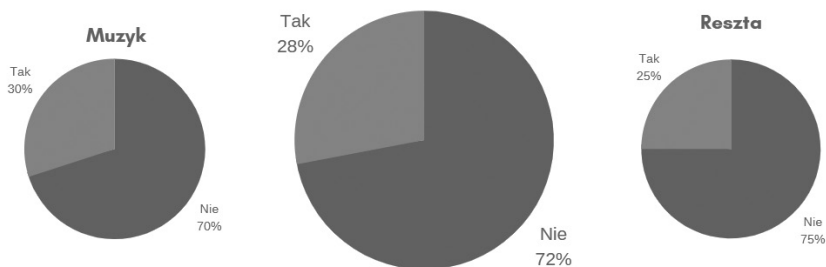
¹² <https://www.youtube.com/watch?v=9TN4BPZI7ek>, dostęp: 6.01.2021.

Diagram nr 2

Źródło: opracowanie własne

Badanie wykazało, że 82 procent ankietowanych zna utwór lub usłyszała melodia nasuwa badanym bliżej nieokreślone skojarzenia. To oznacza, że 41 osób z 50 pytanых zidentyfikowało poprawnie wysłuchany fragment muzyczny. Wśród muzyków ten odsetek jest jeszcze wyższy (26 na 30 co stanowi 86 procent). Osoby, które nie są muzykami większość, to jest 15 osób na 20, również zna ten utwór (Diagram nr 2).

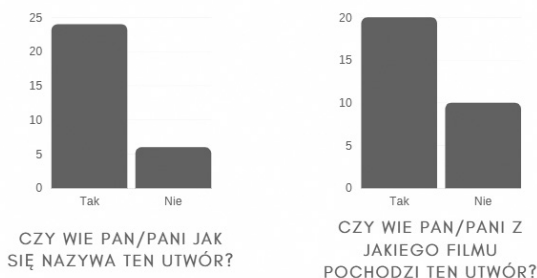
Większość badanych jednak nie zna filmu, z którego pochodzi badana melodia i zdecydowana większość tego filmu nie oglądała. Zjawisko to potwierdziło 72 procent ankietowanych. Jest to 36 osób na 50, w tym 21 na 30 muzyków (Diagram nr 3).

Diagram nr 3

Źródło: opracowanie własne

Warto przyrzeć się dwóm kolejnym pytaniom. 21 ankietowanych muzyków odpowiedziało, że wykonywało ten utwór. Można zatem wysnuć wniosek, że ich znajomość tytułu i źródła pochodzenia utworu wynikała z ich zawodowych doświadczeń. 24 muzyków odpowiedziało trafnie, że utwór nosi nazwę *Obój Gabriela* lub w oryginale *Gabriel's Oboe*.

Diagram nr 4

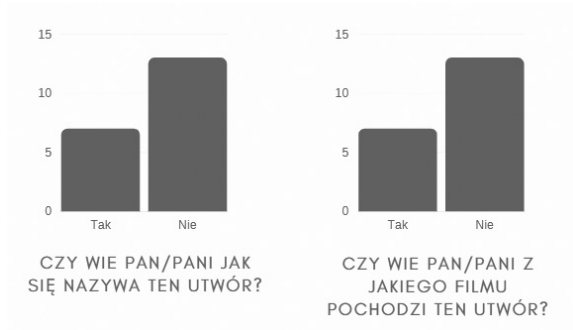


Źródło: opracowanie własne

20 muzyków odpowiedziało również, że utwór pochodzi z filmu *Misja* lub *The Mission* (Diagram nr 4).

Wskaźniki te zmieniają się przy odpowiedziach osób niebędących muzykami. 13 osób z 20 nie wie, jak się nazywa utwór i z jakiego filmu pochodzi (Diagram nr 5).

Diagram nr 5



Źródło: opracowanie własne

Ankieta kończy się pytaniem o skojarzenia, jakie wywołuje u odbiorcy badany fragment muzyczny. Po przeanalizowaniu wszystkich odpowiedzi można je podzielić na trzy grupy tematyczne: pierwsza dotyczy emocji i stanów, druga związana jest z naturą, trzecia dotyczy sfery sacrum.

Skojarzenia wskazane przez ankietowanych:

1. Skojarzenia dotyczące emocji i stanów:
 - Szczęśliwe zakończenie
 - Spokój
 - Miłość
 - Bezpieczeństwo
 - Radość
 - Zaduma
 - Refleksja
 - Relaks
 - Nadzieja
 - Harmonia
 - Wzruszenie
 - Błogi stan
 - Piękno
 - Przemijanie
 - Cisza
 - Nostalgia
2. Skojarzenia dotyczące natury:
 - Zieleń
 - Wodospad
 - Piękno przyrody
 - Łono natury
 - Przyroda
 - Natura
 - Ładne miejsce, np. klif nad morzem o zachodzie słońca
3. Skojarzenia związane ze sferą sacrum:
 - Duchowość
 - Raj
 - Nieziemskość
 - Niebiańskie dźwięki
 - Anioł

- Niebo
- Ślub

Niektóre z wyżej wymienionych skojarzeń powtarzały się kilkakrotnie. Tak było np. ze słowem „ślub”. Pojawiło się ono 10 razy. Wypisane zostało przez dziesięciu muzyków, z czego dziewięciu wykonywało ten utwór.

W praktyce wykonawczej muzyków bardzo częstym i powtarzającym się zjawiskiem jest wykonywanie muzyki klasycznej lub rozrywkowej na uroczystościach okolicznościowych. Jest to powszechnie znana i popularna forma urozmaicenia i ubogacenia takich wydarzeń. Są to między innymi okazje związane z obrzędami Kościoła katolickiego, a przede wszystkim, uroczystości zawarcia związku małżeńskiego. Oprócz obrzędów kościelnych muzycy towarzyszą gościom również przy świeckim obrzędzie ślubnym lub przy konsumpcji posiłków (tzw. granie do kotleta). Ze względu na charakter wydarzenia muzycy są zobowiązani do proponowania odpowiedniego do okoliczności repertuaru muzycznego. Najczęściej w świątyniach religijnych wykonywane są utwory sakralne znanych klasycznych lub romantycznych kompozytorów. Poza obrzędami religijnymi najczęściej słychać muzykę rozrywkową lub znane melodie z kanonu muzyki filmowej. Utworem, który w tym przypadku jest kompozycją uniwersalną i wykorzystuje się go w obydwu wymienionych przypadkach, jest właśnie *Obój Gabriela* Ennio Morriconego.

Wśród kolejnych skojarzeń osób badanych pojawiło się także zdanie: „Z jednej strony sama muzyka jest spokojna i błoga, jednak jako muzyk wykonujący ten utwór wielokrotnie nie mogę oderwać od siebie skojarzenia z *pracą* i w pewnym sensie ze zmęczeniem oraz nudą.” To dowodzi, jak często utwór ten wykorzystywany jest na ceremoniach i uroczystościach, którym mogą towarzyszyć instrumenty muzyczne. Następne skojarzenie: „Ślub, chociaż nie widzę związku” dowodzi, że utwór ten wykonywany jest przez muzyków podczas uroczystości i ceremonii religijnych (przede wszystkim na ślubach), pomimo tego, że nie jest to utwór religijny, i że osoby, które go wybierają, nie znają ani jego pochodzenia, ani kontekstu. Skupiają się jedynie na jego przyjemnej formie.

Kolejne pytanie dotyczyło tego, skąd badany zna utwór *Obój Gabriela*. 23 osoby odpowiedziały, że wykonywały ten utwór (46 procent), 16 ankietowanych (36 procent) odpowiedziało, że słyszało w kościele, a jedna, że było wykonywane na jej ślubie. Powyższe odpowiedzi pozwalają uznać, że ceremonie kościelne stanowią główne źródło znajomości tego utworu.

Ankietowani wskazali również inne źródła, jakimi są, przede wszystkim, koncerty (14 osób) i filmy na stronie YouTube (10 osób). Te dwa źródła dotyczą sytuacji, gdy utwór *Obój Gabriela* jest wykonywany przez profesjonalnych, znanych muzyków. Kompozycja jest zaaranżowana na potrzeby ich wykonawstwa, modyfikowana jest tonacja i instrumentacja. Oryginalnie głos solowy gra obój z towarzyszeniem orkiestry symfonicznej. W tej chwili, na popularnej stronie internetowej YouTube, znaleźć można wiele różnych bardzo ciekawych wykonania, np. głos solowy grany przez dwie wiolonczele z towarzyszeniem orkiestry kameralnej¹³, aranżacja na duet skrzypce i wiolonczelę z towarzyszeniem organów¹⁴ (nagranie jest dostępne na kanale „Skrzypce na ślub” na stronie YouTube). Następną aranżacją to taka, w której główny głos grany jest przez klarnet z towarzyszeniem orkiestry¹⁵, przez trąbkę z towarzyszeniem orkiestry symfonicznej¹⁶, przez flet poprzeczny z towarzyszeniem akompaniamentu pianina¹⁷. Ostatnim przykładem jest nagranie brytyjskiego ślubnego kwartetu smyczkowego, który wykonuje aranżację na cztery instrumenty smyczkowe¹⁸.

Wnioski

„*Gabriel’s Oboe*, temat przewodni z filmu *Misja* (1986), to melodia, która żyje dziś własnym życiem. To taka muzyka filmowa, która – parafrazując Alexandre’a Desplata¹⁹ – potrafi sama się obronić. Funkcje, jakie ów utwór pełni w filmie Joffego, są jednak nie mniej istotne niż wartość tej kompozycji sama w sobie”²⁰. Przeprowadzone badanie potwierdziło powyższe obserwacje Piotra Pomostowskiego. Utwór *Obój Gabriela* funkcjonuje w sposób autonomiczny w szeroko pojętej kulturze masowej. Jest znany i lubiany, chociaż przeważnie poza jego kontekstem źródłowym.

¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=Dxxg6NenmbQ>, dostęp: 8.01.2021.

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=0ccjzjgzyQg>, dostęp: 8.01.2021.

¹⁵ https://www.youtube.com/watch?v=VXVuYCBV_tE, dostęp: 8.01.2021.

¹⁶ https://www.youtube.com/watch?v=_KHeqZL0HbY, dostęp: 8.01.2021.

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=-hH8KE6-1pU>, dostęp: 8.01.2021.

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=BxSu0ZVDiXU>, dostęp: 8.01.2021.

¹⁹ Francuski kompozytor filmowy. Twórca muzyki do filmów m.in. „Jak zostać królem”, „Ciekawy przypadek Benjamina Buttona”, „Grand Budapest Hotel”.

²⁰ P. Pomostowski, *Muzyka w filmie*, Warszawa 2019, s. 85.

Przeprowadzone badanie potwierdziło tezę zawartą w temacie publikacji. Większość osób zna utwór muzyczny, utożsamiając go z kontekstami, z którymi oryginalnie nie ma nic wspólnego. Utwór ten jest, przede wszystkim, trwale zakorzeniony w literaturze wykonawczej muzyków. Udział w ankiecie różnych osób, a przede wszystkim przedstawicieli środowiska muzycznego wpłynął jednoznacznie na wskazany wynik badania.

Warto zwrócić uwagę na to, że 72 procent ankietowanych nie zna oryginalnego źródła, z którego pochodzi omawiany utwór muzyczny. Pomimo tego ich skojarzenia były trafne i nawiązywały do fragmentu filmu, w którym po raz pierwszy pojawia się *Obój Gabriela* Ennio Morriconego. Skojarzenia te były pozytywne, często związane z naturą, która jest jednym z głównych elementów świata przedstawionego w filmie. Były to również skojarzenia dotyczące sfery duchowej, czyli *sacrum*. Przedstawione wnioski wskazują na to, że Ennio Morricone w mistrzowski sposób wykonał swoją pracę kompozytorską. W samej konstrukcji muzycznej zawarł konteksty, które dla niewykształconego muzycznego słuchacza są przejrzyste i klarowne.

Warto zastanowić się więc, na czym polega sekret takich interpretacji. Na pierwszy rzut oka wydawać by się mogło, że jest to zasługa głosu solowego. Gdyby jednak usunąć z tego głosu ozdobniki i obiegniki, okazałoby się, że pozostałe nuty to statyczne dźwięki, w których wykorzystano podstawowe wartości ćwierćnutowe i ósemkowe. Kluczem są jednak współbrzmienia harmoniczne. W utworze *Obój Gabriela* zastosowano prostą harmonię w tonacji D-dur, która zbudowana jest na podstawowych stopniach triady harmoniczej²¹: tonice, subdominancie i dominancie. Zachowanie nieskomplikowanych przebiegów funkcyjnych daje uczucie stabilności tonacji i uporządkowania, które było wykorzystywane w renesansowej twórczości sakralnej Palestriny i muzycznej tradycji kościoła katolickiego. Jak wspomniano wyżej Ennio Morricone uznał obydwie inspiracje za bazowe dla swojej kompozycji.

By odpowiednio zrozumieć utwór muzyczny *Obój Gabriela* nie trzeba znać jego oryginalnego kontekstu. Wywołuje on pozytywne odczucia w każdej tonacji i w każdej aranżacji oraz w wykonaniu każdego muzyka. Jest to więc muzyka doskonała, która nie potrzebuje swojego źródła, by móc funkcjonować swoim „własnym życiem”. Zdarza się często, że wykonawcy nie znają filmu,

²¹ Triada harmoniczna to trzy podstawowe trójdźwięki zbudowane na pierwszym, czwartym i piątym stopniu gamy. Akordy te kolejno nazywane Tonika, Subdominanta, Dominanta stanowią system tonalny oparty na skalach durowej i mollowej.

z którego pochodzi ten utwór, co sprawia, że nie potrafią odpowiednio zinterpretować jego tytułu. Przypuszczalnie niektórzy utożsamiają imię Gabriel z postacią anioła, a nie z głównym bohaterem filmu *Misja*.

Bibliografia

Literatura:

Arijon D., *Gramatyka języka filmowego*, Warszawa 2008.

Komeda K., *Rola muzyki w dziele filmowym*, „Kwartalnik Filmowy” 1961, nr 2(42), s. 35-38.

Kowalska M., *ABC Historii muzyki*, Kraków 2001.

Kuźniak H., *Analiza strukturalna i treściowa obrazu filmowego: punkt wyjścia dla ukształtowania warstwy dźwiękowej filmu*, Łódź 2001.

Lissa Z., *Muzyka i film. Studium z pogranicza ontologii, estetyki i psychologii muzyki filmowej*, Lwów 1937.

Morricone E., Miceli S., *Composing for the Cinema. The Theory and Praxis of Music in Film*, Lanham, Boulder, Nowy York, Toronto, Plymouth 2013.

Pomostowski P., *Muzyka w filmie*, Warszawa 2019.

Wójcik D., *Nauka o muzyce. Wiadomości wstępne, instrumenty, formy i polska muzyka ludowa*, Kraków 2006.

Yewdall D. L., *Dźwięk w filmie. Teorie i praktyka*, Warszawa 2011.

Netografia:

<https://www.filmweb.pl/film/Misja-1986-1037>, dostęp: 6.01.2021.

<https://www.imdb.com/list/ls063880308/>, dostęp: 8.01.2021.

<http://www.organum.pl/images/pdf/gabriel.pdf>, dostęp: 9.01.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=9TN4BPZI7ek>, dostęp: 6.01.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=Dxxg6NenmBQ>, dostęp: 8.01.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=0ccjzjgzyQg>, dostęp: 8.01.2021.

https://www.youtube.com/watch?v=VXVuYCBV_tE, dostęp: 8.01.2021.

https://www.youtube.com/watch?v=_KHeqZL0HbY, dostęp: 8.01.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=-hH8KE6-1pU>, dostęp: 8.01.2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=BxSu0ZVDiXU>, dostęp: 8.01.2021.

Agnieszka Janiszewska

Pedagogika

Szkoła Doktorska Nauk Społecznych Uniwersytetu Łódzkiego

agnieszka.janiszevska@edu.uni.lodz.pl

**PSYCHOWŁADZA, EKONOMIA UWAGI,
INFANTIA JAKO PRZYKŁADY WSPÓŁCZESNYCH
SPOŁECZNO-KULTUROWYCH INHIBITORÓW
SAMOREALIZACJI TWÓRCÓW**

***Psychopower, economy of attention, infantia as examples
of contemporary socio-cultural inhibitors of self-realization
of creators***

Streszczenie

Celem artykułu jest analiza wybranych zjawisk społeczno-kulturowych, związanych z dominacją technologii cyfrowych, w kontekście ich wpływu na samorealizację twórców (naukowców, artystów). Podkreślono wagę koncentracji uwagi jako niezbędnego warunku twórczości i samorealizacji. Opisane zostały możliwe inhibitory procesu samorealizacji i procesu twórczego związane ze współcześnie dominującymi sposobami komunikacji z użyciem technologii cyfrowych, czyli *psychowładza*, *ekonomia uwagi* i *infantia*.

Słowa kluczowe: psychowładza, ekonomia uwagi, infantia, inhibitory samorealizacji, inhibitory twórczości

Summary

The aim of this article is to analyse selected socio-cultural phenomena related to the dominance of digital technologies in the context of their impact on the self-realization of creators (scientists, artists). The importance of focus as a necessary condition for creativity and self-realization has been emphasized. Furthermore, the potential inhibitors of self-realization and creative processes related to the currently dominant methods of communication with the use of digital technologies have been described. These include: psychopower, economy of attention, infantia and related phenomena.

Key words: psychopower, economy of attention, infantia, inhibitors of self-realization, inhibitors of creativity

Wstęp

„Mimowolna halucynacja doświadczana każdego dnia (...). Graficzny obraz danych, wyabstrahowanych z banków każdego komputera ludzkiej domeny. Niewyobrażalna złożoność. Linie światła sięgającego nie-przestrzeni umysłu, roje i konstelacje danych” – pisał William Gibson, amerykański twórca gatunku literackiego cyberpunk, w wydanej w 1984 powieści „Neuromancer”¹. Gibson uważany jest za autora terminu „cyberprzestrzeń” i był jednym z pierwszych, którzy przedstawiali wizję Internetu w formie i o zasięgu, który dobrze znany jest nam dzisiaj, ale z pewnością był jeszcze zjawiskiem najzupełniej „egzotycznym” w pierwszej połowie lat osiemdziesiątych². „Artysta, dzięki wrażliwości i zdolności wczesnego odbierania nawet najbardziej delikatnych sygnałów, może być (i bywa) skuteczniejszy od futurologa czy prognostyka” – wskazuje Marian Golka, który w zaproponowanej przez siebie klasyfikacji ról, jakie pełnią w społeczeństwie twórcy uwzględnił kategorię „artysty-proroka”³. Jednak Gibson-prorok, który na poziomie semantycznym „wykreował” cyberprzestrzeń i trafnie przewidział jej rozwój, mógł nie zauważyć, że negatywne skutki

¹ https://pl.wikiquote.org/wiki/William_Gibson, dostęp: 20.01.2021.

² <https://www.pcworld.pl/news/William-Gibson-prorok-cyberprzestrzeni,297868.html>, dostęp: 20.01.2021.

³ M. Golka, *Socjologia artysty*, Poznań 1995, s. 101-103.

dominacji Internetu szczególnie dotkliwe mogą okazać się dla osób, właśnie takich jak on – czyli pisarzy i przedstawicieli innych dziedzin sztuki i nauki.

Celem niniejszych rozważań jest prezentacja problematyki samorealizacji (zwłaszcza) osób działających twórczo (artystów, naukowców) w kontekście jej współczesnych społeczno-kulturowych inhibitorów. Inhibitory traktuję jako, wskazane w literaturze przedmiotu, zjawiska tj. *psychowładza*, *ekonomia uwagi* oraz *infantia*. Wszystkie wiążą się ze specyfiką funkcjonowania społeczeństw ery cyfrowej i omówione zostaną w aspekcie ich destrukcyjnego wpływu na proces twórczy, który stanowi rdzeń samorealizacji jednostek zajmujących się twórczością w sposób profesjonalny.

Koncentracja – warunek *sine qua non* samorealizacji i twórczości

Aby przeanalizować, co może samorealizację twórców hamować, warto wskazać najpierw, co jej sprzyja lub nawet jest dla niej warunkiem niezbędnym. Skupię się na jednym, szczególnie istotnym dla omawianych tu zagadnień aspekcie, którym jest koncentracja uwagi. Na potrzeby niniejszych rozważań przyjąć by można dwa rozumienia koncentracji – wąskie i szerokie. Koncentracja rozumiana wąsko byłaby więc zdolnością jednostek do zawężenia percepcji i skupienia się na stawianych przed sobą zadaniach krótkoterminowych, np. projektach twórczych. Koncentracja rozumiana szeroko wiązała by się z umiejętnością długotrwałego zaangażowania się w aktywności, które są spójne z obraną drogą zawodowego rozwoju, np. kariery artystycznej. Oba rodzaje koncentracji są rzecz jasna potrzebne osobie, chcącej w jak najpełniejszym stopniu realizować się twórczo – unikanie dystraktorów i skupienie się na kolejnych etapach pracy twórczej przyczynia się do optymalnego rozwoju na obranej ścieżce zawodowej oraz umożliwia poczucie spełnienia, wynikające z uzyskanej coraz wyższej kompetencji i osiągnięć.

Koncentracja jest szczególnie istotna dla artystów, na co wskazywał jeden z czołowych przedstawicieli psychologii egzystencjalnej, Rollo May. Autor łączył twórczość z samorealizacją, pisząc, że proces tworzenia jest oznaką „pełnego emocjonalnego zdrowia” i wyrazem „samorealizacji normalnych ludzi”⁴. Zdaniem Maya to właśnie najwyższa koncentracja („intensywność

⁴ R. May, *Odwaga tworzenia*, Poznań 1994, s. 37.

pojmowania, świadomość wyższego stopnia”) umożliwia artystom „kontakt z rzeczywistością”, który jest niezbędnym zaczątkiem procesów twórczych⁵. Kontakt ten polega na zderzeniu umysłu artysty z jakimś fragmentem rzeczywistości zewnętrznej, np. krajobrazem leśnym, w wyniku czego powstać może np. arcydzieło malarskie. Nie wystarczy tu ani sam „czysty” umysł twórcy, ani widok krajobrazu – proces twórczy zaczyna się na „styku” obu tych elementów⁶.

Współczesny badacz kreatywności, Scott Barry Kaufman, wskazuje, że kontakt twórcy z rzeczywistością zewnętrzną wymaga uważności i umiejętności obserwacji twórczej, która charakteryzuje się „równowag[ą] pomiędzy koncentracją na otaczającym nas świecie a dostrajaniem się do naszego własnego pejzażu wewnętrznego”, czyli wymaga eliminacji rozpraszaczy i wykształcenia zdolności do kierowania swoją percepcją w sposób intencjonalny⁷. Również Abraham Maslow podkreślał wagę stanu najwyższej koncentracji w kontekście „doświadczeń mistycznych”, które przydarzyć się mogą jedynie jednostkom w najwyższym możliwym stopniu zaangażowanym w swoją (zazwyczaj twórczą) pracę⁸. O przyjemności związanej ze stanami podwyższonej koncentracji oraz związku zdolności skupienia uwagi z samorealizacją pisał również twórca systemowej koncepcji twórczości Mihály Csíkszentmihályi. Zjawisko zwane przez Maslowa „doświadczeniem mistycznym” nazwał on stanem *flow* (przepływu), w którym to „działanie przychodzi naturalnie, harmonijnie, niemalże bez wysiłkowo, a jednostka znajduje się w stanie będącym przeciwieństwem *psychicznej entropii*”⁹. Stan *flow* to stan radości, będący zarazem stanem wewnętrznego porządku i integracji, jasności celów, pewności działania i najwyższej koncentracji. Jak określa to Csíkszentmihályi: „[k]iedy obierzemy cel i poświęcimy mu się do granic naszej koncentracji, cokolwiek byśmy nie robili, będzie to przyjemne. A gdy raz posmakujemy tej przyjemności, podwoimy wysiłki, by doświadczyć jej znowu. I w ten właśnie sposób osobowość rozwija się”¹⁰. *Przepływ*, będący więc równocześnie odczuciem najwyższej koncentracji (wyostrzenie uwagi jest w ujęciu Csíkszentmihályi’a niezbędne, aby osiągnąć *flow*, choć oczywiście nie w każdym przypadku jest jego „gwarancją”) stanowi więc, zdaniem myśliciela, siłę napędową samorealizacji. Dzieje się tak,

⁵ Tamże, s. 41.

⁶ Tamże.

⁷ S. B. Kaufman, C. Gregoire, *Kreatywni*, Warszawa 2018, s. 149.

⁸ A. Maslow, *Motywacja i osobowość*, Warszawa 2006, w wielu miejscach.

⁹ M. Csíkszentmihályi, *Flow. The Psychology of Optimal Experience*, Nowy Jork 1990, s. 39.

¹⁰ Tamże.

ponieważ jakość życia jednostki, która często doświadcza stanu przepływu, ulega znacznej poprawie, a ona sama wykształca coraz silniejsze, pewniejsze „ja”, co umożliwia dalszą koncentrację na ważnych dla rozwoju wyzwaniach¹¹.

Koncentrację w znaczeniu „szerokim” można rozumieć też jako determinację, czy konsekwencję twórczej jednostki w dążeniach samorealizacyjnych. Howard Gardner do flagowych cech „wzorcowego twórcy” zaliczył pracowitość i „obsesyjne zaangażowanie w pracę”¹². Krzysztof J. Szmidt do składników „wytrwałości twórczej” zalicza właśnie wytrwałość, pasję i zaangażowanie, upór i persewerację oraz cierpliwość i odkładanie gratyfikacji¹³. Również Edward Nęcka, przytaczając różnorodne badania nad osobami twórczymi podkreśla ich „zdolność do długotrwałej, wytężonej pracy i odraczania gratyfikacji”¹⁴. Jak zauważył brytyjski pisarz i krytyk literacki, Victor Sawdon Pritchett, „[p]rędzej czy później (...) okazuje się, że wszyscy wielcy ludzie są do siebie podobni. Nigdy nie przestają pracować”¹⁵. W psychologii, a także kreatologii popularna jest, rozpowszechniona przez szwedzkiego psychologa, K. Andersa Ericssona, Zasada Dziesięciu Lat (ćwiczeń celowych), który to czas miałby być gwarancją osiągnięcia poziomu profesjonalisty w danej dziedzinie (sporcie, nauce), a gdy mowa *stricte* o twórczości – dojścia do szczybla twórczości wybitnej¹⁶. Inny badacz twórczości Dean Keith Simonton wyraża się o tej regule z pewnym przekonaniem, pisząc, że sprowadza się ona do przekonania, że „jeśli nie jesteś jeszcze genialnym twórcą, jesteś po prostu leniwy”¹⁷. Wybitność zależy rzecz jasna od wielu innych uwarunkowań (jak wymienia Szmidt: „odpowiedniej dawki zdolności, szczęścia, wsparcia ze strony innych osób, znalezienia się ze swoją twórczością w odpowiednim czasie i miejscu i tak dalej”¹⁸), jednak, jak z kolei wykazują badania Angeli Duckworth, do osiągnięcia sukcesu skoncentrowany wysiłek okazuje się dwukrotnie ważniejszy niż talent¹⁹. Jak pisze badaczka „[b]ez wysiłku talent jest niczym więcej jak niewykorzystanym potencjałem”²⁰. Duckworth używa określenia *upór*, który jest połączeniem pasji i wytrwałości.

¹¹ Tamże.

¹² H. Gardner, *Creating Minds*, Nowy Jork 1993, s. 364.

¹³ K. J. Szmidt, *ABC kreatywności*, Warszawa 2010, s. 359.

¹⁴ E. Nęcka, *Psychologia twórczości*, Gdańsk 2003, s. 137.

¹⁵ M. Currey, *Codzienne rytuały*, Warszawa 2013, s. 17.

¹⁶ K. J. Szmidt, *ABC kreatywności...* s. 160.

¹⁷ D. K. Simonton, *The Genius Checklist*, Cambridge, Londyn 2018, s. 109.

¹⁸ K. J. Szmidt, *ABC kreatywności, ...*, s. 161.

¹⁹ A. Duckworth, *Upór. Potęga pasji i wytrwałości*, Łódź 2016, w wielu miejscach.

²⁰ Tamże, s. 53.

Jak wynika z zaproponowanego przez autorkę „testu na upór”, rdzeniem zjawiska jest koncentracja na wyznaczonych sobie celach (nierozpraszcianie się na różne projekty, lecz trzymanie się wyznaczonych kierunków działania, zdolność skupienia się na długotrwałych przedsięwzięciach, stałość zainteresowań, zwyczaj kończenia tego, co się zaczęło, itp.)²¹. Można więc stwierdzić, że upór jest ważnym elementem samorealizacji, która polega właśnie na wykorzystywaniu indywidualnego potencjału, do czego niezbędny jest ukierunkowany wysiłek.

Destrukcyjny wpływ powszechnej dekoncentracji

„Ludzkość zalał nagły potok zdarzeń” – pisał węgierski w 1944 roku filozof i ekonomista, Karl Polanyi. Od tego czasu pewnie można by mówić już o zalewaniu „oceanem zdarzeń”²². Ma to rzecz jasna związek z upowszechnieniem najpierw tradycyjnych mediów masowych (tj. radio, telewizja), a w ostatnich dekadach – narzędzi cyfrowych, dzięki którym – jak powiedziała psycholog Agnieszka Popławska-Boruc, badająca zjawisko *wielozadaniowości medialnej* – nosimy „cały świat w komórce”²³. Ogromna dostępność wszelkiego rodzaju informacji, a także łatwość nabywania dóbr i usług oraz kontaktu bez względu na lokalizację, to oczywiste zalety życia w społeczeństwie ery cyfrowej. Zaburzenie procesu twórczego i utrudnienie samorealizacji to dwa z wielu możliwych negatywnych „skutków ubocznych”, z których pierwszy dotyczy zwłaszcza twórców, a drugi właściwie każdego, chcącego świadomie i aktywnie kreować własne życie.

W najbardziej ogólnym rozumieniu za współczesny inhibitor twórczości i samorealizacji uznać można postępującą dekoncentrację, wynikającą z ogólnego przesytu wszelkich treści i komunikatów, które potęgują poczucie dezorientowania jednostek i utrudniają tak ważne – o czym wspomniano powyżej – skupienie na własnych projektach twórczych, czy w ogóle celach życiowych. Thomas Hylland Eriksen, krytykując konsekwencje rewolucji informacyjnej dla kultury i społeczeństwa w ogóle, pisze o „cierpieniu na dostępność informacji” (zamiast „cieszenia się”). Powoduje ona właśnie powszechną dezorientację i rozproszenie, a „przemiany pozornie wzmagające wydajność i inwencję

²¹ Tamże.

²² B. Stiegler, *Wstrząsy. Głupota i wiedza w XXI wieku*, Warszawa 2017, s. 49.

²³ <http://podcast.swps.pl/68f355f0>, dostęp: 15.01.2021.

twórczą mogą w istocie przynosić odwrotne skutki”²⁴. Przykładem może być chociażby działalność naukowa w warunkach powszechnej cyfryzacji, która – dzięki łatwości porozumiewania się z innymi członkami zespołów badawczych i dostępności do źródeł wiedzy wydawałaby się znacząco ułatwiona. W rzeczywistości jednak twórcza praca (np. nad tekstem książki) jest coraz większym wyzwaniem dla badaczy, zaangażowanych jednocześnie w ciągłą komunikację np. ze studentami i współpracownikami lub też mających problem z przefiltrowaniem ogromnych ilości dostępnych treści. Jak pisze Eriksen na podstawie własnych doświadczeń akademickich „powolna i nieprzerwana praca nad większym projektem wydaje się niemożliwa”²⁵. Ogólne wrażenie przyspieszenia czasu, wywołane zalewem wszelkiego rodzaju treści, powodować może też obniżenie jakości pracy twórczej, gdyż pojawia się tendencja do oczekiwania szybkich wyników i prezentacji wytworów kosztem dopracowywania projektów. „Wszystko, co da się zrobić szybko, zagraża likwidacją wszystkiemu, co trzeba robić powoli” – a chociaż usprawnienie wielu procesów natury np. biznesowej jest pod wieloma względami korzystne, to już szybkie „produkowanie” analiz naukowych czy dzieł sztuki, nawet na poziomie intuicyjnym budzi niepokój²⁶. Jak wskazuje Szmidt, „twórczość słaba wypiera tam, gdzie tylko może, twórczość mocna”, ponieważ z powodu niespotykanej wcześniej łatwości zarówno tworzenia (np. robienia zdjęć), jak i udostępniania artystycznych wytworów (np. na portalach społecznościowych), twórcy są mniej zaangażowani w proces kreacji, stają się powierzchowni i nastawieni na szybki efekt, bardziej niż dbali o jakość powstających dzieł²⁷.

Psychowładza i ekonomia uwagi – inhibitory procesu twórczego

Na powyżej zaznaczone i pokrewne, związane z powszechną dekoncentracją uwagi, zjawiska kulturowe francuski filozof Bernard Stiegler ukuł pojęcie *psychowładza*. Jest to, jego zdaniem kolejny po foucaultowskiej biowładzy, etap kontroli sposobu życia jednostek – tym razem współczesnego społeczeństwa

²⁴ T. H. Eriksen, *Tyrania chwili*, Warszawa 2003, s. 5.

²⁵ Tamże, s. 6.

²⁶ Tamże, s. 215.

²⁷ K. J. Szmidt, *Za dużo twórczości? Pułapki twórczości codziennej i amatorskiej w kulturze nadmiaru, kiczu i braku smaku*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja” 2015, nr 2(70), s. 80.

cyfrowego²⁸. Sednem psychowładzy jest proces bezustannego „przechwytywania” uwagi przez technologie cyfrowe, do których jednostki są na stałe podłączone (poprzez smartfony, komputery, itd.). Według Stieglera narzędzia cyfrowe same w sobie stały się obecnie nośnikami władzy, natomiast zamiast „rządu” mamy do czynienia z wszechobecnymi, a przez to nieuchwytnymi, mechanizmami informacyjno-marketingowymi, które sterują potrzebami i zachowaniami odbiorców. Jest więc to dość specyficznie rozumiana „władza”, w której suwerenem jest ten, kto skutecznie anektuje uwagę innych (z użyciem technologii cyfrowych) Biorąc pod uwagę charakter mechanizmów psychowładzy, suwerenów jest tak naprawdę wielu²⁹. Członkowie społeczeństwa przejściowo „obejmują władzę” (np. publikując w mediach społecznościowych, wyrażając swoje opinie na blogach i forach internetowych), aby znów za chwilę stać się bardziej pasywnym odbiorcą tego, co zostaje im „podane” przez innych³⁰. Sednem psychowładzy jest tzw. ekonomia uwagi, czyli zarządzanie uwagą jednostek poprzez ciągły zalew wszelkiego typu informacji (treści reklamowych, powiadomień z mediów społecznościowych i aplikacji mobilnych, itp.)³¹. W wyniku tego nasilonego „bombardowania” bodźcami odbiorcy – „podmioty psychowładzy” – stają się coraz bardziej zdezorientowani, apatyczni wobec nowych treści i odczuwają ogólnie przeciążenie informacyjnie (choć występuje też zjawisko przeciwne – FOMO³²).

Szkodliwa hiperuwaga i manifest o przywrócenie zdolności koncentracji

Obniżanie się zdolności koncentracji, związane ze wskazanymi powyżej cechami społeczeństwa informacyjnego stanowi więc istotne zagrożenie dla ludzkich zdolności poznawczych w ogóle, ale też w szczególności dla

²⁸ <http://www.arsindustrialis.org/node/2924>, dostęp: 15.01.2021.

²⁹ Tamże.

³⁰ A. Żychliński, *Wychowanie do niedojrzałości albo od biopolityki do psychowładzy*, „Praktyka Teoretyczna” 2011, nr 3, s. 151-160.

³¹ <http://www.arsindustrialis.org/node/2924>; dostęp: 15.01.2021. Zob. także: A. Żychliński, *Wychowanie do niedojrzałości...*, s. 151-160.

³² Zob. A. Popławska, M. Osowiecka, J. Kramarczyk, *Medialna wielozadaniowość – specyfika konstruktów i ujęcie międzykulturowe*, „Biznes międzynarodowy w gospodarce globalnej” 2015, nr 34, s. 164; <http://podcast.swps.pl/68f355f0>, dostęp: 15.01.2021.

wymagającej długotrwałych okresów skupienia pracy twórczej. Katherine Hayles opisała zjawisko *hiperuwagi* (z ang. *hyper attention*), które jest wykształcane przez nowe pokolenia, przyzwyczajone do ciągłego korzystania z narzędzi cyfrowych³³. Jak wskazuje badaczka:

„hiper-uwaga odznacza się prędkimi zmianami ogniskowania pomiędzy różnymi zadaniami i wielokrotnymi strumieniami informacji, które dążą do podwyższonego poziomu stymulacji i wykazują niską tolerancję na nudę. [...] Społeczeństwa rozwinięte przez długi czas były zdolne do tworzenia środowiska, które umożliwia osiągnięcie głębokiej uwagi. [...] Nastąpiła generacyjna mutacja, która doprowadziła do wytworzenia hiperuwagi”³⁴.

Głęboką uwagę wykształca się zwłaszcza poprzez czytanie. Czynność ta natomiast w obecnej „kulturze banału”, opartej na „wszechogarniającej rozrywce ustępuje pierwszeństwa obrazom, które w krzykliwy sposób przekazują najczęściej banalne i wyrwane z kontekstu treści” (o czym jeszcze w odniesieniu jedynie do telewizji pisał Neil Postman³⁵). Co istotne, nie chodzi już tylko o powszechny dziś nawyk konsumowania „kolorowych” i lekkostrawnych treści, ale o fizyczne i może nieodwracalne zmiany w funkcjonowaniu mózgu, które następują w wyniku ciągłej ekspozycji na szybko zmieniające się bodźce. Jak pisze Arkadiusz Żychliński w oparciu o koncepcję psychowładzy Stieglera i inne źródła:

„formatująca psychikę psychowładza, operująca i dążąca do kontroli uwagi przy pomocy kognitywnych i kulturowych technologii (...) generuje – zważywszy na plastyczność i adaptabilność mózgu – nader fizyczne skutki, w postaci choćby trwałego zniszczenia synaptycznych struktur umożliwiających formowanie głębokiej uwagi”³⁶.

Trudno wyobrazić sobie, aby bez umiejętności długotrwałego skupienia się nad jakimś zagadnieniem, powstała praca naukowa, powieść, czy inne wymagające dopracowania dzieło artystyczne, także wspomniane powyżej zjawisko

³³ A. Żychliński, *Wychowanie do niedojrzałości...*, s. 151-160.

³⁴ Tamże, s. 154.

³⁵ N. Postman, *Zabawić się na śmierć*, Warszawa 2006, w wielu miejscach.

³⁶ A. Żychliński, *Wychowanie do niedojrzałości...*, s. 155.

może być szczególnie niekorzystne dla twórców, ale też właściwie większości pracowników umysłowych.

Zagrożenia płynące z nadużywania mediów cyfrowych zauważył też Tristan Harris, uzdolniony programista, którego startup zakupiła firma Google. Jak pisze wspomniany wyżej propagator idei pracy głębokiej, Newport, w Dolinie Krzemowej Harris znany był jako „twórca milionerów”. W jego laboratorium kształcili się późniejsi potentaci nowoczesnych technologii, m.in. współzałożyciel Instagrama³⁷. Harris był aktywnym współtwórcą, jeśli nie jednym z liderów, opisywanych przez Stieglera, mechanizmów psychowładzy – do czasu, aż nie uświadomił sobie, jak szkodliwe mogą one być dla jednostek pod kątem ich zdolności koncentracji. „To w Google, pracując przy produktach mających wpływ na zachowanie setek milionów ludzi, zaczął się niepokoić [i] (...) napisał liczący 144 slajdy manifest zatytułowany „Wezwanie do minimalizacji rozpraszania oraz do szacunku dla uwagi użytkowników³⁸”. W dokumencie tym wezwał korporacje tj. Google, Apple i Facebook do pocucia odpowiedzialności za przyczynianie się do systematycznego niszczenia ludzkiej zdolności do koncentracji. Manifest niczym „viral” rozszedł się po tysiącach zatrudnionych w Google, w wyniku czego Harrisa awansowano na specjalnie dla niego stworzone stanowisko „filozofa produktu”³⁹. Niestety jednak, jeśli chodzi o działania „wewnątrzfirmowe” na tym się skończyło (w sprawie ograniczenia wdrażania psychotechnik mających na celu zwiększanie uzależnienia użytkowników od produktów i usług Google podjęto nieliczne i raczej „symboliczne” kroki), gdyż postulaty Harrisa stałyby w oczywistej sprzeczności z finansowym interesem firmy⁴⁰.

Utalentowany programista odszedł z pracy, założył organizację „Time Well Spent”, a potem „Center for Humane Technology”, która w 2020 roku dotarła do stu milionów ludzi na całym świecie⁴¹. Programista wygłosił przemówienie w amerykańskim Senacie, a potem Komisji do Spraw Energii i Handlu Izby Reprezentantów, wziął udział w debacie Światowego Forum Ekonomicznego, wystąpił w filmie pt. „Dylemat społeczny”, przemawiał na TED i udzielił

³⁷ C. Newport, *Cyfrowy minimalizm*, Warszawa 2020, w wielu miejscach.

³⁸ Tytuł oryginału: *A Call to Minimize Distraction & Respect Users' Attention*, zob.: tamże, s. 32-33.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ <https://www.theverge.com/2018/5/10/17333574/google-android-p-update-tristan-harris-design-ethics>, dostęp 28.01.2021.

⁴¹ <https://www.humanetech.com/>, dostęp 28.01.2021.

licznych wywiadów prasowych, telewizyjnych i internetowych⁴² – wszystko w celu zwiększenia powszechnej świadomości dotyczącej zgubnego wpływu niekontrolowanego użycia „jednorękiego bandyty”, jakim jego zdaniem jest smartfon⁴³. „Dopóki firmy, będące w posiadaniu mediów społecznościowych, zarabiają na uzależnieniu, depresji i podziałach, nasze społeczeństwo jest w zagrożeniu” – brzmi motto „Center for Humane Technology”⁴⁴.

Być może sam Harris w swojej „heroicznej” walce, w której ma przeciw sobie sterujących zachowaniami tłumów na całym świecie mediowych gigantów przypomina nieco współczesnego Don Kichote’a. Jeśli jednak – i tutaj zauważyć można pewien paradoks sytuacji – Harris (i jemu podobni działacze) optymalnie wykorzysta możliwości mediów cyfrowych do szerzenia swoich idei, jest oczywiście szansa, że dotrą one do szerokiego grona odbiorców. A wtedy mogą one stać się motorem zmian w kulturze pracy i sposobie spędzania wolnego czasu przez członków współczesnych społeczeństw, „zatopionych” w oceanie informacji i przyklejonych do smartfonowych i laptopowych ekranów. Technologie cyfrowe to ostatecznie tylko narzędzia – tak jak młotkiem można wbić gwóźdź lub rozbić szybę, tak zapewne z ich pomocą można obniżyć lub poprawić jakość życia jednostek. A dzięki łatwości pozyskania wszelkiego typu informacji, również wiedza na temat skutków uzależnienia od technologii cyfrowych dostępna jest na wyciągnięcie ręki – pod warunkiem, że zechce się sięgnąć akurat po nią pośród setek innych możliwych do skonsumowania treści.

Nie wszyscy myśliciele jednak zgadzają się z tym, że sprawczość, wolna wola czy też decyzyjność jednostek wystarczy, aby oprzeć się dominującym trendom we współczesnej kulturze. Pierwszym krytykiem takiego podejścia jest Harris, który nie zwraca się bezpośrednio do odbiorców, aby samodzielnie przeciwstawiali się praktykom narzucanym im przez korporacje medialne i tym podobne wielkie organizacje. Apeluje natomiast do tychże „gigantów”, aby ich decydenci zmodyfikowali sposoby, w jaki programują zachowania odbiorców⁴⁵. Takiego zdania był Neil Postman, jeden z bardziej wpływowych krytyków kultury obrazkowej, który uważał media za pewnego rodzaju epistemologię – punkt odniesienia, poza który jednostki, będące częścią kultury zdominowanej przez konkretny typ mediów (Postman krytykował telewizję),

⁴² Tamże.

⁴³ C. Newport, *Cyfrowy minimalizm*, ..., s. 30.

⁴⁴ <https://www.humanetech.com/#join-the-movement>, dostęp 28.01.2021.

⁴⁵ C. Newport, *Cyfrowy minimalizm*, ..., s. 31.

nie są w stanie wyjść⁴⁶. I jest to być może właściwe zagrożenie, że – pomimo badań nad zjawiskami tj. hiperuwaga i projektów w rodzaju „Center for Humane Technology”, głosy jednostek czy grup chcących je upowszechnić, pośród zalewu innych treści nie będą lub będą słabo słyszalne – za słabo, aby odwrócić dominujące kulturowe trendy zdigitalizowanego świata.

Postman prezentuje więc poglądy, przynależne do nurtu determinizmu technologicznego – jego zdaniem „instrumenty konwersacji”, jakimi są media elektroniczne determinują charakter kultury, sposób odbierania rzeczywistości i zachowania jednostek⁴⁷. Artystą-prorokiem (w odwołaniu do wspomnianej na początku niniejszego tekstu koncepcji Golki⁴⁸) jest dla Postmana Aldous Huxley, autor „Nowego wspaniałego świata” – antyutopii, ukazującej społeczeństwo złożone ze sterowanych przez technologię, otumanionych prymitywnymi rozrywkami oraz pozbawionych krytycznego myślenia i indywidualizmu jednostek. W huxleyowskim świecie nie ma miejsca na twórczość, a także na samorealizację – tak jak być może w jakimś stopniu dzieje się to w dzisiejszych czasach, ludzie przestają aktywnie i świadomie kształtować swoje życie, są rozproszeni, zagubieni oraz – o czym wspomniano poniżej – *infantylni*⁴⁹.

Infantia vs. twórczość i samorealizacja

Zasygnalizowane powyżej cechy członków społeczeństw współczesnej kultury cyfrowej, tj. brak zdolności długotrwałego skupienia się, nieumiejętność wyboru kierunków własnego rozwoju, receptywność, nastawienie na natychmiastową gratyfikację, nadawanie priorytetu rozrywkom to naturalne elementy postawy charakterystycznej dla okresu dziecięcego. Jednak „chorobą ponowoczesności”, na którą cierpią członkowie współczesnej kultury jest, jak wskazuje Arkadiusz Żychliński, „infantia, czyli niedojrzałość”⁵⁰. Filozof i krytyk kultury Benjamin R. Barber uważa, że we współczesnych kulturach Zachodu panuje „etos infantylnizmu”, który „tworzy obyczaje, preferencje i postawy usprawiedliwiające

⁴⁶ N. Postman, *Zabawić się na...*, w wielu miejscach.

⁴⁷ Tamże.

⁴⁸ M. Golka, *Socjologia artysty...*

⁴⁹ N. Postman, *Zabawić się na...*, w wielu miejscach.

⁵⁰ Żychliński A., *Wychowanie do niedojrzałości...*, s. 151; zob. też: B. Stiegler, *Wstrząsy. Głupota...*, w wielu miejscach.

dziecięcość i zachęcające do niej”⁵¹. W erze niepohamowanego konsumpcjonizmu tworzone są sztuczne potrzeby, które skłaniają konsumentów do coraz to nowych zakupów, uzależniając ich od technologii cyfrowych oraz łatwo dostępnych produktów i usług. Sednem infantylizacji jest, jak pisze Barber, preferencja tego, co „łatwe nad trudne, proste nad złożone, szybkie nad powolne”⁵². Dorosli ludzie tracą zdolności, czy też zainteresowanie aktywnym kreowaniem swojego życia, które wymagałoby rzecz jasna poświęceń, ale chcą jak najszybciej zaspokoić swoje rosnące – choć sztucznie wykreowane – potrzeby. Tak jak dzieci żyją chwilą obecną, w oczekiwaniu na kolejne porcje rozrywki, która zastępuje im chęć poznania i zrozumienia świata, twórczość, samorealizację, rozwój wewnętrzny. Jak przewrotnie ujął to Eriksen: „na koniec nie ma już nic, poza rozkrzyczaną, przepełnioną chwilą, która tkwi w miejscu z szaloną prędkością”⁵³.

Na zagrożenia związane z formowaniem się kultury skrajnie konsumpcjonistycznej wskazywał też już w latach osiemdziesiątych, polski socjolog, Jan Szczepański⁵⁴. Badacz pisał o tym, że „potrzeby niekonsumpcyjne” – np. kulturalne, a w tym twórczości – wypierane są w społeczeństwach o wskazanym modelu przez „potrzeby otoczkowe” i „pozorne” (nierzeczywiste) i to im jednostki nadają pierwszeństwo. Niepohamowana konsumpcja zaczyna stanowić czynnik rekompensujący zaspokojenie potrzeb wyższej natury, co świadczy, jak pisze Szczepański, o „rozpoczętym procesie degradacji”⁵⁵. Od czasu przedstawienia teorii Szczepańskiego tendencje konsumpcjonistyczne, rzecz jasna jedynie utrwaliły się, a pewnie też – na co zwraca uwagę wielu, m.in. wspomnianych powyżej, krytyków współczesnej kultury – wynaturzyły. Karol Franczak wskazuje, że obecny „etos turbokapitalizmu” działa destrukcyjnie przede wszystkim na przedstawicieli „przemysłów kreatywnych”, w przypadku których, narzucone kulturowo środowisko i styl pracy pozostają w jawnej sprzeczności z naturalnymi warunkami, niezbędnymi do pracy twórczej⁵⁶. Praca twórcza, która prowadzić ma do powstania wysokojakościowych wytworów, wymaga wyciszenia, spokoju i przestrzeni na refleksję, natomiast współczesny „model

⁵¹ B. R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2009, s. 132.

⁵² Tamże.

⁵³ T. H. Eriksen, *Tyrania chwili*, ..., s. 211.

⁵⁴ J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka*, Warszawa 1981.

⁵⁵ Tamże, s. 154.

⁵⁶ K. Franczak, K. *Kultura jako źródło zysku? Etos kreatywności i współczesny dyskurs modernizacyjny*, „Przegląd Socjologiczny” 2015, nr 2, s. 106.

pracownika kreatywnego lokowany jest w wartkim nurcie rutynowych działań biznesowych – w zgiełku korporacyjnego kieratu, deadline’ów i reguły as soon as possible”⁵⁷. Marek Czyżewski, rozważając aktualność i adekwatność koncepcji Michela Foucaulta w odniesieniu do współczesnej kultury, uważa, że groźna w mechanizmach psychowładzy jest anonimowość procesu, która „wikła wszystkie strony interakcji w grę tożsamości i scenariuszy postępowania”⁵⁸. Wiąże się to np. z ukierunkowywaniem dyskursu o kreatywności w stronę jej radykalnego „urynkowania” oraz z destrukcją procesów takich jak samorealizacja, ponieważ oddziaływanie anonimowej „władzy” polega na „kierowaniu tym, jak ludzie kierują samymi sobą”⁵⁹. Z tymże „kierowanie sobą” oznacza w tym kontekście raczej brak kierowania – sprowadza się do ulegania konsumpcyjnym pokusom, nieraz niesatysfakcjonującej i nietwórczej pracy w dominującym modelu korporacyjnym, nastawieniu na rozrywkę oraz powierzchowne, utrzymywane za pomocą mediów społecznościowych, relacje międzyludzkie.

Zdaniem Zygmunta Baumana, charakterystycznym atrybutem ponowoczesnego stylu życia jest właśnie „niespójność, niekonsekwencja postępowania, fragmentaryzacja i epizodyczność rozmaitych sfer aktywności jednostek”⁶⁰. Stanowi to zagrożenie dla tożsamości jednostek, ponieważ jest ona konstruktem, który należy budować świadomie i systematycznie – czyli na sposób zgoła odwrotny od tego, jak działają aktorzy społeczni współczesnej kultury. Podobnego rodzaju wysiłku wymaga samorealizacja, która jest tożsamości pochodną i składową; w swojej klasycznej wersji jest metaforyczną drogą, którą podąża się w sposób uważny, konsekwentny i zaplanowany aby „o czasie” dotrzeć do z góry wyznaczonego celu⁶¹. Człowiek nowoczesny był „pielgrzymem” o sprecyzowanym kierunku podróży, którego każdy kolejny krok motywowała chęć „»spełnienia powołania« – urzeczywistnienia potencjału, uczynienia zadość możliwościom zawartym w uposażeniu przyrodzonym”⁶². Natomiast w erze ponowoczesnej nastąpił „rozpad »projektu życiowego« na kalejdoskop samoistnych epizodów”, rozpad tożsamości lub sprowadzenie istnienia do bycia zauważonym⁶³. Bauman

⁵⁷ Tamże.

⁵⁸ M. Czyżewski, *W kręgu społecznej pedagogii*, [w:] *Pedagogizacja życia społecznego*, red. M. Czyżewski, E. Marynowicz-Hetka, G. Woroniecka, 2013, s. 48.

⁵⁹ Tamże.

⁶⁰ Z. Bauman, *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne” 2011, nr 1 (200), s. 435.

⁶¹ Tamże.

⁶² Tamże, s. 439.

⁶³ Tamże, s. 442.

akcentuje również problem powszechnego przebudźcowania i przestymulowania („wśród kakofonii krzykliwych ofert uwaga publiczna jest najbardziej deficytowym z dóbr”), które to odciągają uwagę jednostek od ich życiowych celów lub w ogóle uniemożliwiają projektowanie takowych⁶⁴. W ponowoczesnej rzeczywistości „czai się próżnia”, a „życie jest [...] jak i dawniej wędrówką – ale teraz jest to wędrówka bez wyznaczonego z góry kierunku”⁶⁵. Efektem nadmiaru informacji i ich krótkiej żywotności jest postępujące zagubienie współczesnego człowieka. W warunkach, w których niegdyś sprawdzone i stabilne ścieżki życiowe (np. dotyczące danego zawodu) teraz „prowadzą na manowce”, a postulaty dotyczące tego, jakie cele są wartościowe pojawiają się na krótką chwilę i zaraz zostają zastąpione innymi, jednostka wycofuje swą gotowość na podjęcie ryzyka, związanego z inwestowaniem czasu i energii (oraz uwagi) w długofalowe projekty o niepewnym wyniku⁶⁶.

Również psycholog społeczny Janusz Czapiński podkreśla, że postępowo gospodarczy i konsumpcyjny styl życia nie uczynił ludzi „ani odrobinę szczęśliwsiymi”, co ma związek z coraz większym poczuciem zagubienia i bezsensu własnego życia⁶⁷. „Ludzie odczuwają coraz wyraźniej brak instrukcji, jak żyć, aby zachować zdrowe zmysły i móc umierać z przekonaniem, że nie zmarnowali danej im w dniu narodzin szansy, że zrobili to, co do nich należało, najlepiej jak mogli (...)”⁶⁸. Opisywana przez Bauman chwiejna tożsamość jednostek – poza brakiem zdolności do satysfakcjonującego wykorzystania własnych potencjalności, czyli samorealizacji – rzecz jasna wpływa też na jakość relacji międzyludzkich. Jak pisze Golka w esejach o samotności „[k]reacja tożsamości użytkowników sieci sprawia, że jeżeli nawet tworzą się jakieś więzi, to często zawiązują się one pomiędzy upozorowanymi, swoiście wyczarowanymi, »podrasowanymi« istotami, a nie realnymi ludźmi”⁶⁹. Samotność uzależnionych od nowych technologii jednostek to osobne zagadnienie, jednak – choćby patrząc przez pryzmat hierarchii potrzeb w klasycznym modelu Masłowa, wedle którego potrzeba więzi jest bardziej podstawową niż samorealizacja – może też ujemnie wpływać na zdolność, czy w ogóle chęć jednostek do realizacji siebie poprzez np. twórczość.

⁶⁴ Tamże, s. 443.

⁶⁵ Tamże, s. 444.

⁶⁶ Z. Bauman, *The Art of Life*, Cambridge 2008, w wielu miejscach.

⁶⁷ J. Czapiński, *Psychologia pozytywna*, Warszawa 2020, s. 7.

⁶⁸ Tamże.

⁶⁹ M. Golka, *Samotność i sława*, Warszawa 2015, s. 160.

Podsumowanie

Jak starałam się przedstawić powyżej, dominacja – czy wręcz wszechobecność – technologii cyfrowych, która charakteryzuje dzisiejszą kulturę, prowadzi do niszczenia zdolności koncentracji uwagi, a tym samym działa destrukcyjnie na procesy twórcze i samorealizację członków współczesnego społeczeństwa informacyjnego. Badacze twórczości, psychologzy i inni zajmujący się tym zagadnieniem myśliciele, uznawali refleksję, kontemplację, czy „kontakt” (w rozumieniu Maya) z rzeczywistością za ważne uwarunkowania procesu twórczego, które w dobie powszechnej cyfryzacji stają się coraz trudniej osiągalne. To samo dotyczy samorealizacji, która choć w warunkach postępującego dobrobytu, wolności i wzrastającego poczucia bezpieczeństwa członków zachodnich społeczeństw (w wyniku braku wojen i poważnych kryzysów, które charakteryzują inne regiony świata) wydawałaby się potrzebą możliwą do zaspokojenia, to jednak z powodu skutków ubocznych powszechnej „cyfryzacji życia” może być w zagrożeniu. Jak pisze Szmidt „odkryciem II połowy XX wieku było to, że siebie samego można uczynić przedmiotem kreacji, świadomej pracy rozwojowej i dążenia do samorealizacji poprzez twórczość, nabywanie nowych umiejętności i mądrości (...)”⁷⁰. Wydaje się ważne, aby „odkrycie” to nie zostało zaprzepaszczone w kolejnych dekadach XXI wieku, w którym świadoma praca i wytrwałe dążenie do samorozwoju utrudnione być może przez wspomniane w artykule zjawiska, tj. psychowładza, ekonomia uwagi, czy infantia. Samorealizacja nastąpić może u człowieka decyzyjnego, gotowego na autorefleksję, umiającego zrezygnować z rozpraszaczy i postawić sobie jasne cele. Oba procesy – twórczość i samorealizacja – wymagają ukierunkowanego wysiłku, skupienia i introspekcji. Jak podkreślał Maslow, „[p]oszukiwanie odpowiedzi wewnątrz siebie wymaga wzięcia na siebie odpowiedzialności” – a odpowiedzialność niewątpliwie łączy się z dojrzałością i umiejętnością wytrwania przy wyznawanych przez siebie wartościach i postawionych celach⁷¹.

Przywołany na początku niniejszych rozważań William Gibson, w swojej wizjonerskiej koncepcji cyberprzestrzeni z lat osiemdziesiątych XX w., nazwał nadchodzący świat „mimowolną halucynacją”⁷². W przemowie noblowskiej w 2019 r. Olga Tokarczuk stwierdziła, że „nasza rzeczywistość już dziś

⁷⁰ K. J. Szmidt, *ABC kreatywności*, ..., s. 228.

⁷¹ A. Maslow, *The Farther Reaches of Human Nature*, Londyn 1971, s. 45.

⁷² https://pl.wikiquote.org/wiki/William_Gibson, dostęp 20.01.2021.

stała się surrealna”, a potrzeba kontaktu ze światem obecnie „obsługiwana jest przez media”⁷³. Można potraktować ten pewnego rodzaju intertekstualny dialog amerykańskiego pisarza *science fiction* z polską pisarką literatury pięknej jako wymianę spostrzeżeń nieco „oderwanych od rzeczywistości” artystów, a można – całkiem przeciwnie – zauważyć w nim ważne wezwanie do przywrócenia z tą rzeczowością kontaktu. Kontaktowi umożliwiającego twórcze olśnienia, o jakim pisał May lub po prostu odzyskania zdolności koncentracji uwagi na wyzwaniach, które umożliwiają twórcze kreowanie własnego życia.

Bibliografia

Literatura:

- Barber B. R., *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2009.
- Bauman Z., *The Art of Life*, Cambridge 2008.
- Bauman Z., *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne” 2011, nr 1 (200).
- Csikszentmihályi M., *Flow. The Psychology of Optimal Experience*, Nowy Jork 1990.
- Currey M., *Codzienne rytuały*, Warszawa 2013.
- Czapiński J., *Psychologia pozytywna*, Warszawa 2020.
- Czyżewski M., *W kręgu społecznej pedagogii*, [w:] *Pedagogizacja życia społecznego*, red. M. Czyżewski, E. Marynowicz-Hetka, G. Woroniecka, 2013.
- Duckworth A., *Upór. Potęga pasji i wytrwałości*, Łódź 2016.
- Eriksen T. H., *Tyrania chwili*, Warszawa 2003.
- Franczak K., *Kultura jako źródło zysku? Etos kreatywności i współczesny dyskurs modernizacyjny*, „Przegląd Socjologiczny” 2015, nr 2.
- Gardner H., *Creating Minds*, Nowy Jork 1993.
- Golka M., *Samotność i sława*, Warszawa 2015.
- Golka M., *Socjologia artysty*, Poznań 1995.
- Jung C. G., *Psychology and Literature*, [w:] *Spirit in Man, Art, and Literature. The Collected Works of C. G. Jung*, red. G. Adler, R. F. C Hull, Nowy Jork 1966.
- Kaufman S. B., Gregoire C., *Kreatywni*, Warszawa 2018.
- Kocowski T., *Szkice z teorii twórczości i motywacji*, Kraków 1991.
- Maslow A., *Motywacja i osobowość*, Warszawa 2006.

⁷³ <https://www.youtube.com/watch?v=VvZAXL28K2E>, dostęp 28.01.2021.

- Maslow A., *The Farther Reaches of Human Nature*, Londyn 1971.
- May R., *Odwaga tworzenia*, Poznań 1994.
- Newport C., *Cyfrowy minimalizm*, Warszawa 2020.
- Newport C., *Praca głęboka*, Warszawa 2018.
- Nęcka E., *Psychologia twórczości*, Gdańsk 2003.
- Popławska A., Osowiecka M., Kramarczyk J., *Medialna wielozadaniowość – specyfika konstruktu i ujęcie międzykulturowe*, „Biznes międzynarodowy w gospodarce globalnej” 2015, nr 34.
- Postman, N., *Zabawić się na śmierć*, Warszawa 2006.
- Simonton D. K., *The Genius Checklist*, Cambridge, Londyn 2018.
- Stiegler B., *Pharmacology of Desire: Drive-based Capitalism and Libidinal Dis-economy*, „New Formations” 2011, nr 72.
- Stiegler B., *Wstrząsy. Głupota i wiedza w XXI wieku*, Warszawa 2017.
- Szczepański J., *Konsumpcja a rozwój człowieka*, Warszawa 1981.
- Szmidt K. J., *ABC kreatywności*, Warszawa 2010.
- Szmidt K. J., *Za dużo twórczości? Pułapki twórczości codziennej i amatorskiej w kulturze nadmiaru, kiczu i braku smaku*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja” 2015, nr 2(70).
- Żychliński A., *Wychowanie do niedojrzałości albo od biopolityki do psychowładzy*, „Praktyka Teoretyczna” 2011, nr 3.

Netografia:

- <http://www.arsindustrialis.org/node/2924>, dostęp: 15.01.2021.
- <https://www.humanetech.com/>, dostęp: 28.01.2021.
- <https://www.humanetech.com/#join-the-movement>, dostęp: 28.01.2021.
- <https://www.pcworld.pl/news/William-Gibson-prorok-cyberprzestrzeni,297868.html>,
dostęp: 20.01.2021.
- <http://podcast.swps.pl/68f355f0>, dostęp: 15.01.2021.
- <https://www.theverge.com/2018/5/10/17333574/google-android-p-update-tristan-harris-design-ethics>, dostęp: 28.01.2021.
- https://pl.wikiquote.org/wiki/William_Gibson, dostęp: 20.01.2021.
- <https://www.youtube.com/watch?v=VvZAXL28K2E>, dostęp: 28.01.2021.

Paulina Kędzia-Wiśniewska
Kulturoznawstwo
Uniwersytet Śląski w Katowicach
paulina.kedzia@gmail.com

AUTOREFLEKSJA POZA CZASEM – MOTYW ARTYSTY W DZIELACH CHARLIEGO KAUFMANA

*Self-reflection beyond time – the artist motif in the works
of Charlie Kaufman*

Streszczenie

Istotę mojej pracy stanowi zagadnienie dotyczące motywu artysty w dziełach Charliego Kaufmana – scenarzysty, reżysera, a od niedawna również powieściopisarza. Podejmuję refleksję nad obecnymi w nich możliwościami ukazywania postaci artysty w kinie. Bazując na przykładach filmów *Być jak John Malkovich*, *Adaptacja*, *Synekdocha*, *Nowy Jork* oraz *Może pora z tym skończyć* staram się przybliżyć wagę metatematyizmu i autorefleksji, jakimi operuje Kaufman w konstruowanych przez siebie opowieściach o artystach. Pisarz znany jest z niekonwencjonalnych rozwiązań narracyjnych. Ucieka się do surrealistycznych przedstawień rozwoju postaci. Stałymi tropami jego dzieł są zagadnienia przemijania, tożsamości, poszukiwania siebie, pragnienia akceptacji i podziwu. Kaufman manewruje motywem procesu twórczego, a jego filmy łączy wątek niezwyklej linii czasu, strachu przed śmiercią i pragnienia pozostawienia po sobie dzieła niezapomnianego.

Słowa kluczowe: Charlie Kaufman, kino, autotematyzm, autobiografizm

Summary

In this paper I shall examine the issue of the artist's theme in the works of Charlie Kaufman – a screenwriter, director, and recently also a novelist. I reflect upon the possible portrayals of the creator's figure in the cinema. Based on the examples from the films *Being John Malkovich*, *Adaptation*, *Synecdoche, New York* and *I'm Thinking of Ending Things*, I attempt to present the importance of metathematism and self-reflection that Kaufman employs in his stories about artists. The artist is known for his unconventional narrative ideas. He employs surreal representations in the character development. A persistent theme in his works are the issues of transience, identity, self-seeking, the desire for admiration and acceptance. Kaufman plays with the motif of the creative process, and his films are united by the theme of an unusual timeline, the fear of death and the desire to leave a meaningful work as a legacy.

Key words: Charlie Kaufman, cinema, autothematism, autobiography

Wstęp

W dziełach Charliego Kaufmana często przewijają się zagadnienia dotyczące przemijania, poszukiwania tożsamości, pragnienia akceptacji i pokłasku. Prawie wszystkie jego prace łączy wątek strachu przed śmiercią, przez który dzieło pozostawia po sobie aurę wyjątkowości. Są to treści dobrze łączące się z wątkami opowiadającymi o życiu artystów. Kaufman manewruje motywem procesu twórczego przy użyciu surrealistycznych przedstawień rozwoju postaci w czasie, który biegnie zaskakującymi ścieżkami. Dzięki temu jego twórczość prezentuje szeroki wachlarz możliwości ukazywania figury artysty w kinie. Autor jest znany z niekonwencjonalnych rozwiązań narracyjnych, zarówno, gdy występuje w roli scenarzysty jak i reżysera. W skonstruowanych opowieściach istotny pozostaje udział elementów zręcznie opisujących jego osobiste doświadczenia. Środki ekspresji, jakimi posługuje się Kaufman mają nowatorski wydźwięk i są komentarzem do wypracowanych wcześniej modeli przedstawień świata. Dla twórcy istotne pozostają aspekty autorefleksji oraz metatematyzmu umiejscowionego w samym sednie idei, jaką podejmuje artysta, ponieważ w swoich utworach pisze o jednej z wersji siebie podczas procesu kreatywnego.

W próbie omówienia charakterystycznych cech twórczości Amerykanina metodą analityczno-interpretacyjną sięgnę do takich przykładów jak jeden z jego najszerzej rozpoznawalnych filmów, do których stworzył scenariusze – *Być jak John Malkovich* (1999) i *Adaptacja* (2002), debiutu reżyserskiego, jakim była *Synekdocha, Nowy Jork* (2008) oraz najnowszej produkcji *Może pora z tym skończyć* (2020).

Terapie self-made

Wielu reżyserów i scenarzystów przyznaje, że ich twórczość działa jak terapia (Tim Burton, Mario Bava, David Cronenberg, Adam Elliot, Marek Koterski, Sam Levinson, Nicolas Winding Refn, Herman J. Mankiewicz). Należący do tego grona Charlie Kaufman ucieka się do surrealistycznych przedstawień rozwoju postaci z biegiem złamanego czasu albo zupełnie poza nim. Stałymi tropami są zagadnienia przemijania, tożsamości, poszukiwania siebie, swoich pasji, pragnienia akceptacji i podziwu. Tworzy dzieła osobiste i szczere. Znany najpierw jako scenarzysta, w latach dziewięćdziesiątych pisał dla telewizji, głównie do *sitcomów*¹ (*Get A Life*, 1990, *The Edge*, *Trouble with Larry*, 1993 i *Ned i Stacey*, 1995). U schyłku XX wieku podejmował się tworzenia scenariuszy filmowych. Na jego pracach bazują takie produkcje, jak *Być jak John Malkovich*, *Wojna plemników* (2001), *Adaptacja*, *Niebezpieczny umysł* (2002), *Zakochany bez pamięci* (2004). Później podjął się pracy reżysera i stworzył m. in. *Synekdochę, Nowy Jork*, *How and Why* (2014), *Anomalisę* (2015) i *Może pora z tym skończyć*. Kaufman znany jest ze swoich niekonwencjonalnych rozwiązań narracyjnych, za pomocą których pośrednio opisuje sam siebie. Krytycy wskazują, że robi filmy o tym, co go boli i jest „hiper-metatekstowy”². Często nawiązuje do dzieł ulubionych pisarzy, m.in. Philipa K. Dicka, Samuela Becketta, Chrisa Markera, Franza Kafki i Stanisława Lema³. Amerykanin w swoich tekstach tworzy

¹ Zob. B. Joseph, *A Look Back At Charlie Kaufman's Sitcom Work*, <https://www.vulture.com/2012/06/a-look-back-at-charlie-kaufmans-sitcom-work.html>, data publikacji: 19.06.2012, dostęp: 24.03.21.

² G. Dimitrakopoulou, *The Search for the Self in Charlie Kaufman. A Lacanian Reading*, https://www.academia.edu/4118508/The_Search_for_the_Self_in_Charlie_Kaufmans_Films_A_Lacanian_Reading, dostęp: 25.03.21, s. 8.

³ C. James, *Charlie Kaufman Says Old Hollywood, Not Netflix, Killed Movies*, <https://www.wsj.com/articles/charlie-kaufman-says-old-hollywood-not-netflix-killed-movies-11593781201>, dostęp: 25.03.21.

równoległe uniwersa podobne do naszej rzeczywistości. Kaufmana cechuje unikalne spojrzenie na ludzkie wady, których nie próbuje naprawiać, po prostu zwraca uwagę na ich istnienie. „Powiedz, kim jesteś, ukaż to w życiu prywatnym i pokaż w swojej pracy. Powiedz to komuś, kto jest zagubiony, komuś, kto jeszcze się nie urodził i nie urodzi przez kolejne pięćset lat. To, co napiszesz, będzie zapisem czasów, w których żyjesz. Jeśli będziesz szczery, czytelnik dzięki tobie stanie się mniej samotny w swoim świecie, ponieważ rozpozna siebie samego w tobie”⁴ – mówił podczas pierwszego ze swoich wykładów. Przemawiając w trakcie wydarzenia zorganizowanego przez Brytyjską Akademię Sztuk Filmowych i Telewizyjnych, wyznał, że czuje zakłopotanie: „Chciałem zaoferować wam widok osoby, która się miota, bo sądzę, że właśnie ta ludzka bezbronność i otwartość jest czymś, co powinna dawać nam sztuka”⁵. Charlie Kaufman podkreśla, że nie chce stawiać się w roli eksperta, znawcy i udzielać porad z piedestału. Dodaje, że każdy swój scenariusz rozpoczyna od uświadomienia sobie własnej niewiedzy; aby być szczerym, trzeba wyzbyć się pragnienia posiadania władzy nad sytuacją, bo: „kontrola jest wielkim kamuflażem”⁶.

Marionetki Kaufmana

W *Być jak John Malkovich* Kaufman odbiera bohaterom władzę i bawi się światem realnym i przedstawionym. Malkovich staje się dla głównego bohatera filmu portalem umożliwiającym zrealizowanie zawodowych i prywatnych ambicji. Craig jest perfekcjonistą, którego ego nie pozwala na przyjęcie do wiadomości własnej porażki. Mężczyzna jest lalkarzem bez pracy. Wystawia swoje przedstawienia na ulicach Nowego Jorku, ale nie wzbudzają one zachwyty. Jest znudzony swoim życiem i zły z powodu niedoceniań jego sztuki przez świat. Jego mieszkanie jest ciemne, brak w nim naturalnego światła. Zaledwie dwa razy widzimy okna, ale za nimi trwa deszczowy dzień, słońce nigdy nie wpada do wnętrza. Pomieszczenia są obrazem tego, co dzieje się w głowie Craiga.

Pewnego razu w nowej pracy protagonista odkrywa za szafkami na dokumenty małe drzwi. To portal do świadomości aktora – Johna Malkovicha. Tunel kojarzący się z króliczą norą z *Alicji w Krainie Czarów* prowadzi do miejsca,

⁴ Zob. BAFTA lecture held at BAFTA on 30 September 2011, „BAFTA Guru”, https://www.youtube.com/watch?v=eRfXcWT_oFs, dostęp: 26.03.21.

⁵ Tamże.

⁶ Tamże.

które umożliwia życie w ciele gwiazdy i widzenie świata jego oczami. „Czy ja to ja? Czy Malkovich to Malkovich?” – pyta Craig chwilę po wyjściu z portalu. To, jak sami siebie traktujemy i postrzegamy, zależy od wielu czynników. George Herbert Mead pisał, że jednostka doświadcza siebie samej poprzez uogólniony punkt widzenia grupy, do której należy⁷. Craig po wielu porażkach na polu artystycznym oraz występach ulicznych, które zostały wyśmiane, załamuje się i wątpi w swój talent. Dzięki temu, że na co dzień zajmuje się kontrolowaniem marionetek, jest mu jednak łatwiej przejąć kontrolę nad Malkovichem na stałe, a nie jedynie na kwadrans. W nowym ciele w końcu może podjąć się pracy artystycznej i dawać występy kukiełek. Dzięki statusowi gwiazdy jego występy są traktowane poważnie.

Sceną, którą mogłaby podsumować jedno z przesłań obrazu, jest przedstawienie wykonane przez Craiga. Cały kadr zajmuje granatowa kurtyna; na jej tle pojawia się tytuł filmu. Przesłona unosi się i przy akompaniamencie *Music for Strings, Percussion and Celesta* – dynamicznego, budzącego niepokój utworu, możemy obserwować taniec marionetki. Nagi mężczyzna znajduje się w pochoju zaopatrzonym w kilka mebli. Po chwili konsternacji bohater podchodzi do lustra i dotyka swojego odbicia. Wtedy wydaje się przerażony, jakby dotarło do niego, że jest kimś, kim być nie chce. Postać rozbija lustro i demoluje mieszkanie. Miota się, a po chwili zatrzymuje i zauważa, że jest kontrolowany za pomocą sznurków. Spogląda w górę i widzi lalkarza, który nim kieruje. Wtedy chce uwolnić się spod jego władania, szarpie się i próbuje uciec. Jednak siła wyższa jest w stanie dokończyć zamierzony taniec i zaplanowane figury. Lalka upada i płacze. Dopiero wtedy znowu uzyskuje pełną kontrolę nad sobą. Biorąc pod uwagę składniki sceny, można wysnuć wniosek, że jest to streszczenie fabuły. Wszechobecny błękit i odcienie szarości kojarzą się z mieszkaniem Craiga Schwartza. Nagość marionetki to znak bezbronności. Spojrzenie w lustro i niezadowolenie, a wręcz załamanie odpowiada zachowaniu mężczyzny. Płacz to ostateczna przegrana – *Taniec rozpacz i rozpadu Craiga* kończy się.

Być jak John Malkovich ukazuje protagonistę, który nie jest szczery w swojej sztuce. Szuka łatwych dróg do sukcesu, unikając ujawniania prawdziwego siebie. Protagonista dzięki lalkarskim umiejętnościom potrafi na chwilę stać

⁷ G. H. Mead, *Osobowość*, [w:] *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. L. Kolankiewicz, Warszawa 2005, s. 760.

się kimś innym. Nie szuka odpowiedzi w sobie, nie wyciąga wniosków z porażki, bo nie przyjmuje jej do wiadomości.

Pozory schematyczności

Motyw procesu twórczego oraz życia artysty Kaufman realizował w kilku utworach. Swoje postulaty zawarł w *Adaptacji*, w której pisze o procesie przenoszenia książki Susan Orlean *Złodziej Orchidei* na język filmu. Okazuje się, że produkcja wyreżyserowana przez Spike'a Jonze'a nie skupia się na wydarzeniach zawartych w reportażu, są one jedynie tłem dla opowieści o trudach, jakie towarzyszą powstawaniu scenariusza.

Znerwicowany protagonista rozpoczyna monologiem z *offu*⁸: „Jestem banalny, muszę się zbadać, mam guza na nodze. Dzwonił dentysta. [...] Siedzę na tłustej dupie. Wolałbym na chudej”. To przykład jednego z wielu strumieni myśli Charliego. Bohater nagrywa je na taśmach i odtwarza po pewnym czasie; mają mu one przynieść inspirację. Podczas pracy Kaufman doświadczył blokady twórczej i przełamał ją, wpisując samego siebie w film. Po odsłuchaniu taśmy komentuje to zachowanie bardzo surowo: „wpisałem siebie w scenariusz... pobłażam sobie, jestem narcystyczny. To samolubne i żałosne. Jestem gruby i żałosny!”. W filmie pojawiają się trzy splecione wątki: historia Johna Laroche'a zdobywającego rzadki okaz orchidei, historia Susan Orlean piszącej o nim książkę, oraz zmagania Kaufmana adaptującego książkę na scenariusz.

W filmie przywołane zostaje jeszcze jedno znaczenie słowa „adaptacja”, to akomodacja do zmieniających się warunków, czyli ewolucja⁹. Przystosowywanie się do zmian i napędzanie ich, to zadania artysty, który jest stale o krok przed *mainstreamem*. Główny bohater ma fikcyjnego brata bliźniaka – Donalda, który też jest scenarzystą. W przeciwieństwie do Charliego, Donnie jest bezkompromisowy i pewny siebie. Posiada cechy, których Charliemu brakuje. Donald ma wiele pomysłów, są one proste, znane od lat, ale chwytliwe. Właśnie takich treści oczekuje showbiznes. Za to Charlie czuje presję, którą sam

⁸ Głos postaci słyszany zza kadru.

⁹ Zob. P. Marks, *Adaptation from Charles Darwin to Charlie Kaufman*, https://www.researchgate.net/publication/277189203_Adaptation_from_Charles_Darwin_to_Charlie_Kaufman, s. 20-21, dostęp: 25.03.21.

na siebie nałożył. Uważa, że w literaturze faktu nie dzieje się nic interesującego. Z tego powodu wielokrotnie rozpoczyna scenariusz, ale żaden ze wstępów nie jest dla niego satysfakcjonujący. Mówi agentce: „Nie chcę zniszczyć historii przez zrobienie z niej hollywoodzkiej papki [...] Nie chcę tam upychać seksu, broni ani pościgów. Żadnego dojrzewania do ważnych lekcji życiowych, pokonywania przeciwności, by na końcu odnieść sukces”.

Kaufman pozornie ucieka się do odtworzenia reportażu. Ulokował akcję w odpowiednim miejscu i czasie, nazwał postacie tak, jak nazywają się rzeczywiście, jednak film przekazuje tylko części ich osobowości. Charlie zaledwie z pozoru przejawia cechy samego scenarzysty. Ekranowa Susan Orlean nie prezentuje zachowań tej prawdziwej. Z tego powodu autorka na początku była przeciwna powstaniu filmu¹⁰. Dopisane wątki romansu, zażywania narkotyków i występu na stronie pornograficznej mogły zostać odczytane jako fakty i zniszczyć jej karierę. Scenariusz rzeczywiście stawia w złym świetle nie tylko ją, ale i pozostałe osoby związane z powstaniem jej książki. Robert McKee i John Laroche w filmie zachowują się odpychająco. Kaufman i Jonze bawią się możliwością dialogu z stworzonymi bohaterami i widzami – postać Johna próbuje przekonać filmowego Charliego, że powinien wystąpić we własnej osobie. Za to ekranowy Charlie Kaufman głośno zastanawia się, kto może go zagrać. Stawia na Gérarda Depardieu, ale ostatecznie wybór pada na Nicolasa Cage’a¹¹.

Adaptacja oscyluje między dramatem i romansem, ostatecznie stając się nawet filmem akcji. Co chwilę słychać – tak krytykowaną przez McKee – narrację z *offu* i myśli protagonisty. Kiedy Donald ginie, w Charliem następuje przełom – przestaje bać się cikliwych banałów i śpiewa bratu piosenkę. W toku trwania akcji główny bohater dojrzewa i otrzymuje życiową lekcję – hollywoodzkie *cliché* zostają zachowane. W filmie pojawiają się seks, samochodowy pościg, broń, narkotyki, a nawet niespodziewany atak aligatora. Oznacza to, że scenariusz do *Złodzieja orchidei* złamał zasady, które narzucił sobie autor. Kaufman pokazał, że stosując szablonowe rozwiązania, da się uciec od powielania schematów.

¹⁰ Zob. J. Bloomer, *Susan Orlean on Watching Adaptation With Her 15-Year-Old Son*, <https://slate.com/culture/2020/08/susan-orlean-adaptation-interview-charlie-kaufman-movie.html>, dostęp: 25.03.21.

¹¹ Zob. K. L. Evans, *Charlie Kaufman, Screenwriter*, Kentucky 2011, s. 24.

Wielki format kontra miniatura

W filmie *Synekdocha, Nowy Jork* z 2008 roku Kaufman ponownie nie unika poruszania z pozoru wyświechtanych tematów. Każdy człowiek jest głównym bohaterem na scenie własnego teatru, wszyscy grają główną rolę w swojej historii – taką informację protagonista szepcze do ucha asystentki. *Synekdocha, Nowy Jork* dostarcza argumentów na rzecz tej tezy. Film opowiada o reżyserze sztuk teatralnych – Cadenie Cotardzie, artyście, który zostaje porażony nagłą świadomością nieuchronności własnej śmierci. Film rozpoczyna się sceną, w której Caden słyszy kilka wersów wiersza *Dzień jesienny* Rainera Marii Rilkego. Świat Cadena pogrąża się w jesiennej aurze i popada w ruinę na jego oczach, a bohater czuje, że umiera. Słuch i wzrok go zawodzą, mięśnie i stawy odmawiają posłuszeństwa, zawodzi również jego umysł. Lekarze zdawkowo tłumaczą jego przypadłość i wysyłają do kolejnych specjalistów. Niektórzy znani mu ludzie ulegają rozkładowi jeszcze za życia. Psycholog prowadząca jego leczenie bez skrępowania wystawia na pokaz siną stopę, która wygląda na zainfekowaną. Kaszel Adele przeradza się w nowotwór płuc. Tatuaż Olive okazuje się zatruwać jej ciało i prowadzić do bolesnej śmierci. Rozpada się nie tylko materia, ale i relacje z bliskimi – małżeństwo Cotardów dobiega końca, a żona ucieka z córką za granicę, żeby tam rozpocząć nowe życie. Zrywa kontakt z byłym mężem. Mężczyzna szuka córki. Wydaje mu się, że trwa to tygodniami, ale bliscy zwracają mu uwagę, że minęły lata. Starzeniu w zadziwiającym tempie ulegają znajomi Cadena i on sam. Nawet, wydawałoby się, stabilny teatralny *set* kruszy się i rozwarstwia.

Francuski neurolog Jules Cotard przyjrzał się przypadkom pacjentów z depresją, którzy cierpieli na specyficzny zespół urojeń. Chorym wydawało się, że ich organy gniją, że nie mają krwi w ciele albo brakuje im jakiegoś narządu. Przypadłość potocznie zwana „syndromem chodzącego trupa” nosi nazwę zespołu Cotarda. Pomimo pasujących do opisu objawów u protagonisty produkcja wymyka się prostym interpretacjom za sprawą nielinearnego czasu. Wydarzenia w życiu bohatera płaczą się z tymi z jego sztuki. Czas przeskakuje o kilka lat w przód, w kolejnej scenie cofa się, radio ogłasza, że jest koniecówka września, gazeta, że połowa października, a mleko psuje się w lodówce, aby po kilku scenach znów być zdatne do spożycia. Ubiór, fryzury i zmarszczki na twarzach postaci zmieniają się w szybkim tempie.

Cotarda wiecznie prześladuje poczucie niespełnienia i zawiedzenia oczekowań własnych i bliskich. Z tych powodów postanawia stworzyć wiekopomne dzieło – napisać i wyreżyserować sztukę poruszającą temat śmierci. „W końcu będę mógł pokazać prawdziwego siebie” – zwierza się terapeutce. Bohater jest targany obsesją mimetyzmu, dąży do wiernego odwzorowania rzeczywistości. Postanawia wykonać replikę Nowego Jorku w ogromnym magazynie. W świecie reżysera każda postać ma swój odpowiednik na teatralnej scenie. Protagonista szuka osoby, która zagra jego samego. Na casting zgłasza się starszy mężczyzna, który od lat śledził reżysera. Bez cienia wstydu przyznaje, że obserwuje Cadena, zna każde jego pragnienie, myśl i potrafi odtworzyć jego ruchy oraz mimikę.

Surrealistyczna *Synekdocha*, *Nowy Jork* wielokrotnie bazuje na kontrastach popadających w komizm, a za tym idzie wymaganie akceptacji absurdu. Angażowanie własnej rodziny i znajomych w swoich artystycznych produkcjach może być drogą do spełnienia autorskiego zamysłu. Dzięki decyzjom o przenoszeniu prywatnych relacji na twórczość, rozmywa się granica między fikcją a rzeczywistością¹². Magdalena Podsiadło twierdzi, że: „proces tworzenia staje się wówczas aktem na tyle osobistym, że twórca wykorzystuje relacje, których doświadcza w życiu jako materię sztuki”¹³. Cotard, co rusz reżyseruje swoje interakcje z rodziną i znajomymi. Decyduje, kto, co i kiedy ma mówić. Dla Cadena spotkania z bliskimi były jedynie drogą do osobistego rozwoju, a nie prawdziwym porozumieniem. Nie dba o cudze uczucia, dlatego nie widzi ich takimi, jakimi są. Zamiast dostrzegać, projektuje ludzkie wizerunki z pamięci, a splot sztuki i realności zacieśnia się.

Magdalena Podsiadło analizuje twórczość, w której artyści korzystali z wątków autobiograficznych, zauważa, że film o tej tematyce charakteryzuje „autentyzm miejsca i zawartych w nim realiów”¹⁴, następnie dodaje, że często twórca zostaje zastąpiony przez swoje alter ego, podobne odpowiedniki posiadają bohaterowie z jego otoczenia¹⁵ – taki opis w pełni odpowiada wizji Cadena. Zdaniem Mirosława Przyłipiaka, który charakteryzuje „autorski model dokumentalizmu”, kino autobiograficzne zawiera w sobie napięcie między tym, co obiektywne i subiektywne oraz tym, co artystyczne i reprodukowane¹⁶. Caden

¹² Zob. M. Podsiadło, *Autobiografizm filmowy jako ślad podmiotowej egzystencji*, Kraków 2013, s. 82-83.

¹³ Tamże, s. 83.

¹⁴ Tamże, s. 91.

¹⁵ Zob. Tamże, s. 91.

¹⁶ Cyt. za: M. Przyłipiak, *Poetyka*, s. 202, [w:] M. Podsiadło, *Autobiografizm...*, s. 60.

postanowił na pełne odwzorowanie rzeczywistości i odrzucił element kreatywnego stworzenia czegoś nowego. W przeciwieństwie do Cadena, który stawia na dosłowną, fizyczną wielkość swoich kreacji, jego żona maluje miniaturowe portrety i to ona odnosi sukces. Adele potrafi w skondensowanej formie zawrzeć, to, co najistotniejsze. Kobieta potrafi „Spojrzeć prawdzie w oczy”, jak to ujął jeden z bohaterów, tragiczny komizm tej sytuacji leży w fakcie, iż Caden z powodu wstydu nie potrafi spojrzeć nawet we własne oczy. Choć wydaje mu się, że odwzorowuje rzeczywistość, maskuje ją.

Cichy artysta

Może pora z tym skończyć to film Kaufmana z 2020 roku. To adaptacja książki Iaina Reida o tym samym tytule. Netflixowa produkcja przedstawia dwa równoległe wątki: dziewczyny o nieznanym imieniu i jej chłopaka – Jake’a oraz historię dozorczy sprawującego pieczę nad liceum. Para w zimowe popołudnie zmierza do rodzinnego domu mężczyzny. To pierwsze spotkanie kobiety z rodzicami partnera. Dziewczyna ma wątpliwości dotyczące ich związku. Zastanawia się nad tym, czy relacje romantyczne mają szansę kwitnąć latami, czy może po pewnym czasie to tylko przyzwyczajenie i wygoda.

Podczas zapoznawczej kolacji wywiązuje się rozmowa o malarstwie. Dziewczyna tłumaczy, na czym polega impresjonistyczne oddanie stanu psychiki za pośrednictwem obrazów. Wyjaśnia, iż żadne miejsce nie ma przypisanych do siebie emocji, a to, co czujemy znajdując się w nim mówi o nas samych, a nie o przestrzeni. Taki sam zabieg twórczy wykorzystuje Kaufman-reżyser. Zatem można założyć, że wszystko, co dzieje się w domu jej chłopaka, jest odbiciem tego, co dzieje się w głowie protagonistki, ponieważ do połowy filmu można uznać, że to właśnie rudowłosa dziewczyna jest centralną postacią produkcji. To jej myśli da się słyszeć z *offu*, choć to, czy owe monologi należą do niej, zostaje później poddane w wątpliwość. Obserwujemy reakcje na odrealnione sytuacje, którymi zostaje otoczona. Spotkane osoby powtarzają sylaby, mrugają w szybkim tempie pies otrzepuje się jak gdyby w zapętleniu. Jake zwraca się do niej wieloma imionami, a dziewczyna przyjmuje je bez protestów. Do tego przestawia się jako badaczka wirusa wścieklizny, następnie fizyczka, później malarka, w dalszej kolejności jako gerontolożka, ostatecznie kelnerka.

Okazuje się, że wszystko to, co było rzekomym zajęciem czy pasją dziewczyny interesowało też Jake'a. Matka co rusz wtrącała, że był zdolnym uczniem, pilnym, sumiennym i bardzo inteligentnym. Starsza kobieta zdradza również, że jej syn nigdy nie miał wielu przyjaciół. W piwnicy ukryte zostały obrazy autorstwa Jake'a. Zatem mężczyzna tworzył, ale nie ośmielił się lub nie miał okazji zaprezentowania swojej twórczości. Te elementy filmu są znakami kompleksów i pragnień mężczyzny. Prawdopodobnie nie spełnił swoich planów, a jego życie było przygnębiające. Z podejścia do rodziców i wyraźnego obrzydzenia oraz nieskrywanej niechęci połączonej ze złością można wywnioskować, że ich starość i potrzeba opieki pokrzyżowały mu plany. Cytowany w filmie wiersz Evy H. D. *Perfect rotten mouth*¹⁷ mówi o tym, że najtrudniej jest wracać do domu, bo to miejsce, gdzie czujemy swoją samotność i najsilniej uświadamiamy sobie własną przemijalność. Z tych powodów podmiot liryczny kojarzy dom ze śmiercią. Dla dziewczyny utwór jest przygnębiający, ale Jake komentuje go entuzjastycznie mówiąc „To tak jakbyś pisała o mnie!”, bo rzeczywiście atmosfera wiersza pokrywa się z tą domową. *Może pora z tym skończyć* opowiada o powrocie do domu w zimowej aurze. Bohaterowie rozpoczynają swoją podróż, gdy przyjemnie prószy śnieg, ale im dalej w głąb akcji, tym chłodniej, smutniej i straszniej. Matka Jake'a mówi, że starzenie jest jak „pociąg pospieszny do piekła”. W wizji ukazanej przez Kaufmana piekło, paradoksalnie, jest miejscem chłodnym, a nie ognistym. Rodzice Jake'a starzeją się na oczach pary, aby po kilku chwilach zmienić się w młodszych niż byli podczas początkowych scen. Im są starsi, tym silniejsza staje się śnieżycą powstrzymująca powrotny wyjazd pary. Takowe uwięzienie może symbolizować, iż Jack nie mógł wyjechać ze swojego prowincjonalnego miasta, bo opiekował się niedołącznymi rodzicami. Dlatego ciągle tkwi w sferze marzeń i fantazji. Jego podświadomość przebija się do świadomych stref i ukazuje mu, jak mógł żyć i czego mógł dokonać.

Dziewczyna podczas drogi powrotnej wygłasza monolog, który jest kluczowy dla interpretacji filmu: „ludzie widzą siebie jako punkty podróżujące w czasie, sądzę, że jest odwrotnie. My stoimy w miejscu, a czas przechodzi przez nas. Wieje jak zimny wiatr, kradnie nam ciepło, zostawia nas skostniałych, zmarzniętych i martwych”. Cytat wskazuje na brak podziału pamięci i aktualnej rzeczywistości, przeszłości i teraźniejszości wszystko to jest nieuchwytnie i niedookreślone. Każde wspomnienie jest informacją przefiltrowaną przez percepcję

¹⁷ Eva H. D., *Perfect rotten mouth*, Toronto 2015, s. 9.

danego człowieka, przez co pamięć nigdy nie jest obiektywna. Dlatego historia poznania się pary jest zmienna. Na początku mówią, że spotkali się podczas „wieczoru ciekawostek” na studenckim kampusie. Kolejną wersją zapoznania jest to odbywające się w restauracji – gdy młoda kobieta kompletowała zamówienie chłopaka. Druga historia została wyraźnie zaczerpnięta z filmu. Woźny widzi fragmenty komedii romantycznej w reżyserii Roberta Zemeckisa, który znany jest z tworzenia filmów o komediowym zabarwieniu, lekkości i optymistycznym wydźwięku (*Powrót do przyszłości*, 1985, *Ze śmiercią jej do twarzy*, 1992, *Forrest Gump*, 1994, *Ekspres Polarny*, 2004). W pewnym momencie twarz partnerki Jake’a zmienia się na twarz aktorki z wspomnianego filmu. Dzięki tym wskazówkom, wraz z biegiem akcji, widz dowiaduje się, że dozorca i Jake to ta sama osoba, a wydarzenia obserwowane na ekranie rozgrywają się w głowie starszego mężczyzny.

Jake przejawia ogromną fascynację popkulturą. Kocha musicale, zna się na kinie i cytuje z pamięci wiersze, a podróż pary usiana jest długimi monologami brzmiącymi jak wykłady z literatury i krytyki filmowej. Deklaruje, że nie jest fanem musicali, a zaraz potem recytuje kilkanaście tytułów. Wydaje się, jakby był zawstydzony, że lubi ten obszar, bo chce zamaskować, że pragnąłby być performerem. Na jego pragnienie tworzenia sztuki w wielu formach wskazują też namalowane obrazy i fakt, że ukrył je w piwnicy, zamiast pokazać światu. Wszystkie te problemy pokrywają się z tematyką pozostałych dzieł Kaufmana. Film można uznać za pewnego rodzaju podsumowanie jego dotychczasowej działalności.

Porzuć logikę

Z analiz przykładów filmowych wyłania się wniosek potwierdzający hipotezy zawarte we wstępie. Kaufman jako jeden z centralnych tematów swojej twórczości wysuwa problem postaci niespełnionych artystów wrzuconych w wir nielinearnego czasu. Chętnie korzysta z utartych schematów, po to by przewrotnie zmienić je pozostawiając zaledwie bazowy koncept, co najwyraźniej widać w jego *Adaptacji* korzystającej z zabiegów typowych dla kina gatunkowego. W *Być jak John Malkovich* i *Synekdocha*, Nowy Jork pokazuje zgubną moc perfekcjonizmu, a w najnowszym filmie strach i osamotnienie niespełnionego twórcy. Po premierze filmu *Może pora z tym skończyć*

Piotr Mirski pokusił się o nazwanie stylu autorskiego artysty konwencją: „«Kaufman» to odrębna konwencja, wciąż poszerzana, ale posiadająca stałe centrum. Jej podstawowymi składnikami pozostają komedia, dramat i szaleństwo”¹⁸. Twórca posługuje się absurdem, zdrowy rozsądek i szukanie logicznych zasad nie sprawdzą się w przypadku jego twórczości. W każdym z omawianych filmów widać subiektywne, popadające w magiczny realizm, postrzeganie świata i czasu przez artystów. Perspektywa spojrzenia na twórcę jest u Kaufmana wyjątkowa, ponieważ konflikt nie pochodzi z zewnątrz, a buduje się w bohaterach. Większość postaci to introwertyczni artyści, którzy zmagają się z wyobcowaniem i szukają siebie poprzez uzewnętrznienie się w sztuce¹⁹. Jego scenariusze łączy motyw strachu przed śmiercią i wynikające z niego pragnienie pozostawienia po sobie wartościowego dzieła. Artefaktu niezapomnianego, przez który kreator będzie wiecznie żywy. Amerykański twórca wyznaje filozofię afirmacji zarówno swoich zalet, jak i wad, ponieważ to właśnie one sprawiają, że potrafimy się rozwijać. Takie podejście jest znamienne dla kaufmanowskiego poszukiwania tożsamości przez jego protagonistów. Autor pokazuje, że aby spojrzeć na siebie z innej perspektywy, na początku należy przygotować się na kompletne porwanie przez fabułę. Zarówno przez zdarzenia, jak i przez niezwykłość linii czasowej. Zdaniem twórcy należy porzucić strach przed ukazaniem się w złym świetle, przed wygłupieniem się i lęk przed oceną. Charlie Kaufman, tworząc swoje filmy, trzyma przed widzami krzywe zwierciadło. Takie, które hiperbolizuje przywary i błędy, a jednak nadal pozostaje odbiciem rzeczywistości.

Bibliografia

Literatura:

- „BAFTA Guru”, *BAFTA lecture held at BAFTA on 30 September 2011*, https://www.youtube.com/watch?v=eRfXcWT_oFs, dostęp: 26.03.21.
- Bloomer J., *Susan Orlean on Watching Adaptation With Her 15-Year-Old Son*, <https://slate.com/culture/2020/08/susan-orlean-adaptation-interview-charlie-kaufman-movie.html>, dostęp: 28.03.21.

¹⁸ P. Mirski, *W jego głowie*, <https://www.dwutygodnik.com/arttykul/9107-w-jego-glowie.html>, dostęp: 20.05.21.

¹⁹ Zob. G. Dimitrakopoulou, *The Search for...*, dostęp: 25.03.21, s. 9.

- Dimitrakopoulou G., *The Search for the Self in Charlie Kaufman. A Lacanian Reading*, https://www.academia.edu/4118508/The_Search_for_the_Self_in_Charlie_Kaufmans_Films_A_Lacanian_Reading, dostęp; 28.03.21.
- Eva H. D., *Perfect rotten mouth*, Toronto 2015.
- Evans K. L., *Charlie Kaufman, Screenwriter*, Kentucky 2011.
- James C., *Charlie Kaufman Says Old Hollywood, Not Netflix, Killed Movies*, <https://www.wsj.com/articles/charlie-kaufman-says-old-hollywood-not-netflix-killed-movies-11593781201>, dostęp; 28.03.21.
- Joseph B., *A Look Back At Charlie Kaufman's Sitcom Work*, <https://www.vulture.com/2012/06/a-look-back-at-charlie-kaufmans-sitcom-work.html>, dostęp; 24.03.21.
- Marks P., *Adaptation from Charles Darwin to Charlie Kaufman*, https://www.researchgate.net/publication/277189203_Adaptation_from_Charles_Darwin_to_Charlie_Kaufman, dostęp; 25.03.21.
- Mead G.H., Osobowość, [w:] *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. L. Kolankiewicz, Warszawa 2005.
- Mirski P., *W jego głowie*, <https://www.dwutygodnik.com/artykul/9107-w-jego-glowie.html>, dostęp; 28.03.21.
- Lejeune P., *Pakt autobiograficzny*, [w:] „Teksty: teoria literatury, krytyka, interpretacja” nr 5 (23).
- Podsiadło M., *Autobiografizm filmowy jako ślad podmiotowej egzystencji*, Kraków 2013.

Filmografia:

- Adaptacja*, reż. Jonze S., Stany Zjednoczone 2002.
- Być jak John Malkovich*, reż. Jonze S., Stany Zjednoczone 1999.
- Ekspres Polarny*, reż. Zemeckis R., Stany Zjednoczone 2004.
- Forest Gump*, reż. Zemeckis R., Stany Zjednoczone 1994.
- Może pora z tym skończyć*, reż. Kaufman Ch., Stany Zjednoczone 2020.
- Powrót do przyszłości*, reż. Zemeckis R., Stany Zjednoczone 1985.
- Synekdocha*, Nowy Jork, reż. Kaufman Ch., Stany Zjednoczone 2008.
- Ze śmiercią jej do twarzy*, reż. Zemeckis R., Stany Zjednoczone 1992.

Agata Rupińska
Filologia angielska
Uniwersytet Mikołaja Kopernika
agatar201996@gmail.com

NAPRZÓD DZIEWCZYNY! MOTYW ARTYSTKI I FANKI MUZYKI PUNKOWEJ W WYBRANYCH FILMACH AMERYKAŃSKICH

***Girls to the Front! Female Punk Artists and Fans in Selected
American Film***

Streszczenie

Subkultura punkowa, choć kojarzona z walką ze *status quo*, bywa środowiskiem zmaskulinizowanym i hermetycznym – zarówno wśród muzyków, jak i fanów gatunku. Osiągnięcia i rola kobiet w ramach subkultury nierzadko są ignorowane zarówno przez entuzjastów punka, jak i przez badaczy. Istotnym jest więc oddanie głosu mniej zauważanej stronie subkultury: twórczyniom i słuchaczkom. Celem artykułu jest analiza sposobu ukazywania postaci kobiecych związanych z muzyką punk rockową w filmach: *Times Square*, *Przed państwem: The Fabulous Stains*, *Her Smell*, *Out of the Blue*, *Smithereens* i *Moxie*. Analiza została poprzedzona omówieniem najważniejszych zagadnień historyczno-socjologicznych dotyczących roli kobiet w muzyce i subkulturze punkowej.

Słowa kluczowe: punk rock, punk, subkultura punkowa, kobiet w subkulturze punkowej, kino punkowe, film amerykański

Summary

Even though a punk subculture is associated with fighting the status quo, it also sometimes happens to be a masculinized and an exclusive community among both – the musicians and the fans of the punk genre. The achievements and the role of women are often ignored by punk enthusiasts and scholars. Therefore, it is important to give the floor to the less frequently noticed side of this subculture: to the female artists and fans. The aim of this article is to analyze the ways in which the female characters related to punk music are depicted in films, such as *Times Square*, *Ladies and Gentlemen: The Fabulous Stains*, *Her Smell*, *Out of the Blue*, and *Moxie*. The analysis is preceded by a historical and sociological background pertaining to women in the punk music and the punk subculture.

Key words: punk rock, punk, punk subculture, women in punk subculture, punk cinema, American cinema

Uwagi wstępne

Subkultura punkowa, nierozzerwalnie związana z muzyką punk rockową, wyróżnia się długą tradycją. Konkretnie określenie jej początków przysparza trudności, podobnie jak wskazanie pierwszego albumu punkowego. W kontekście najbardziej istotnym dla niniejszej pracy, czyli muzyki i kultury amerykańskiej, wielu badaczy wskazuje połowę lat 60. jako moment, w którym można upatrywać jej narodzin¹. W okresie tym pierwsze znaczące sukcesy osiągnęły grupy, takie jak The Velvet Underground, The Stooges i MC5², które dały początek brzmieniu i wyglądowi nienazwanej jeszcze wówczas subkulturze.

Amerykański punk odróżnia od jego bardziej znanego, brytyjskiego odpowiednika, stopniowa ewolucja. Gatunek kształtował się począwszy od wyżej wspomnianych grup garage rockowych, przez zespoły łączące proto-punkowe brzmienia z glam rockiem jak The New York Dolls, aż po przedstawicieli

¹ R. Sabin, *Punk Rock: So What?: The Cultural Legacy of Punk*, London-New York 1999, s. 3.

² S. M. Hannon, *Punks: A Guide to an American Subculture*, Santa Barbara-Denver-Oxford 2010, s. 13.

sceny związanej z klubem CBGB³. Założony w 1973 klub stał się ostoją zespołów, takich jak Ramones, Patti Smith Group czy Television⁴. W kolejnych dekadach miejsce odwiedzały grupy kojarzone z innymi odmianami gatunku, m.in. hardcore i pop punkiem.

Jak można zauważyć na podstawie powyższych przykładów, popularny obraz subkultury punkowej jest obrazem silnie zmaskulinizowanym. Wśród jej męskich idoli, takich jak Iggy Pop czy Joey Ramone, kobiety wymieniane są rzadziej i w znacznie węższym gronie. Nie oznacza to jednak, że punk nie miał i nie ma nadal kobiecej twarzy.

Niniejsza praca ma na celu zwrócenie uwagi na kobiece doświadczenie w subkulturze punkowej. Główną część artykułu stanowi analiza filmowych postaci, będących artystkami muzycznymi wykonującymi punk rock: *Times Square*, *Przed państwem: The Fabulous Stains* i *Her Smell*, oraz fankami tego rodzaju muzyki: *Out of The Blue*, *Smithereens* i *Moxie*. Część analityczna została poprzedzona częścią historyczno-socjologiczną, która przedstawia zarys historii kobiet w amerykańskiej muzyce punkowej oraz krótki opis problemów, z jakimi zmagają się członkinie subkultury punkowej.

Kobiety w amerykańskiej muzyce punkowej – zarys

Historia kobiet w amerykańskiej muzyce punkowej, choć często zapomniana i wykluczana z panującej w mediach narracji, obfituje w wartę uwagi postaci. Jedną z najważniejszych z nich jest Patti Smith, nazywana często „matką chrzestną punka”⁵. Proto-punkowe utwory artystki z albumu *Horses*, który „został uznany za klasyk w momencie wydania”⁶, łączące w sobie poezję slamową i rockowe brzmienia, zapewniły Smith status ikony. Artystka wyprzedzała nie tylko trendy muzyczne, ale też modowe⁷. Nonszalancki wygląd wokalistki wyłamywał się ze stereotypów kobiecości – składały się na niego potargane włosy oraz luźne, męskie koszule, skórzane kurtki i proste spodnie. Prawdopodobnie to właśnie dzięki Smith amerykańska, kobieca moda punkowa nierzadko

³ Tamże, s. 13-14.

⁴ www.cbgb.com/about, dostęp: 19.05.2021.

⁵ <https://pleasekillme.com/patti-smith-groundbreaker/>, dostęp: 19.05.2021, tłum. własne.

⁶ Tamże, tłum. własne.

⁷ V. Bockris i R. Bayley, *Patti Smith: An Unauthorized Biography*, New York 1999, s. 68.

wyglądała bardziej utylitarnie niż jej brytyjski odpowiednik, którego pionierką była Vivienne Westwood⁸ i należący do niej butik o wymownej nazwie Sex.

Choć Patti Smith to najbardziej popularna, punkowa artystka związana w latach 70. z klubem CBGB, nie oznacza to, że była ona jedyną kobietą na ówczesnej scenie nowojorskiej. Kobiety były obecne jako wokalistki (Debbie Harry z zespołu Blondie⁹, Joan Jett), instrumentalistki (Poison Ivy z The Cramps, Tina Weymouth z Talking Heads¹⁰), a także jako fotografki (Roberta Bayley)¹¹ i autorki (Mary Harron)¹².

Równolegle ze sceną nowojorską prężnie rozwijała się punkowa scena na zachodnim wybrzeżu. Została ona uwieczniona w filmie dokumentalnym *The Decline of Western Civilization* w reżyserii Penelope Spheeris z 1981 roku. Film stanowi zapis występów wybranych grup muzycznych oraz wywiadów z członkami i członkiniami zespołów. Reżyserka poświęciła w filmie czas trzem kobietom: wokalistkom Exene Cervenec z grupy X i Alice Bag oraz basistce Lornie Doom z zespołu Germs. Dzieło Spheeris pokazuje, że artystki stanowiły nieodzowną część sceny punkowej, do której należały.

Feministyczny ruch riot grrrl to kolejny ważny rozdział kobiecej historii punka. Korzenie riot grrrl sięgają scen punkowych przełomu lat 80. i 90. w Waszyngtonie oraz Olympii¹³. W drugim z wymienionych miast działał m.in. zespół Bikini Kill, którego wokalistka Kathleen Hanna do dziś jest uznawana za ikonę ruchu¹⁴. Riot grrrl był „bezpośrednią odpowiedzią na dominację białych, heteroseksualnych mężczyzn w scenie punkowej”¹⁵. Członkinie zespołów

⁸ L. Leblanc, *Pretty in Punk: Girls' Gender Resistance in a Boys' Subculture*, New Brunswick-New Jersey-London 2002, s. 44.

⁹ <https://www.afterglowatx.com/blog/2019/10/9/atypical-girls-the-forgotten-history-of-women-in-punk>, dostęp: 19.05.2021.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Tamże.

¹² Tamże.

¹³ L. Darms, *The Riot Grrrl Collection*, New York 2013, ebook, https://books.google.pl/books?id=Gqh9DwAA_QBAJ&printsec=frontcover&dq=riot+grrrl+collection&hl=pl&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=riot%20grrrl%20collection&f=false, dostęp: 20.05.2021.

¹⁴ <https://eu.usatoday.com/story/popcandy/2013/11/25/kathleen-hanna-interview/3698367/>, dostęp: 20.05.2021.

¹⁵ L. Darms, *The Riot...*, ebook, tłum. własne, https://books.google.pl/books?id=Gqh9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=riot+grrrl+collection&hl=pl&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=riot%20grrrl%20collection&f=false, dostęp: 20.05.2021.

sprzeciwiały się stereotypowym obrazom kobiecości¹⁶ i rolom przypisanym płci, zarówno poprzez agresywne brzmienie muzyki, radykalne, feministyczne teksty piosenek, jak inoszone na scenie stroje. Ważnym elementem ruchu były również ziny, czyli samodzielnie tworzone przez artystki i członkinie subkultury magazyny, w których publikowano m.in. feministyczne teksty, manifesty „poezję, fotografie,”¹⁷ czy ilustracje. Ziny pozwalały na wymianę idei bez ograniczeń na miejsce zamieszkania, bowiem wiele z nich było dostępnych do zamówienia pocztą¹⁸.

Muzyka i idee ruchu riot grrrl inspirują kobiety, punkowe zespoły do dziś. Do amerykańskich grup kontynuujących tradycję zapoczątkowaną przez Bikini Kill, Bratmoblie, Huggy Bear czy L7¹⁹ zaliczane są m.in. White Lung, The Coathangers, Fea i The Regrettes²⁰. Inspiracje estetyką feministycznych zinów kojarzonych z ruchem można zauważyć natomiast na blogach i magazynach internetowych. Przykład takiej inspiracji stanowi m.in. strona popularnego magazynu internetowego dla nastolatek Rookie²¹, działającego w latach 2011-2018. Jak można zauważyć, dziedzictwo kobiecego punk rocka pozostaje żywe.

Zabawa nie tylko dla chłopców – subkultura punkowa z punktu widzenia kobiet

Punk opisywany jest m.in. Przez Sharon M. Hannon w książce *Punks: A Guide to an American Subculture* jako subkultura o wielu twarzach, definiowana różnorako przez jej członków. Autorka podkreśla, że jednym z jej najbardziej uniwersalnych elementów jest bunt np. przeciwko „konformizmowi, lub przeciwko rodzicom, szkole, pracy i całemu społeczeństwu”²². Z założenia więc w punku znajduje się miejsce dla wielu osób niewpisujących się w narzucone przez społeczeństwo ramy zachowania. Subkultura punkowa, podobnie

¹⁶ L. O'Brien, *The woman punk made me*, [w:] *Punk Rock: So What?: The Cultural Legacy of Punk*, red. R. Sabin, London-New York 1999, s. 193.

¹⁷ S. Marcus, *Girls to the Front: The True Story of the Riot Grrrl Revolution*, New York 2010, s. 15, tłum. własne.

¹⁸ A. Zeisler, *Introduction*, [w:] A. Piepmeier, *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*, New York-London 2009, s. 12-13.

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=tAbhaguKARw>, dostęp: 20.05.2021.

²⁰ <https://www.altpress.com/features/modern-riot-grrrl-bands/>, dostęp: 20.05.2021.

²¹ <https://www.rookiemag.com/>, dostęp: 20.05.2021.

²² S.M. Hannon, *Punks...*, s. 3, tłum. własne.

jak inne subkultury, może również zaspokoić potrzebę przynależności do grupy²³ i zapewnić kontakt z osobami o podobnych upodobaniach i poglądach.

W książce *Pretty in Punk: Girls' Gender Resistance in a Boys' Subculture* Lauraine Leblanc opisuje doświadczenia swoje i innych kobiet w subkulturze punkowej. Dla autorki stanie się punkową pozwoliło na rozwinięcie pewności siebie i zaakceptowanie swojego wyglądu, który rówieśnicy uważali za nieatrakcyjny. Leblanc opisuje, jak przed dołączeniem do subkultury wstydziła się swojej urody. Po dołączeniu do niej potrafiła odpowiedzieć oprawcom „Tak [jestem brzydka], ale przynajmniej jestem brzydka specjalnie”²⁴. Jak pokazuje przytoczony przez autorkę przykład, punk może pomóc dziewczynom i kobietom nabrać pewności siebie oraz pozwolić odrzucić restrykcyjne normy dotyczące wyglądu.

Jak opisano powyżej, dołączenie do punkowej subkultury pomaga wielu kobietom stać się bardziej asertywnymi i akceptującymi w stosunku do własnej odmienności. Nie oznacza to jednak, że kobiety nie spotykają się z problemami wewnątrz tej grupy. Według Leblanc, choć „subkultura punkowa [...] przedstawia się jako egalitarną, a nawet feministyczną, w rzeczywistości jest od tego daleka”²⁵. Mimo czynnego udziału kobiet w subkulturze i stworzeniu oddzielnego, feministycznego podgatunku punkowej muzyki, punk pozostaje subkulturą silnie zmaskulinizowaną. Kobięce doświadczenia są ignorowane, a punkowe dziewczyny pozostają outsiderkami w grupie, do której należą²⁶.

W książce *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism* Alison Piepmeier opisuje powyższe zjawisko na przykładzie Sarah Dyer, twórczyni punkowych zinów. Jak podaje Piepmeier, Dyer często spotykała się z lekceważącym traktowaniem wśród członków subkultury²⁷. Kobiety „wewnątrz” są bowiem nierzadko postrzegane [przez innych członków] jako „czyjeś dziewczyny”, a nie jako aktywne członkinie tej grupy²⁸. Autorka podkreśla również fakt marginalizacji kobiet przez wielu badaczy, którzy skupiają się na męskiej części subkultury

²³ E.M. Bernhard, *Contemporary Punk Rock Communities: Scenes of Inclusion and Dedication*, Laham-Boulder-New York-London 2019, s. 30, tłum. własne.

²⁴ L. Leblanc, *Pretty in Punk...*, s. 4.

²⁵ Tamże, s. 6, tłum. własne.

²⁶ Tamże, s. 64.

²⁷ A. Piepmeier, *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*, New York-London 2009, s. 25.

²⁸ Tamże, s. 25, tłum. własne.

punkowej oraz punkowych scen muzycznych²⁹. Zdaniem Leblanc kobiety nieślusnie bywają określane jako zajmujące marginalne, nieistotne miejsce w danej subkulturze, co jest dalekie od prawdy³⁰.

Wyżej wymienione aspekty to jedynie wycinek problemów, z którymi spotykają się twórcynie i fanki związane ze środowiskiem punkowym. Przytoczone przykłady pokazują jednak, że pamięć o kobiecych doświadczeniach i dokonaniach w ramach subkultury punkowej zagrożona jest zapomnieniem, a sytuacja na linii kobiety-mężczyźni pozostaje napięta. Pozycję kobiet w subkulturze punkowej można określić stworzonym przez Shirley i Edwina Ardenner terminem *muted group* (dosł. grupa niema). Jak wyjaśnia Elaine Showalter w artykule *Feminist Criticism in the Wilderness* termin określa sytuację, w której „kobiety stanowią grupę niemą (*muted group*), której granice kultury i rzeczywistości pokrywają się, ale nie mieszczą całkowicie w granicach dominującej (męskiej) grupy”³¹. W takiej zależności grupa dominująca (w przypadku subkultury punkowej są nią punkowcy-mężczyźni), dyktuje kształt całej społeczności (subkultury), do którego zmuszona jest dopasować się grupa niema (punkówki). Niedostępna dla mężczyzn sfera kobiecych doświadczeń nazywana jest jako *wild zone* (ang. dzika strefa)³². Showalter podaje, że zdaniem wielu badaczek, bardzo istotna jest analiza tych doświadczeń oraz ich nagłośnienie³³.

Aby uniknąć wymazania kobiecej historii punka warto przyrzeć się osiągnięciom punkowych artystek oraz członkiniom subkultury i fankom muzyki punkowej – również tym portretowanym w tekstach kultury. Reprezentacje postaci związanych z punkiem pomagają zrozumieć postrzeganie punkowych kobiet, zarówno przez osoby związane ze środowiskiem, jak i te spoza niego.

Motyw artystki muzyki punkowej

Times Square

Times Square to dramat muzyczny w reżyserii Allana Moyle’a z 1980 roku. Film opowiada historię dwóch nastolatków, które poznają się podczas pobytu

²⁹ Tamże, s. 33-34.

³⁰ Tamże, s. 68.

³¹ E. Schowalter, *Feminist Criticism in the Wilderness*, „Critical Inquiry 8” 1981, nr 2, s. 179-205.

³² Tamże, s. 200-201.

³³ Tamże, s. 201.

w szpitalu psychiatrycznym. Zbuntowana Nicky (Robin Johnson) i nieśmiała Pam (Trini Alvarado) pomimo różnic zaprzyjaźniają się i wspólnie uciekają z zakładu. Po ucieczce żyją na ulicach Nowego Jorku, ukrywając się przed konserwatywnymi rodzicami Pam. Dziewczyny wspólnie zakładają zespół, tworzą utwory i występują w radiu dzięki zaprzyjaźnionemu DJ-owi (Tim Curry), za którego sprawą zyskują rozgłos. Znajomość bohaterek kończy koncert na tytułowym *Times Square*, po którym Pam musi powrócić do porzuconego życia.

Moyle zestawia dwie bohaterki na zasadzie kontrastu. Początkowo więcej różni je niż łączy. Dziewczyny pochodzą z innych klas społecznych, mają odmienne charaktery, temperamenty, upodobania. Dwie postaci mają szansę poznać się na neutralnym gruncie, zupełnie oderwanym od codzienności ich obu – wspólnym pokoju w szpitalu psychiatrycznym. Mimo początkowej niechęci bohaterki powoli się do siebie przekonują. Gdy udaje im się uciec z zamkniętego budynku, Nicky pokazuje nowo poznanej przyjaciółce swój punkowy świat. Dla obu postaci punkowa muzyka oraz punkowy styl życia znaczą coś innego.

Postać Nicky zostaje przedstawiona widzom od pierwszej sekwencji filmu jako młoda, ubrana w skórzaną kurtkę, punkowa artystka przemierzająca ulice ubogich dzielnic. Pod otwierającej koniec sekwencji dziewczyna wykonuje utwór na gitarze pod budynkiem klubu z muzyką disco. W odpowiedzi na protest kobiety w dyskotekowym stroju wobec granej przez bohaterkę muzyki Nicky rozbija światła samochodu należącego do właściciela dyskoteki. Reżyser podkreśla w sekwencji zarówno buntowniczy charakter postaci, jak i nawiązuje do antagonizmu pomiędzy subkulturą punkową, a miłośnikami modnej ówczesnie muzyki disco³⁴.

Muzyka punkowa początkowo jest dla Nicky jedynym źródłem poczucia zrozumienia. Nastolatka buntuje się przeciwko dorosłym i panującym konwencjom zachowania. Dziewczyna nie ma kontaktu z rodzicami, a jej głębiej leżące problemy ignorowane są także przez lekarzy w szpitalu, którym zależy jedynie na uspokojeniu bohaterki. Dzięki punkowi Nicky wydaje się mniej samotna. Muzyka m.in. The Ramones daje jej świadomość, że nie jest jedyną osobą nierozumianą przez otoczenie. Natomiast, gdy postać zaczyna tworzyć własne utwory, znajduje ujście dla tłumionych emocji.

Druga główna bohaterka, Pam, zostaje przedstawiona jako córka burmistrza Nowego Jorku prowadzącego kampanię „Odzyskajmy miasto” postulującą

³⁴ D. Hajdu, *Love for Sale: Pop Music in America*, New York 2016, s. 174.

jego gentryfikację. Bohaterka nosi konserwatywny strój przypominający mundur szkolny oraz starannie ułożoną fryzurę. Ojciec próbuje wykorzystać córkę w politycznej grze. Na spotkaniu promującym swoje działania opowiada zmyśloną historię kłótni z nastolatką. Oburzona zachowaniem ojca Pam decyduje się na niespodziewany akt buntu – wybiega z sali, trzaskając drzwiami. Naturalna, młodzieńcza reakcja zostaje zinterpretowana jako potencjalna oznaka choroby.

Do momentu przyjęcia w szpitalu, jedynym pocieszeniem w samotnej, prawdopodobnie odizolowanej od rówieśników egzystencji Pam, jest ulubiony program radiowy. Nie mając osoby, której mogłaby się zwierzyć, nastolatka tworzy jednostronną, paraspołeczną więź z radiowym DJ-em, który odczytuje listy jej autorstwa i odpowiada na nie podczas transmisji. Słowa mężczyzny zachęcające do „zanurzenia się w nieznanach wodach”³⁵ okazują się prorocze. Po wspólnej ucieczce z Nicky, Pam szybko przyjmuje jej styl życia. Dziewczyna zmienia ubrania i fryzurę na bardziej młodzieżowe, niedbałe. Życie punkowy pomaga nabrać bohaterce pewności siebie, daje też przestrzeń na wyrażenie długo skrywanego żalu i zakomunikowanie potrzeb. Jak pisze w adresowanym do ojca liście „nie potrzebujemy waszych antydepresantów, potrzebujemy waszego zrozumienia”³⁶. Choć punk jest dla Pam chwilową przygodą, a nie ścieżką na resztę życia, ma on niebagatelny wpływ na rozwój osobowości postaci.

Bardzo istotnym aspektem *Times Square* jest założenie przez Nicky i Pam muzycznego duetu The Sleez Sisters. Sama nazwa zespołu jest znacząca. „Sleez” to uproszczona pisownia słowa „sleaze”, oznaczająca brud oraz zepsucie moralne. Nazwa grupy symbolizuje bunt oraz odrzucenie zasad narzucanych przez autorytety, w przypadku Pam – ojca, w przypadku Nicky – lekarzy i policji. Na antenie radia dziewczyny śpiewają: „murzyn, pedał, żul / twoja córka jest jedną z nich”³⁷. Słowa piosenki mogą wyrażać poczucie pogardy, które zaznały od osób dorosłych i wyrażać odczuwanie solidarności z grupami ludzi ignorowanych, a nawet pogardzanych przez klasę średnią i wyższą, reprezentowaną przez ojca Pam. Muzyka pozwala na autoekspresję i wspólne tworzenie.

W ostatnim akcie filmu zespół punkowy założony przez bohaterki zyskuje popularność wśród nowojorskich dziewcząt. Okoliczne nastolatki znajdują zwłaszcza w postaci Nicky zrozumienie, podobnie jak ta wcześniej znajdowała

³⁵ *Times Square*, 1980, tłum. własne.

³⁶ Tamże, tłum. własne.

³⁷ Tamże, tłum. własne.

oparcie w swoich punkowych idolach. Dziewczęta inspirują się stylem ubioru młodej artystki i zbierają wspólnie, by wysłuchać koncertu The Sleaz Sisters. Koncert zostaje przedwcześnie przerwany, a przyjaciółki rozdzielone. Jak mówi jednak Nicky: „może pokonają mnie, ale nie pokonają *was wszystkich*” – punkowa artystka może pomóc zapoczątkować słuchaczkom nową społeczność, a jej muzyka dać siłę.

Przed państwem: The Fabulous Stains

Przed państwem: The Fabulous Stains (Ladies and Gentlemen, the Fabulous Stains) jest komediodramatem muzycznym w reżyserii Lou Adlera z 1982 roku. Film opowiada historię fikcyjnego zespołu The Fabulous Stains. Outsiderka Corinne (Diane Lane) zakłada grupę z kuzynką Tracy (Marin Kanter) i przyjaciółką Jessicą (Laura Dern). Zrządem losu sprawia, że dziewczęcy zespół ma szansę opuścić rodzinne miasto i ruszyć w trasę koncertową u boku punkowej grupy The Looters. Z czasem popularność The Fabulous Stains przyćmiewa starszych kolegów. Mimo konfliktów i przeciwności nastolatki osiągnęły sukces i występują w telewizji muzycznej.

Główna bohaterka filmu, Corinne, reprezentuje punkowy etos „no future”. Osierocona nastolatka jest nihilistką, nie ma wykształcenia i planów na przyszłość. Postać odczuwa niechęć do miasta rodzinnego i marzy o opuszczeniu go. Choć sama muzyka punkowa fascynuje bohaterkę, co można zauważyć m.in. w jej reakcji na pierwszym koncercie The Looters, bardziej istotnym wydaje się być dla niej oferowana przez punk obietnica innego sposobu na życie. Początkowo sprowadza się ona do strefy marzeń, później wraz z pierwszymi sukcesami staje się rzeczywistością. Kariera muzyczna pozwala pozostawić niepewną przeszłość za sobą. Aby uniknąć powrotu do dawnego, znienawidzonego życia, bohaterka jest w stanie posunąć się do plagiatu i innych, wątpliwych moralnie praktyk.

Występy zespołu stanowią przestrzeń pozwalającą na otwarte przeciwstawienie się patriarchalnym normom. Wypowiadanie przez Corinne hasło: „jesteśmy The Stains i się nie puszczamy” jest najprawdopodobniej wyrazem buntu przeciw oczekiwaniom mężczyzn. Biorąc pod uwagę, że członkinie The Fabulous Stains są prawdopodobnie dziećmi pokolenia hippisów, może stanowić ono również odrzucenie wartości przez nich reprezentowanych. Warto pamiętać, że czasy rewolucji seksualnej lat 60. przyniosły nie tylko swobodę

obyczajową, ale nałożyły na kobiety męskie oczekiwania dotyczące dostępu do przygodnego seksu³⁸.

Pierwszy występ zespołu można odczytać jako symboliczną zapowiedź nowej ery muzyki rockowej. The Fabulous Stains występują przed typową publicznością małomiasteczkowego koncertu, która przybyła, by usłyszeć hard rockową grupę podobną do zespołu KISS. Widzowie reprezentują miłośników klasycznego, zmaskulinizowanego rocka. Nastolatki z The Stains to zaś przedstawicielki zyskującego popularność punk rocka w odsłonie przypominającej nieco podgatunek riot grrrl, który pojawi się kilka lat później. Publiczność, a zwłaszcza jej męska część, negatywnie reaguje na występ i radykalne, feministyczne hasła wykrzykiwane przez dziewczęta, obrzuca je wyzwiskami, a nawet oblewa wokalistkę napojem.

Telewizyjne występy Corinne, dawane zarówno przed, jak i po rozpoczęciu koncertowania, zapewniają jednak zespołowi oddanych słuchaczek i słuchaczy, a z niej samej czynią idolkę nastolatek. Młodzi ludzie widzą w postaci Corinne osobę wyrażającą ich rozterki i frustracje. Jak jeden z nastolatków pisze w liście do stacji telewizyjnej: „[Corinne] mówi na głos to, o czym myślę przez całe dni”³⁹. Dzięki zainteresowaniu ze strony rówieśników The Fabulous Stains zyskują coraz większą popularność. Zespół staje się inspiracją dla młodzieży, nastolatki ubierają się podobnie w niekonwencjonalne, odważne stroje i wykonują inspirowane stylem grupy makijaże oraz fryzury. Grupy młodych dziewcząt tworzą własną odmianę punkowej subkultury, która umożliwia odrzucenie panujących norm oraz znalezienie koleżanek o podobnych zainteresowaniach i zmagających się ze zbliżonymi problemami.

Magnesem przyciągającym młodą publiczność do zespołu okazuje się nie tylko poczucie wspólnoty i poszukiwanie reprezentacji samych siebie w kulturze, ale też istotna w subkulturze autentyczność⁴⁰. W momencie, w którym prawda o kradzieży piosenki od zespołu The Looters wychodzi na jaw, dotychczasowe fanki odwracają się od ulubionej grupy. The Fabulous Stains nie tracą na popularności dzięki promocji utworu w rozgłośniach radiowych. Jednak, jak pokazuje sekwencja kończąca film, zmieniają one image i brzmienie na bardziej

³⁸ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/feb/02/thats-patriarchy-how-female-sexual-liberation-led-to-male-sexual-entitlement>, dostęp: 30.05.2021.

³⁹ *Przed państwem: The Fabulous Stains*, 1982, tłum. własne.

⁴⁰ H. Barker i Y. Taylor, *Faking It: The Quest for Authenticity in Popular Music*, New York-London 2007, s. 281, 290.

przypominający zespoły new wave. Niewykluczone, że Adler przywołuje w ten sposób ewolucje, które przeszły niektóre zespoły, takie jak np. Blondie, od niezależnych grup punkowych do bardziej mainstreamowych. W muzyce i subkulturze punkowej ceniącej autentyczność, po jego stracie, nie ma już do niej powrotu.

Her Smell

Her Smell to psychologiczny dramat muzyczny w reżyserii Alexa Rossa Perry'ego, który miał premierę w 2018 roku. Film śledzi losy wokalistki Becky Something (Elizabeth Moss) od koncertu jej zespołu Something She przez okres, w którym artystka zmagą się z uzależnieniem i niestabilną kondycją psychiczną, aż do zawieszenia działalności grupy muzycznej. Film Perry'ego nie ma klasycznej fabuły. Zamiast niej reżyser przedstawia sytuację głównej postaci w formie krótkich epizodów.

Her Smell jako jeden z nielicznych filmów opowiadających o fikcyjnych artystkach muzyki punkowej skupia się na postaci dojrzałej kobiety. Wielu twórców, jak reżyserzy omawianych wcześniej *Times Square* i *Przed państwem: The Fabulous Stains*, poświęca swoje dzieła bohaterkom młodym, będącym dopiero u progu muzycznej kariery. Punk traktowany jest w nich nierzadko jako synonim młodzieńczego buntu. Alex Ross Perry w *Her Smell* przygląda się postaci dorosłej, dla której muzyka i kultura punkowa nie okazała się przejściowym okresem, a sposobem na życie.

Perry rozprawia się w filmie z romantycznym obrazem zbuntowanej artystki. Otwierająca film sekwencja koncertu jest nakręcona w sposób typowy dla filmu muzycznego. Kamera śledzi wyjście zespołu zza kulis, któremu towarzyszą entuzjastyczne okrzyki fanów. Widownia wykrzykuje imię Becky oraz kieruje w jej stronę wyznanie miłości. Główna bohaterka w odpowiedzi uśmiecha się w charyzmatyczny sposób. Na scenie cały czas sprawia wrażenie pewnej siebie i zrelaksowanej. Reżyser pokazuje jednak w momencie zejścia Becky ze sceny, że jej sceniczna postawa nie ma zbyt wiele wspólnego z rzeczywistością.

W *Her Smell* dużo uwagi poświęcono negatywnym aspektom życia punkowej artystki. Akceptowane w subkulturze zażywanie alkoholu i narkotyków oraz przekraczanie norm zachowania ma na bohaterkę negatywny wpływ. Używki i nieodpowiedzialny styl życia prowadzą postać do niestabilności psychicznej, która odbija się na jej relacjach interpersonalnych z rodziną, przyjaciółmi i współpracownikami. Pogarszający się stan Becky zmusza ją w końcu do opuszczenia świata muzyki oraz społecznej izolacji w domowym zaciszu. Kobieta zdradza oznaki

depresji i zaburzeń lękowych objawiających się obawą przed opuszczeniem domu. Ponadto bohaterka zмага się z problemami natury prawnej, przeciwko niej wysunięto kilka pozwów sądowych oraz odebrano jej prawa autorskie do tworzonej z *Something She* muzyki.

Alex Ross Perry przedstawia świat muzyki punkowej w wyraźnie negatywnym świetle. Popularne wśród artystek i artystów punkowych alkohol, narkotyki oraz zachowania transgresyjne nie są w *Her Smell* ukazane w romantyczny sposób, jako czynniki zapewniające większą pewność siebie i swobodę czy sposób na zmniejszenie poczucia samotności. Przeciwnie, punkowy styl życia niszczy więzi głównej bohaterki filmu z innymi ludźmi i prowadzi do izolacji. W ostatniej scenie *Her Smell* *Something She* wykonują utwór na imprezie poświęconej podsumowaniu kariery ich managera. Występ zespołu przebiega pomyślnie, a manager prosi Becky o bis. W odpowiedzi artystka przytula córkę, której obiecuje lepszą niż dotąd opiekę i mówi: „to koniec”⁴¹. Tym samym bohaterka podejmuje decyzję o postawieniu na rodzinę i stabilizację. Punk okazuje się nie być jej sposobem na przeżycie reszty życia.

Motyw fanki muzyki punkowej

Out of the Blue

Out of the Blue to film w reżyserii Dennisa Hoppera z roku 1980. Główna bohaterka filmu, nastolatka CeBe (Linda Manz), mieszka z uzależnioną od narkotyków matką (Sharon Farrell). Natomiast ojciec dziewczyny (Dennis Hopper) przebywa w więzieniu na skutek spowodowania wypadku. Buntownicza, samotna CeBe często ucieka z rodzinnego domu i spędza czas na ulicach miasta, w którym bywa na koncertach punkowych. Bohaterka wiąże nadzieję na poprawę swojej sytuacji z powrotem ojca do domu. Niestety, powrót mężczyzny jeszcze bardziej komplikuje relacje rodzinne i staje się przyczyną eskalacji przemocy. Nie widząc nadziei na zmianę sytuacji życiowej, nastolatka popełnia samobójstwo.

CeBe jest kolejną bohaterką filmową, dla której muzyka punkowa stanowi jedyne źródło walki z poczuciem osamotnienia i bezsilności. Nastolatka boryka się z poczuciem odrzucenia i brakiem wzorców. Matka CeBe zмага się

⁴¹ *Her Smell*, 2018, tłum. własne.

z uzależnieniem od narkotyków, które często zażywa w obecności córki. Kobieta poświęca też większość wolnego czasu swojemu kochankowi. W rezultacie CeBe nie może liczyć na wsparcie i wysłuchanie ze strony matki, ich relacja ulega stopniowemu rozpadowi.

Buntownicze zachowania CeBe, takie jak agresja słowna oraz liczne ucieczki z domu, budzą niepokój otoczenia. Żadna z osób dorosłych otaczających nastolatkę, matka, nauczyciele i pedagodzy w szkole, nie próbuje jednak zgłębić przyczyn jej zachowania. CeBe otrzymuje jedynie kolejne groźby kary i zostaje pozostawiona sama sobie. Ignorancja ze strony dorosłych wydaje się jedynie potęgować osamotnienie odczuwane przez bohaterkę. Akty buntu można interpretować jako wołanie postaci o pomoc. Niestety, aż do końca *Out of the Blue*, otoczenie pozostaje głuche na potrzeby CeBe.

Warto zwrócić uwagę na to, że jednym z niewielu momentów filmu, w których bohaterka sprawia wrażenie radosnej, są sceny słuchania ulubionej muzyki. Szczególną w *Out of the Blue* jest sekwencja koncertu punkowej grupy Pointed Sticks, podczas którego bohaterka zostaje zaproszona na scenę i ma możliwość zagrania wspólnie z zespołem na perkusji. CeBe radośnie się uśmiecha, gdy zebrana publiczność oraz osoby za kulisami biją brawo. Muzyka i poczucie wspólnoty z innymi fanami dają bohaterce chwilę wytchnienia, pozwalają zapomnieć o trudnej sytuacji rodzinnej i codziennych rozterkach.

Hopper zaznacza w filmie tendencje punkowej młodzieży lat 70. i 80. Główna bohaterka wykrzykuje na ulicy hasła: „Śmierć hippisom! Disco jest do dupy!”⁴². Jej słowa można interpretować jako bunt przeciwko dwóm różnym czynnikom. Pierwszy okrzyk stanowi najprawdopodobniej sprzeciw wobec pokolenia rodziców bohaterki, którzy reprezentują w filmie erę hippisów⁴³. Punkowcy odrzucali wartości poprzedniego pokolenia, w tym hippisowskie „skupienie na sobie [i] dekadentyzm”⁴⁴ oraz unikanie konfliktów⁴⁵. Sprzeciw wobec muzyki disco może symbolizować natomiast odrzucenie przez bohaterkę mainstreamowej kultury i mody.

Punk stanowi dla bohaterki główny budulec poczucia własnej tożsamości. Wpływa na sposób zachowania bohaterki, jej ubiór oraz wystrój pokoju.

⁴² *Out of the Blue*, 1980, tłum. własne.

⁴³ Warto zwrócić uwagę na fakt, że reżyser *Out of the Blue* Dennis Hopper, który jednocześnie wciela się w postać ojca CeBe, jedenaście lat wcześniej nakręcił jeden z flagowych filmów ruchu hippisowskiego pod tytułem *Swobodny jeździec* (*Easy Rider*).

⁴⁴ P. York, *Style Wars*, London 1980, s. 207, tłum. własne.

⁴⁵ S. Blush i G. Petros, *American Hardcore: A Tribal History*, Port Townsend 2010, s. 237.

CeBe jest chłopczycą, czego nie akceptują jej rodzice. Matka i ojciec nazywają córkę „lesbą”⁴⁶, a nawet grożą tzw. gwałtem naprawczym⁴⁷. Ojciec żąda od córki porzucenia dotychczasowego stylu ubierania, zmiany wyglądu i zachowania na bardziej stereotypowo kobiece oraz zdjęcia punkowych plakatów ze ścian. Zagrożenie punkowej tożsamości przez ojca jest dla CeBe traumatyczne. Ostateczne pozbawienie przez dorosłych możliwości autoekspresji i brak nadziei na pozytywne zmiany, prowadzi do odebrania sobie życia przez bohaterkę.

Smithereens

Smithereens, dramat muzyczny w reżyserii Susan Seidelman, miał premierę w roku 1982. Główna bohaterka filmu Wren (Susan Berman) przybywa do Nowego Jorku z nadzieją dołączenia do lokalnej sceny punkowej i rozpoczęcia kariery. Wren poznaje tymczasowo przebywającego w mieście Paula, z którym wchodzi w związek. Podczas wizyty w klubie muzycznym Wren poznaje Erica (Richard Hell), dawnego członka punkowego zespołu Smithereens. Muzyk planuje założyć nowy zespół i zdradza plany przeniesienia się do Los Angeles, które stało się nową stolicą punk rocka. Wren porzuca Paula na rzecz Erica, któremu pomaga zdobyć pieniądze na wyjazd. Eric opuszcza jednak miasto sam, pozostawiając Wren bez środków do życia. Ostatnia scena filmu sugeruje, że aby przeżyć, kobieta zdecyduje się na uprawianie prostytucji.

Film Seidelman stanowi ciekawy dokument sceny nowojorskiej wczesnych lat 80. *Smithereens* nakręcono w autentycznych miejscach, w których żyli i tworzyli punkowi artyści i artystki, m.in. na Manhattanie w klubie Peppermint Lounge oraz w kawiarni Cafe Orlin⁴⁸. W filmie pojawiają się m.in. punkowi muzycy (Richard Hell z grupy The Voidoids) oraz reżyserzy (Amos Poe). Reżyserka wykorzystała również muzykę punkową i nowofalową autorstwa m.in. The Voidoids oraz ESG.

Jednym z najbardziej interesujących aspektów *Smithereens* jest podjęty przez reżyserkę temat trudnej sytuacji kobiet w punku. Wren nie jest traktowana poważnie przez mężczyzn będących członkami subkultury punkowej. Przykład może stanowić scena, w której Wren wyznaje Ericowi plany na przyszłość

⁴⁶ *Out of the Blue*, 1980, tłum. własne.

⁴⁷ E. Wanat i A. Depko, *Chuć, czyli normalne rozmowy o perwersyjnym seksie*, 2021: Przystępstwo popełniane na tle homofobicznym na osobie, która jest postrzegana jako homoseksualna. „Sprawcy [...] wierzą, że zgwałcona kobieta zmieni orientację seksualną”.

⁴⁸ <https://www.imdb.com/title/tt0084698/locations>, dostęp: 31.05.2021.

odnośnie zostania managerką zespołu oraz wyprowadzki do innego miasta. Eric nie słucha jednak słów kobiety i przerywa jej opowieść pocałunkiem.

W kolejnych scenach filmu mężczyzna manipuluje emocjonalnie Wren i staje się wobec niej agresywny. Jednocześnie próbuje zachowywać z kobietą przyjazne stosunki oraz podtrzymuje obietnice o wspólnym wyjeździe do Los Angeles. Jak okazuje się później, obietnica bohatera była jedynie kłamstwem prowadzącym do wykorzystania kobiety. Eric od początku znajomości zajmuje uprzywilejowaną pozycję w relacji muzyk-fanka. W rezultacie bohaterka akceptuje wiele toksycznych zachowań mężczyzny, nie wyraża wobec znacznej części z nich jawnego sprzeciwu. Relacja Wren i Erica ilustruje wybrane problemy, z którymi często muszą zmagać się kobiety w scenach muzycznych i subkulturach.

Seidelman nie ukazuje jednak postaci Wren jako jednowymiarowej, bezradnej kobiety. Główna bohaterka jest buntowniczą punkową skupioną na osiągnięciu obranego celu. Wren pragnie zostać istotną postacią nowojorskiej sceny punkowej. Reżyserka pokazuje, że Wren również przejawia oportunistyczną postawę i jest skłonna do wykorzystywania innych ludzi, co ma miejsce w jej relacji z pierwszym poznanym w mieście mężczyzną, Paulem.

W przeciwieństwie do wielu wcześniej omawianych bohaterek, punk nie okazuje się bezpieczną przystanią dla Wren. Kobieta fascynuje się muzyką punkową i bardzo chce dołączyć do nowojorskiej sceny. Niestety, ze względu na jej hermetyczny, nieprzyjazny nowo przybyłym osobom charakter, Wren zostaje odrzucona przez punkową społeczność. Niezaspokojona potrzeba przynależności oraz brak możliwości spełnienia ambicji czynią z głównej bohaterki *Smithereens* postać tragiczną.

Moxie

Moxie to komediodramat adresowany do nastoletniej widowni w reżyserii Amy Poehler, który ukazał się w 2021 na platformie streamingowej Netflix. Akcja filmu rozgrywa się w szkole średniej. Nastolatka Vivian (Hadley Robinson), poszukując tematu do napisania szkolnego eseju, rozmawia z matką (Amy Poehler) o jej młodzieńczych zainteresowaniach. Kobieta wyjawia córce, że w jej wieku interesowała się feminizmem oraz pokazuje córce kolekcję starych, punkowych zinów i zachęca do posłuchania muzyki riot grrl. Vivian zafascynowana nowo poznanymi utworami postanawia założyć własny feministyczny zin.

Anonimowo rozprowadzana gazetka zachęca nastolatki w szkole do sprzeciwienia się seksistowskim zasadom i założenia feministycznego koła.

W omawianych w artykule filmach, takich jak m.in. *Times Square* oraz *Out of the Blue*, często pojawia się motyw uczestniczenia w subkulturze punkowej jako sposobu na bunt przeciwko rodzicom. Reżyserka *Moxie* proponuje inne spojrzenie na punk. W filmie Poehler muzyka i reprezentowane przez punk wartości nie są źródłem międzypokoleniowego konfliktu, lecz dają szansę na nawiązanie dialogu. Postać matki jest ukazana w sposób pozytywny, a jej relacja wydaje się być zdrowa, oparta na wzajemnym zaufaniu.

Punk nie został jednak w *Moxie* w pełni ugrzeczniony. Nadal stanowi inspirację dla młodzieńczego buntu. W przypadku Vivan punk riot grrl inspirowuje ją do podjęcia działań przeciwko seksizmowi w szkole. Stworzony przez główną bohaterkę zin krzewiący ideę feminizmu szybko zyskuje popularność, dzięki czemu do szkolnego ruchu dołącza coraz więcej dziewcząt. Nastolatki buntują się przeciwko dyskryminującemu dress code'owi oraz uprzedmiotawiającemu kobiecie ciała konkursowi popularnemu wśród uczniów polegającemu na wyborze m.in. najbardziej atrakcyjnych dziewcząt.

Punkowy zin rozprowadzany przez Vivian w szkole daje początek nowej wspólnoty. Dzięki niej nastolatki zyskują przestrzeń, w której otwarcie mogą wyrazić swoje emocje oraz znaleźć zrozumienie wśród podobnie myślących rówieśnic. Członkinie szkolnego ruchu feministycznego solidaryzują się ze sobą. Gdy Vivian znajduje wyznacznik zgwałconej przez kolegę ze szkoły dziewczyny, przeprowadza wraz z innymi uczennicami i uczniami protest na terenie szkoły. Działania dziewcząt doprowadzają do ujawnienia tożsamości sprawcy przestępstwa oraz ofiary, której zapewniają wsparcie zgodnie z etosem siostrzeństwa riot grrl. Film Amy Poehler to prawdopodobnie jedno z najbardziej pozytywnych ekranowych przedstawień punka. Muzyka i wartości punkowe zostały pokazane w *Moxie* jako pole dialogu dwóch różnych pokoleń oraz siła motywująca do konstruktywnego buntu przeciwko m.in. seksizmowi. Znaczącym w filmie Poehler jest skupienie się na wartościach przekazywanych przez odmianę subkultury punkowej riot grrl, nie zaś na stereotypowo punkowych zachowaniach czy ubiorze. *Moxie* zdaje się oddawać współczesną tendencję do zanikania tradycyjnie pojmowanych subkultur⁴⁹ z restrykcyjnie określonymi

⁴⁹ <https://www.theguardian.com/culture/2014/mar/20/youth-subcultures-where-have-they-gone>, dostęp: 31.05.2021.

zasadami dotyczącymi wyglądu i upodobań. Film pokazuje, że duch subkultury punkowej żyje nadal, choć w nieco zmienionej formie.

Uwagi końcowe

Mimo popularności obrazu subkultury punkowej jako subkultury inkluzywnej kobiety, zarówno artystki, jak i fanki, są w niej nierzadko ignorowane. Osiągnięcia artystyczne oraz osobiste doświadczenia kobiet nie spotykają się z równym zainteresowaniem, jakie okazywane jest w kulturze i badaniach punkom-mężczyznom.

Celem pracy była analiza porównawcza sposobu ukazywania postaci kobiet w subkulturze punkowej. Jak pokazała przeprowadzona analiza wybranych filmów amerykańskich, portrety artystek oraz fanek punk rocka są zróżnicowane. Analizowane postaci różniły się wiekiem oraz czynnikami motywującymi branie czynny udział w subkulturze. Do najczęściej pojawiających się w filmach powodów dołączenia do subkultury oraz zainteresowania muzyką punkową były: poszukiwanie zrozumienia, chęć przynależności do wspólnoty oraz rozwój własnej tożsamości.

Zainteresowanie twórców, zarówno w czasach bliskim narodzin subkultury (lata 80.), jak i współcześnie pokazują, że postaci artystek i fanek punka fascynują oraz inspirują twórców do tworzenia poświęconych im dzieł. Oddawanie głosu kobietom związanym z punk rockiem przez reżyserów i reżyserki filmów jest istotne i godne pochwały ze względu na „niewidoczność” tej grupy wewnątrz macierzystej subkultury.

Bibliografia

Literatura:

- Barker H. i Taylor Y., *Faking It: The Quest for Authenticity in Popular Music*, New York-London 2007.
- Bernhard E.M., *Contemporary Punk Rock Communities: Scenes of Inclusion and Dedication*, Laham-Boulder-New York-London 2019.
- Blush S. i Petros G., *American Hardcore: A Tribal History*, Port Townsend 2010.
- Bockris V. i Bayley R., *Patti Smith: An Unauthorized Biography*, New York, 1999.

- Darms L., *The Riot Grrrl Collection*, New York 2013.
- Hannon S.M., *Punks: A Guide to an American Subculture*, Santa Barbara-Denver-Oxford 2010.
- Hajdu D., *Love for Sale: Pop Music in America*, New York 2016.
- Leblanc L., *Pretty in Punk: Girls' Gender Resistance in a Boys' Subculture*, New Brunswick-New Jersey-London 2002.
- Marcus S., *Girls to the Front: The True Story of the Riot Grrrl Revolution*, New York 2010.
- O'Brien L., *The woman punk made me*, [w:] *Punk Rock: So What?: The Cultural Legacy of Punk*, red. R. Sabin, London-New York 1999.
- Piepmeyer A., *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*, New York-London 2009.
- Sabin R., *Punk Rock: So What?: The Cultural Legacy of Punk*, London-New York 1999.
- Schowalter E., *Feminist Criticism in the Wilderness*, „Critical Inquiry” 8” 1981 nr. 2, s. 179-205.
- Wanat E. i Depko A., *Chuć, czyli normalne rozmowy o perwersyjnym seksie*, 2021.
- York P., *Style Wars*, London 1980.
- Zeisler A., *Introduction*, [w:] A. Piepmeyer, *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*, New York-London 2009.

Netografia:

- <https://www.afterglowatx.com/blog/2019/10/9/atypical-girls-the-forgotten-history-of-women-in-punk>, dostęp: 19.05.2021.
- <https://www.altpress.com/features/modern-riot-grrrl-bands/>, dostęp: 20.05.2021.
- www.cbgb.com/about, dostęp: 19.05.2021.
- <https://eu.usatoday.com/story/popcandy/2013/11/25/kathleen-hanna-interview/3698367/>, dostęp: 20.05.2021.
- <https://www.imdb.com/title/tt0084698/locations>, dostęp: 31.05.2021.
- <https://pleasekillme.com/patti-smith-groundbreaker/>, dostęp: 19.05.2021.
- <https://www.rookiemag.com/>, dostęp: 20.05.2021.
- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/feb/02/thats-patriarchy-how-female-sexual-liberation-led-to-male-sexual-entitlement>, dostęp: 30.05.2021.
- <https://www.theguardian.com/culture/2014/mar/20/youth-subcultures-where-have-they-gone>, dostęp: 31.05.2021.
- <https://www.youtube.com/watch?v=tAbhaguKARw>, dostęp: 20.05.2021.

Filmografia:

- Her Smell*, 2018
- Moxie*, 2021

Out of the Blue, 1980

Przed państwem: The Fabulous Stains, 1982

Smithereens, 1982

The Decline of Western Civilization, 1981

Times Square, 1980