

SERIALE W KONTEKŚCIE KULTUROWYM
WIDZOWIE – FANI – TWÓRCY

SERIALE W KONTEKŚCIE KULTUROWYM WIDZOWIE – FANI – TWÓRCY

pod redakcją
Anny Krawczyk-Łaskarzewskiej
Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej

Olsztyn 2016

Seriale w kontekście kulturowym

Widzowie – fani – twórcy

Recenzje:

Bernadetta Darska

Arkadiusz Dudziak

Lidia Gąsowska

Elżbieta Rokosz-Piejko

Projekt okładki:

Piotr Przytuła

Treść publikacji (z wyłączeniem materiałów wizualnych, które zostały wykorzystane przez autorów jako przykłady i wizualizacje w celach badawczo-naukowych) udostępniana jest na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 3.0 Polska.



Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autorów. Zezwala się na wykorzystanie publikacji zgodnie z licencją – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej oraz wskazania autorów jako właścicieli praw do tekstów.

Tekst licencji jest dostępny na stronie: <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/pl/legalcode>

Wydawca:

Instytut Polonistyki i Logopedii

Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie

Ul. K. Obitza 1

10-725 Olsztyn

e-mail: filpol.human@uwm.edu.pl

ISBN 978-83-942720-3-6

SPIS TREŚCI

ANNA KRAWCZYK-ŁASKARZEWSKA , Burzenie ścian, budowanie okopów	vii
ANNA DROGOSZ , Konstrukcja znaczeń/konstrukcja odbioru. Serial <i>Star Trek: Seria oryginalna</i>	1
EWA KUJAWSKA-LIS, ANDRZEJ LIS-KUJAWSKI , Wojna o pilota, czyli co poszczególni domownicy widzą w serialu <i>Pingwiny z Madagaskaru</i>	15
CZESŁAW KIŃSKI, JACEK ŁAGUN , „Szybko – zanim się zorientują, że to niegrzeczne!” Postrzeganie komunikatów w serialu <i>Pingwiny z Madagaskaru</i> w świetle teorii niegrzeczności.....	33
JOANNA HEBDA , „Być jak Joan Holloway”, czyli amerykańska nostalgia za latami 60. i jej odbiór	47
MONIKA CICHMIŃSKA , Czy można polubić Carrie Mathison? Konstrukcja postaci a emocjonalne zaangażowanie widza na przykładzie serialu <i>Homeland</i>	59
WERONIKA ŁUCYK , Lustro realiów czy wentyl bezpieczeństwa? Serial jako pole walki o/na znaczenia.....	71
MAŁGORZATA MAJOR , „Enough is enough”! Dziewięć lat w trzy miesiące, czyli tajemnice zachłannego oglądania na przykładzie fanów seriali <i>Z Archiwum X</i> i <i>Miasteczko Twin Peaks</i>	85
DOMINIKA AGATA MYŚLAK, MARTYNA MAŁGORZATA SIUDAK , <i>Na Wspólnej</i> w mediach społecznościowych, czyli „drugie życie” serialowych bohaterów	101
POLA SOBAŚ-MIKOŁAJCZYK , Porażka projektu literackiego Hannah Horvath z serialu <i>Dziewczyny</i> jako polemika z recepcją debiutu literackiego Leny Dunham	121
DOMINIKA KOZERA , Co fan może, a czego nie – dialog twórców <i>Nie z tego świata</i> z fanami w odcinku poświęconym <i>fan fiction</i>	133
ALDONA KOBUS , Burzenie czwartej ściany. Strategie relacji twórców popkultury z fanami.....	147
ARTUR MAJER , Produkcja serialu (dla) Telewizji Polskiej S.A. na przykładzie pierwszej serii <i>O mnie się nie martw</i>	165

Anna Krawczyk-Łaskarzewska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Burzenie ścian, budowanie okopów

Teksty zebrane w trzecim tomie monografii *Seriale w kontekście kulturowym* spaja idea, że chociaż seriale fabularne są bez wątpienia utworami o autonomicznym charakterze, to jednak żyją czymś w rodzaju życia alternatywnego w rzeczywistości pozaekranowej. Tryb ich emisji kreuje określone oczekiwania, niejako wymuszając specyficzne strategie odbioru, nie mówiąc o wielokrotnie podnoszonej kwestii ich sensu i przesłania, nieustannie aktualizowanych w toku recepcji.

Punkt ciężkości ulega zatem przesunięciu, w stronę widzów, fanów, ale także twórców. To właśnie widzom i ich strategiom oglądania, uwielbiania i nienawidzenia seriali przyglądają się autorzy zawartych w tomie artykułów, próbując ustalić, jak wpływają one na rozumienie i interpretację tego, co dzieje się na małym ekranie, oraz zidentyfikować czynniki psychologiczne sprawiające, że treść danego odcinka budzi skrajnie odmienne reakcje. Wnikliwym analizom poddawana jest także emocjonalność widzów, ich kompetencje kulturowe, podatność na manipulację, grę konwencjami, wyprzedaż nostalgii, a ponadto mechanizm powstawania obiegowych opinii o postawach najbardziej żarliwego podzbioru widowni, czyli fanów i fandomów.

Moment, w którym powstaje niniejszy wstęp, wydaje się szczególnie interesujący, być może przełomowy, jeśli chodzi o perspektywy rozwoju seriali fabularnych. Z opublikowanego właśnie raportu amerykańskiego stowarzyszenia filmowego MPAA na temat frekwencji w kinach w 2015 roku wynika, że chociaż odnotowano pięcioprocentowy wzrost wpływów z biletów (bez wątpienia „napompowany” kolejnymi odsłonami takich blockbusterych franczyz, jak *Gwiezdne wojny* czy *Jurassic Park*), to liczba osób, które chodzą do kina przynajmniej raz w miesiącu zmalała o prawie 17%, i już czwarty rok z rzędu tych regularnych kinomanów jest coraz mniej, zwłaszcza w grupach wiekowych 12-24 i powyżej 39 roku życia (Lang 2016). Te zastanawiające trendy można tłumaczyć wielorako, lecz rozsądne wydaje się założenie, że, oprócz czynnika finansowego, od pój-

ścia do kina odstrasza potencjalnego widza poczucie braku kontroli, możliwości autentycznego wyboru „dawki” filmowego doświadczenia i zachowania prywatności (por. Hutcheon, O’Flynn 2016: 133), a więc wszystko to, czym dysponują miłośnicy współczesnej telewizji.

Nie znaczy to jednak, że branża telewizyjna nie uskarża się na problemy (do których zresztą wydatnie się przyczynia). Wprawdzie twórcze przekształcanie elementów ukochanego serialu („powidoki” w postaci *fanfiction* czy *fanart*) nie przeraża już studiów telewizyjnych tak bardzo, jak w latach 90., a w każdym razie interweniują one rzadziej, gdy dochodzi do tzw. nieautoryzowanego użycia ich własności. Wydaje się jednak, że producenci wielu seriali mają trudności ze zrozumieniem rosnących wymagań swojej „klienteli”, traktują ją protekcyjnie, pozwalają scenarzystom na podejmowanie krótkowzrocznych decyzji świadczących nie tylko o ich nieudolności, ale także ideologicznych uprzedzeniach i arogancji.

Wymowne były pod tym względem pierwsze miesiące 2016 roku, które okazały się „zabójcze” dla podejrzanie dużej liczby fikcyjnych postaci o statusie mniejszościowym i zwyczajowo dyskryminowanym, jeśli chodzi o rasę, tożsamość seksualną i płeć. Zapowiedź masowego bojkotu kolejnych odcinków takich seriali, jak *Jeździec bez głowy*, *The 100*, *Żywe trupy* czy *The Magicians* pokazuje, jak silne są emocje widzów/fanów, zwłaszcza gdy w grę wchodzi kwestie reprezentacji. Z drugiej strony, protesty rozżalonych fanów na Tumblrze, Twitterze, Facebooku i rozmaitych forach dyskusyjnych rodzą pytania o autonomię serialowych *showrunnerów*, którzy już i tak podlegają naciskom ze strony partnerów produkcji i, wbrew potocznemu rozumieniu procesu twórczego, muszą działać w warunkach ciągłych kompromisów. Pozaekranowe rozgrywki między fanami i twórcami w imię jakości produktu finalnego mogą budzić całkiem uzasadnione skojarzenia z przeciąganiem liny, a zarazem przypominają o materialności produkcji filmowej i jej podporządkowaniu czynnikom komercyjnym.

Na temat rosnących w siłę fandomów i „nienadążania” ludzi po przeciwnej stronie barykady wypowiedział się niedawno Myles McNutt. Ujął problem z rzadką w świecie telewizyjnej publicystyki bezpośredniością, podkreślając coraz większą odpowiedzialność twórców za to, jak układają się interakcje z fanami,

możliwe dzięki istnieniu oficjalnych kont w mediach społecznościowych. „Scenarzyści telewizyjni nie są specjalistami *public relations*”, skonstatował McNutt; „nawet najlepsze intencje wszystkich stron” mogą przynieść opłakane skutki i wzbudzić w fanach poczucie, że są traktowani zbyt natarczywie:

I chociaż chciałbym wierzyć, że tego rodzaju sytuację mogą skłonić ludzi z branży do tego, żeby się doksztąpić i ustalić konsekwentniejsze zasady kontaktowania się z fanami, to równie prawdopodobne jest to, że zbliżamy się do punktu, w którym zaczniemy dostrzegać raczej komplikacje, a nie korzyści z takiego kontaktu, po drodze zapominając o wszystkich dobrych rzeczach, które się wydarzyły w rezultacie owych interakcji (McNutt 2016)¹.

Warto na koniec przytoczyć słowa Simone Murray, która od wielu lat nalega na badanie biznesowej otoczki kręcenia filmów i wszelkich innych czynników zewnętrznych, które na nią wpływają, włącznie z reakcjami widowni. Czyni to w kontekście studiów nad adaptacją, lecz jej uwagi można z powodzeniem odnieść do produkcji telewizyjnych, które również stanowią „zjawisko materialne, wytworzone przez system instytucjonalnych interesów i aktorów” (Murray 2008: 10). Podobnie jak filmowe adaptacje literatury, seriale należy chronić przed „formalistyczno-tekstualnym fetyszem” (Murray 2008: 5), za którego sprawą niektórzy badacze woleliby zapomnieć o bardziej przyziemnych aspektach funkcjonowania przemysłu kinematograficznego i telewizyjnego. Wydaje się, że ukazujące się w ostatnich latach publikacje na temat telewizji oraz intensywny rozwój *fan studies* potwierdzają słuszność i nieprzemijającą aktualność postulatów Murray.

Bibliografia:

- Hutcheon Lynda, O'Flynn Siobhan, 2013, *A Theory of Adaptation*, London, New York.
- Lang Brent, 2016, *Box Office Hits Record, But Number of Frequent Moviegoers Drops Nearly 17%*, „Variety.com”, 12.04, <http://variety.com/2016/film/news/box-office-hits->

¹ Cytaty zamieszcza się w tłumaczeniu Anny Krawczyk-Łaskarzewskiej – przyp. red.

[record-but-number-of-frequent-moviegoers-drops-nearly-17-1201751770/](http://www.avclub.com/article/when-fan-engagement-goes-wrong-234346) [dostęp: 13.04.2016].

McNutt Myles, 2016, *When fan engagement goes wrong*. „The 100”, „Shameless”, and the unsustainable dynamics of social TV, „A.V.club”, 4.04., <http://www.avclub.com/article/when-fan-engagement-goes-wrong-234346> [dostęp: 05.04.2016].

Murray Simone, 2008, *Materializing Adaptation Theory*, „Literature/Film Quarterly”, tom 36, s. 4-20.

Anna Drogosz

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Konstrukcja znaczeń/konstrukcja odbioru. *Serial Star Trek: Seria oryginalna*

Abstrakt:

Tekst poświęcony jest próbie „zamodelowania” odbioru odcinka serialu w ramach teorii przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych. Punktem wyjścia jest analiza wyników eksperymentu, w którym trzech widzów ogląda i komentuje jeden odcinek serialu *Star Trek: Seria oryginalna*. W ramach modelu zaproponowano ujęcie konstrukcji odbioru przekazu filmowego jako integracji przestrzeni odcinka, przestrzeni widza i przestrzeni serialu. W modelu podkreśla się rolę kontekstu w konstruowaniu odbioru.

Słowa kluczowe:

przestrzeń mentalna, kognitywna teoria filmu, rozumienie filmu

1. Wstęp

O ile stwierdzenie, że kilku widzów może w odmienny sposób odbierać na poziomie emocjonalnym i poznawczym jakiś bodziec (np. książkę, film czy serial) nie jest odkrywcze, to formalna analiza takich różnic osadzona w uznanej metodologii wydaje się czymś pożądanym. Niniejszy artykuł stanowi próbę ujęcia konstrukcji odbioru komunikatu, jakim jest przekaz filmowy w ramach metodologii kognitywizmu, a w szczególności teorii przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych. Tym samym analiza ta wpisuje się w nurt kognitywnej teorii filmu (Ostaszewski 1999)¹.

Punkt wyjścia rozważań stanowi mikroeksperyment, polegający na obejrzeniu jednego odcinka serialu *Star Trek: Seria oryginalna* przez trzech widzów różniących się wiedzą w zakresie serialu i doświadczeniem życiowym oraz przeprowadzeniu

¹ W tym miejscu pragnę podziękować Aleksandrze Drzał-Sierockiej za zwrócenie mi uwagi na tę dziedzinę badań nad filmem.

rozmowy na temat tego odcinka. Robocze założenie było takie, że, dążąc do zrozumienia odcinka serialu, widz użyje całej dostępnej mu wiedzy. Widz znający serial ma w pierwszej kolejności dostęp do wiedzy serialowej zbudowanej w toku oglądania poprzednich odcinków, zaś widz nie znający serialu musi szukać wsparcia głównie w wiedzy pozaserialowej. Jestem zdania, że teoria przestrzeni mentalnych postulująca dynamiczny charakter konstruowania sensu i rozumienia dyskursu może stanowić cenne narzędzie do modelowania procesów związanych z odbiorem opowiadania filmowego. Sądzę również, że zastosowanie teorii przestrzeni mentalnych – opracowanej pierwotnie z myślą o analizie semantycznej komunikatów językowych – do tak bogatego materiału, jakim jest przekaz filmowy, może prowadzić do weryfikacji jej wartości w szerszym kontekście.

W pierwszej części artykułu zamierzam przedstawić podstawowe założenia metodologiczne teorii przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych wraz z odniesieniem do kognitywnej teorii filmu. Następnie omówię przeprowadzony eksperyment. Kolejna część poświęcona jest próbie modelowania konstrukcji odbioru jednego odcinka serialu *Star Trek* w ramach proponowanej metodologii.

2. Modelowanie konstrukcji znaczenia w języku naturalnym

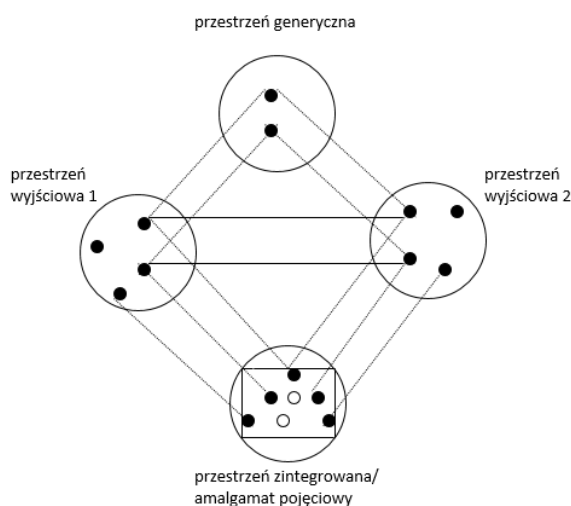
W tej części artykułu zostaną przedstawione pokrótce główne założenia teorii przestrzeni mentalnych i teorii amalgamatów pojęciowych. Obie te teorie, ściśle ze sobą powiązane, są teoriami językoznawczymi i odnoszą się przede wszystkim do konstruowania znaczenia w języku. Mój opis skupi się na tych elementach, które dotyczą konstruowania znaczenia w ogóle, i które łatwo dają się przenieść do badań nad przekazem filmowym. Nie należy jednak traktować tego opisu jako wyczerpującego ujęcia owych teorii.

Jak podaje Agnieszka Libura (2007: 11), teoria amalgamatów pojęciowych (*conceptual blending theory*) jest jednym z najnowszych kierunków, jakie pojawiły się w obrębie kognitywnych badań nad językiem. Stanowi ona rozwinięcie teorii przestrzeni mentalnych (*mental spaces theory*) Gilles'a Fauconniera (1997). Wkład w rozwój obu teorii wnieśli, obok Fauconniera, Mark Turner (Fauconnier, Turner 2002), Seana Coulson (2000) i Eve Sweetser (2000). W obszarze głównych zaintere-

sowań tych badaczy znalazło się zagadnienie konstruowania znaczenia w języku.

Do naczelnych założeń teorii przestrzeni mentalnych (TPM) i amalgamatów pojęciowych (TAP) należy przekonanie, wyraźnie artykułowane we wszystkich dziedzinach językoznawstwa kognitywnego, iż wyrażenia językowe posiadają jedynie potencjał znaczenia, który w ramach danego dyskursu i w określonym kontekście aktualizuje się w postaci konkretnego sensu (Libura 2007: 15; 2010: 15). Znaczenia są więc konstruowane zarówno dzięki wskazówkom językowym, jak i kontekstowym, przy czym wiedza pozajęzykowa odgrywa tu niemałą rolę. Ponadto, rozumienie dyskursu ma charakter dynamiczny (Libura 2010), gdyż nowe fragmenty dyskursu prowadzą do uaktualniania jego rozumienia. W ramach TPM i TAP konstrukcja znaczeń jest modelowana jako tworzenie/aktywacja przestrzeni mentalnych, co Libura opisuje następująco:

W wyniku integracji przestrzeni mentalnych powstaje konstrukcja kognitywna, której kształt nie wynika wprost i całkowicie z kombinacji znaczeń wykorzystanych elementów językowych, ale która jest budowana on-line dzięki wskazówkom dostarczonym przez użyte wyrazy i kontekst (w szczególności dzięki przywołaniu odpowiednich schematów poznawczych) (2010: 18).



Ryc. 1. Integracja pojęciowa (por. Fauconnier, Turner 2002)

Proces tworzenia takiej konstrukcji kognitywnej nazywany jest integracją pojęciową i jest przedstawiany graficznie jak na ryc. 1. Wykorzystanie teorii przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych może stanowić cenne uzupełnienie kognitywnej teorii filmu, która koncentruje się na „sprawdzeniu wpływu formalno-treściowych elementów filmowego opowiadania na jego odbiór” oraz „na analizie poznawczej zasobów widza, które umożliwiają mu zrozumienie filmu” (Pisarek, Francuz 2007: 166).

W myśl kognitywnego paradygmatu widz przez cały czas trwania filmu traktuje go z pełną świadomością jako zadanie poznawcze, którego rozwiązaniem jest zrozumienie intencji bohaterów, motywów ich działania, akcji filmu oraz odnalezienie umiejscowionych w narracji kontekstów kulturowych czy społecznych (Pisarek, Francuz 2007: 166).

W przeciwieństwie do wyżej wymienionych badaczy, zakładam, iż odbiór filmu prowadzi nie tyle do prawidłowego zrozumienia filmu, ile do uzyskania stabilnego i, przynajmniej tymczasowo zadowalającego, rozumienia. To rozumienie może ulegać modyfikacjom w trakcie oglądania filmu oraz później, w wyniku przemyśleń widza lub w wyniku rozmów z innymi widzami. Ponadto warto zwrócić uwagę, że David Bordwell, jeden z czołowych twórców kognitywnej teorii filmu, używa określenia *understand* (Bordwell 1992), co zostało przetłumaczone w formie dokonanej jako ‘zrozumieć’, ale może również odnosić się do formy niedokonanej ‘rozumieć’. Wstępne wyniki moich badań sugerują, że mamy do czynienia z rozumieniem, a nie zrozumieniem.

3. Opis eksperymentu

W ramach badań nad konstrukcją odbioru serialu przeprowadzony został prosty eksperyment polegający na obejrzeniu jednego odcinka serialu *Star Trek: Seria oryginalna* przez trzech widzów oraz analizie ich wypowiedzi². Widzowie różnili się

² Zdaje sobie sprawę, że wyniki uzyskane w trakcie eksperymentu obejmującego trzech uczestników nie są miarodajne. Był to jedynie eksperyment pilotażowy, który w przyszłości zostanie przeprowadzony na większej liczbie widzów. Jednocześnie pragnę podkreślić, że nie jest moim zamiarem udowadnianie faktu istnienia różnych odbiorów. Jest to oczywiste i nie potrzebuje badań empirycznych na dużych grupach respondentów.

wiekem i stopniem znajomości serialu, co przedstawia poniższa tabela:

Widz A	Widz B	Widz C
Kobieta lat 40+. Fanka serialu. Ogląda serial od 25 lat. Zna wszystkie sezony, odcinki oglądała wielokrotnie. Rozwinęła pozytywny związek emocjonalny z postaciami.	Mężczyzna lat 40+. Nie zna serialu. Nie obejrzał wcześniej ani jednego odcinka serii w całości. Rzadko ogląda serial.	Nastolatka (13 lat). Zna serial wyrywkowo. Widziała niektóre odcinki serii. Rozwinęła stosunek emocjonalny do niektórych postaci, nie zawsze pozytywny.

Tabela 1. Profile widzów biorących udział w eksperymencie

Widzowie obejrżeli odcinek *The Apple* (#38), w którym załoga statku kosmicznego Enterprise bada prymitywną humanoidną kulturę na przypominającej Eden planecie kontrolowanej przez tajemnicze urządzenie (Vaal). Mieszkańcy planety oddają mu boską cześć, zapewnia im ono dobrobyt, ale oni sami od wieków nie zmieniają się ani nie mają potomstwa. W trakcie eksploracji kilku członków załogi ginie tragicznie. Widzowie oglądali serial wspólnie, czasem projekcja była przerywana, jeżeli któryś z widzów chciał coś szerzej skomentować. Następnie przeprowadzony został wywiad na temat ich emocji, oceny i interpretacji zdarzeń czy postaci przedstawionych w tym odcinku. Po trzech tygodniach widzowie odpowiedzieli na pytanie: „O czym był odcinek?” oraz krótko go streścili.

Jestem zdania, że *Star Trek* stanowi dobry materiał do rozważań nad modelowaniem odbioru z kilku względów. Po pierwsze, powstawał w latach 1966–1969 w obrębie kultury amerykańskiej. Oznacza to, że dla współczesnego polskiego widza jest on odległy w czasie i kulturze. Tym samym odniesienie do wiedzy pozaserialowej widzów, w tym ich wiedzy kulturowej, w trakcie konstruowania odbioru jest bardziej świadome i łatwiejsze do uchwycenia w analizie. Po drugie, serial ten charakteryzuje się przejrzystą (kanoniczną, w terminologii Bordwella 1989: 26) fabułą – wyraziste postacie doświadczają konkretnych zdarzeń. Po trzecie, jest to serial science fiction, a takie produk-

cje ulegają szybkiej dezaktualizacji od strony futurystycznej scenografii, co często wywołuje określoną reakcję widza.

Przedstawię teraz zwięźle najważniejsze wyniki wywiadu. Widz A oglądał ten odcinek po raz trzeci, jako kolejny epizod przedstawiający przygody Kapitana Kirka i jego załogi. Ponieważ znał treść odcinka i konwencję serialu, zdarzenia i zachowanie głównych postaci było przewidywalne i nie wzbudzało większego zainteresowania. Emocje budził nie tyle film, ile niepewność co do jego odbioru przez innych widzów. Na pytanie o treść odcinka był gotów opowiadać o nim ze wszystkimi szczegółami narracji, uwzględniając nazwy osób i miejsc.

Widz B przez pierwsze dziesięć minut czuł się zdezorientowany, gdyż zupełnie nie rozumiał, co się dzieje, kim są postacie, ani jaką mają rolę. Powodowało to rosnącą frustrację, zwłaszcza wtedy, gdy kilka postaci zginęło. Następnie jednak kilkakrotnie powtarzany zwrot: „Tu jest jak w raju” wraz z atmosferą zagrożenia, widok wioski tubylców, pytanie, dlaczego w wiosce nie ma dzieci oraz deklaracja chęci wyzwolenia mieszkańców wywołały skojarzenie z wojną w Wietnamie. Od tego momentu odcinek był interpretowany tylko w tym kontekście i odbierany bardzo negatywnie jako alegoryczna pochwała udziału Stanów Zjednoczonych w konflikcie wietnamskim. Archaiczny wygląd scenografii zupełnie nie został zauważony. Na pytanie „O czym był ten odcinek?” zadane trzy tygodnie później, widz B odpowiedział: „O wojnie w Wietnamie. Materiał do rozważań filozoficznych i społecznych”.

Odbiór widza C był jeszcze inny i prawdopodobnie jego reakcje były inne niż zakładane przez twórców, przede wszystkim dlatego, że wiele sytuacji, które miały intencjonalnie poważny wydźwięk, zostały przyjęte śmiechem, np. gwałtowna śmierć kilku członków załogi uznana została za absurdalną i nieprawdopodobną; Kapitan Kirk głoszący wolność i demokrację na obcych planetach został wyśmiany jako nadęty; niepowodzenia Spocka wywołały złośliwą radość. Widz C zwrócił szczególną uwagę na kostiumy i scenografię, które również zostały przyjęte krytycznie: krótkie spódniczki kobiet określone zostały jako seksistowskie i niepraktyczne; stroje męskie jako idiotyczne i niestosowne („jak piżamy”); światełka, małe telewizorki i fałszywe ekrany, które w latach 60. miały ukazywać zaawansowaną technologię przyszłości, z perspektywy XXI wieku zostały

uznane za żałosne. To, co spotkało się z aprobatą widza C, to sama koncepcja eksploracji kosmosu, przygody i poznawania nieznanego. Na pytanie „O czym był ten odcinek?” widz C odpowiedział: „O tym, jak Spock się przewraca i jak piorun w niego uderza. I była tam taka dziewczyna, która fajnie walczyła”.

Fakt, iż trzech widzów różniących się wiedzą o serialu i o świecie odebrało odcinek w różny sposób, był łatwy do przewidzenia, nasuwa jednak dwa interesujące pytania badawcze:

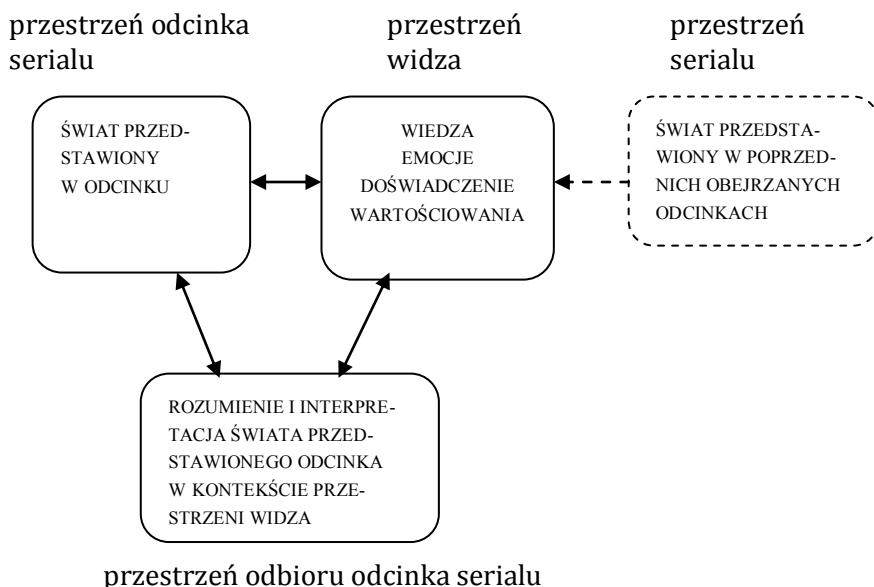
- 1) Czy można „zamodelować” konstrukcję odbioru oglądanego odcinka?
- 2) Czy wszystkie trzy „rozumienia” odcinka są tak samo prawomocne?

W dalszej części artykułu przedstawię próbę odpowiedzi na te pytania, wykorzystując metodologię językoznawstwa kognitywnego (teorię przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych).

4. Modelowanie konstrukcji odbioru za pomocą przestrzeni mentalnych

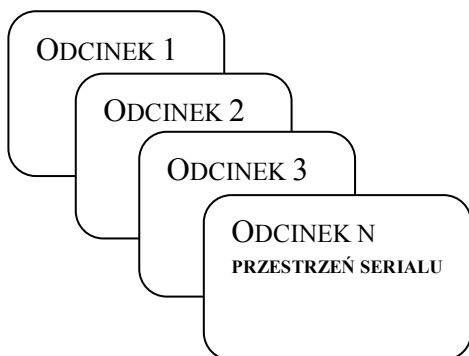
W moim prostym eksperymencie taki sam bodziec audiowizualny (odcinek *The Apple*), został odebrany na trzy różne sposoby. Trzech widzów tworzyło własne rozumienie odcinka, korzystając z różnych zasobów wiedzy o serialu i o świecie. Zasadne wydaje się więc wyróżnienie przestrzeni widza, na którą składa się jego wiedza pozaserialowa, w tym doświadczenie życiowe, stany emocjonalne czy system wartości³, przestrzeni serialu, tworzonej w trakcie oglądania kolejnych odcinków serialu, oraz przestrzeni odcinka serialu. Odbiór (odcinka) serialu jest więc wynikiem integracji między przestrzenią widza, przestrzenią serialu i przestrzenią odcinka serialu, co zostało graficznie przedstawione na ryc. 2. Tym samym, różnice w reakcji i interpretacji tego samego materiału (oburzenie, rozbawienie, zdziwienie) są rezultatem konstruowania odmiennych przestrzeni odbioru odcinka.

³ Na tym etapie analizy pominę rozważania nad schematami poznawczymi obecnymi w pamięci długoterminowej widza, które są niezbędne do interpretacji świata przedstawionego (por. Bordwell 1992: 185).



Ryc. 2. Przestrzeń odbioru odcinka serialu jako siatka integracyjna

Uczestnicy eksperymentu różnili się między sobą stopniem znajomości serialu, a więc nie wszyscy mieli dostęp do przestrzeni serialu, która mogła być aktywowana jako kontekst dostępny do rozumienia oglądanego odcinka. Jest to symbolicznie przedstawione na ryc. 2 poprzez obrysowanie przestrzeni serialu linią przerywaną. Proponuję też uznać, że odbiór serialu przez indywidualnego widza może być przedstawiony jako nieustanne budowanie przestrzeni mentalnych, z odcinka na odcinek, jak na ryc. 3:



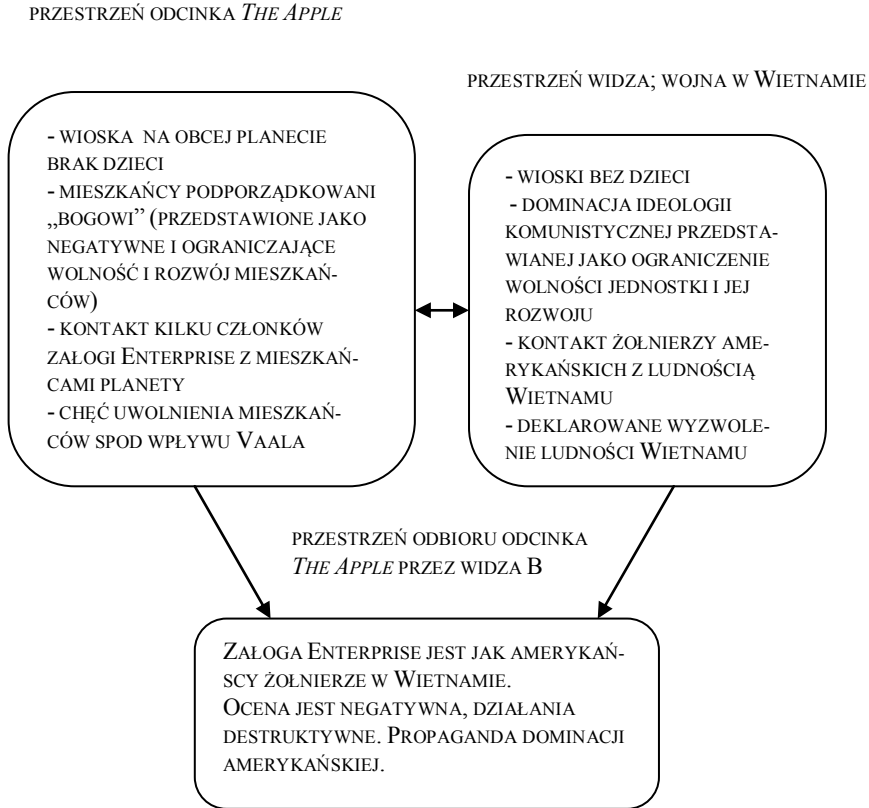
Ryc. 3. Budowanie przestrzeni serialu

O ile teoria przestrzeni mentalnych skupia się na języku jako na bodźcu do budowy przestrzeni mentalnych, to w przypadku przekazu audiowizualnego mamy do czynienia ze znacznie szerszym spektrum bodźców. Przestrzeń serialu budowana jest więc przez: warstwę językową (kwestie wypowiediane przez postacie), obraz (scenografia, kostiumy, aktorzy, prowadzenie kamery), zdarzenia (fabuła), muzykę. Wszystko to stanowi podpowiedzi (*prompts*) do konstruowania znaczeń i odbioru serialu. Gromadzone są one w pamięci widza i stanowią punkt odniesienia do konstrukcji rozumienia każdego kolejnego odcinka.

W moim eksperymencie widz A posiadał w zasobach swojej wiedzy kontekstowej rozbudowaną wiedzę o serialu i nieustannie używał jej do rozumienia odcinka. Tym samym, akcja i zachowania postaci były interpretowane przede wszystkim jako elementy świata przedstawionego, a wiedza pozaserialowa nie odgrywała większej roli w konstrukcji odbioru. W innej sytuacji był widz B. Pozbawiony dostępu do przestrzeni serialu i mający ograniczone doświadczenie z konwencją filmów science fiction, musiał polegać na swojej wiedzy o świecie rzeczywistym. Natomiast widz C, który mógł korzystać przynajmniej w ograniczonym stopniu z przestrzeni serialu, konstruował odbiór zdecydowanie bardziej w kontekście świata przedstawionego niż świata rzeczywistego. Konstrukcja odbioru widza B postawionego w sytuacji próby zrozumienia odcinka wyrwanego z kontekstu całego serialu jest moim zdaniem szczególnie interesująca i dlatego w dalszej części poświęcę jej więcej uwagi.

Jak wspomniałam, widz B odczuwał początkowo dyskomfort oglądając odcinek *The Apple*, spowodowany brakiem wiedzy o tym, kto, co, a przede wszystkim dlaczego coś robi. Jednocześnie, zgodnie z postulatami Bordwella, nie rezygnował z próby uspołnienia przekazu i był gotów do wyjścia poza informacje dostarczone (*information given*) (1992: 183). Spójności dostarczyła mu wiedza o wojnie w Wietnamie, jednak jej aktywacja nastąpiła bezpośrednio poprzez bodźce zawarte w treści odcinka. Co ciekawe, w późniejszej rozmowie, widz B przypomniał sobie, że wiele lat wcześniej czytał relacje żołnierzy amerykańskich z udziału w wojnie i sam się zdziwił, że jego wspomnienia z tej lektury są tak szczegółowe. Już na tym etapie analizy widać wyraźnie, że poczucie rozumienia odcinka przez widza B nastąpiło w wyniku integracji elementów przestrzeni oglądanego odcinka

z elementami jego osobistej przestrzeni widza, a następnie projekcji do przestrzeni odbioru. Proces ten został graficznie zilustrowany na ryc. 4, przy czym na diagramie brak przestrzeni serialu, gdyż widz B nie miał do niej dostępu.



Ryc. 4. Konstrukcja odbioru odcinka *The Apple* przez widza B

Warto zwrócić uwagę na selektywny charakter przyporządkowań między elementami przestrzeni odcinka i przestrzenią widza, przedstawionych w tabeli poniżej:

Przestrzeń odcinka <i>The Apple</i>	Przestrzeń widza
załoga Enterprise	żołnierze amerykańscy w Wietnamie
obca planeta	obcy kraj
obca lecz piękna przyroda	egzotyczna i piękna przyroda Wietnamu

zagrożenie ze strony niewidocznego przeciwnika	zagrożenie ze strony partyzantów wietnamskich, ukrytych w dżungli
wioska mieszkańców	wioski Wietnamczyków
brak dzieci w wiosce obcych	brak dzieci w wietnamskich wioskach
deklarowana i realizowana intencja wyzwolenia mieszkańców obcej planety spod ograniczającego wpływu urzędnika Vaal	deklarowana intencja wyzwolenia ludności Wietnamu

Tabela 2. Przyporządkowania między przestrzenią odcinka i przestrzenią widza

Właśnie te elementy, które w pierwszej fazie pozwoliły uspołnić oglądane opowiadanie filmowe, zostają rzutowane do przestrzeni odbioru i determinują negatywny odbiór odcinka, jako usprawiedliwiającego udział Stanów Zjednoczonych w wojnie w Wietnamie. Zignorowane lub wręcz odrzucone zostają wszystkie elementy odcinka, które mogłyby zmienić tą ocenę: nawiązanie do biblijnego motywu jabłka z drzewa poznania dobrego i złego (co otwarcie sugeruje tytuł), rola szatana, która w tej analogii przypada załodze Enterprise, jak również dialogi głównych postaci, rozważające negatywne skutki, jakie może przynieść ich ingerencja w życie mieszkańców planety. Pomimo zwrócenia uwagi na te elementy, jak również powołanie się na opracowanie naukowe uwzględniające kontekst powstania tego odcinka jako krytyki wojny w Wietnamie (Greene 2006), widz B pozostał przy swoim rozumieniu i ocenie.

Ani widz A, ani widz C nie dostrzegli w oglądanym odcinku alegorii wojny w Wietnamie. W przypadku widza C jest to zrozumiałe, gdyż z racji wieku (13 lat) jego wiedza na ten temat jest znikoma. Z kolei widz A, który od lat ogląda odcinki serialu, skupia się na fabule i interpretuje zdarzenia z punktu widzenia świata przedstawionego. Co więcej, stwierdzenie widza B, że odcinek ten ma alegoryczne odniesienia do wojny w Wietnamie, zostało przyjęte z niechęcią, poddane w wątpliwość i zaakceptowane dopiero po znalezieniu potwierdzenia w literaturze. Wydaje się więc, że zarówno widz A, jak i B w pewnym sensie chronią integralność swojego odbioru. Jest to o tyle ciekawe, że zarówno teoria przestrzeni mentalnych, jak i kognitywna teoria

filmu podkreślają dynamiczną naturę rozumienia dyskursu i jego nieustannego uaktualniania. W świetle analizy danych sądzę, że aktualizacja i testowanie hipotez trwa do momentu uzyskania zadowalającej spójności odbioru. Potem gotowość do aktualizacji gwałtownie spada i widz przywiązuje się do swojego odbioru, uznając go za właściwy.

Wróćmy teraz do pytania o to, który odbiór należy uznać za poprawny. Ponieważ widzowie usilnie dążą do uzyskania poczucia rozumienia komunikatu filmowego poprzez aktywację wszelkich możliwych zasobów, są w pewnym sensie skazani na konstruowanie różnych odbiorów. Jednocześnie trudno jednoznacznie wskazać kryterium oceny poprawności rozumienia: czy będzie nim deklarowana intencja twórców filmu, czy też raczej punktem odniesienia będzie odbiór badacza? W świetle przeprowadzonej analizy odrzucam sugestię zawartą w pracy Pisarek i Francuz (2007), że widz może niepoprawnie rozumieć film, lecz uważam, że wszystkie badane przeze mnie rozumienia widzów można uznać za równouprawnione.

5. Wnioski

Na podstawie analizy rozmów z trzema widzami jednego odcinka serialu *Star Trek* poczynione zostały następujące obserwacje.

- 1) Zastosowanie metodologii językoznawstwa kognitywnego (teorii przestrzeni mentalnych i amalgamatów pojęciowych) umożliwia precyzyjne rozróżnienie między przestrzenią przekazu filmowego (treść odcinka serialu) a przestrzenią widza (jego całą wiedzą kontekstową). Odbiór indywidualnego widza jest modelowany jako integracja elementów tych przestrzeni. Nie wynika więc on wprost z opowiadania filmowego, ale jest budowany dzięki różnorodnym wskazówkom. Ponadto, wyodrębnienie przestrzeni serialu ukazuje różnicę w odbiorze odcinka między widzem oglądającym kolejne odcinki, a widzem „nieprzygotowanym”.
- 2) Różna zawartość przestrzeni widza, jak również nierówny dostęp do przestrzeni serialu może skutkować różnicami w przestrzeniach odbioru różnych widzów. Jest to ich rozumienie przekazu filmowego, uznawane przez każdego z nich za poprawne. W związku z tym, mamy raczej do czynienia z rozumieniem, a nie ze zrozumieniem.

- 3) Widz skonfrontowany z pojedynczym odcinkiem serialu za wszelką cenę dąży do uzyskania poczucia spójności. W tym celu wykorzystuje swoją wiedzę o serialu, a w przypadku jej braku – wszelką dostępną mu wiedzę. Uzyskanie spójnego konstruktu daje poczucie rozumienia odcinka i prowadzi do zaniechania dalszych aktualizacji, a nawet świadomego odrzucania danych, które mogłyby taką spójność zaburzyć.
- 4) Analiza konstruowania odbioru pozwala na szersze spojrzenie na zagadnienie konstruowania znaczenia (rozumienie komunikatu). Rola kontekstu i „wpisywanie” stanu umysłu interpretującego są tutaj bardziej oczywiste niż w przypadku wąskich badań językoznawczych, gdzie nadal powszechny jest pogląd, że środki językowe mają swoje własne znaczenie.

Bibliografia:

- Bordwell David, 1992, *Cognition and Comprehension: Viewing and Forgetting*, „Mildred Pierce”, „Journal of Dramatic Theory and Criticism”, s. 183-198.
- Coulson Seana, 2001, *Semantic Leaps: Frame-Shifting and Conceptual Blending in Meaning Constructions*, Cambridge.
- Fauconnier Gilles, 1997, *Mappings in Thought and Language*, Cambridge.
- Fauconnier Gilles, Turner Mark, 2002, *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York.
- Greene Eric, 2006, *The Prime Question*, w: *Boarding the Enterprise. Transporters, Tribbles and the Vulcan Death Grip in Gene's Roddenberry's Star Trek*, red. David Gerrold, Robert, J. Sawyer, Dallas, s. 57-86.
- Libura Agnieszka, 2007, *Amalgamaty kognitywne w sztuce*, Kraków.
- Libura Agnieszka, 2010, *Teoria przestrzeni mentalnych i integracji pojęciowej. Struktura modelu i jego funkcjonalność*, Wrocław.
- Ostaszewski Jacek, 1999, *Kognitywna teoria filmu. Antologia przekładów*, Kraków.
- Pisarek Jolanta, Francuz Piotr, 2007, *Poznawcze i emocjonalne zaangażowanie widza w film fabularny w zależności od typu bohatera*, w: *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej*, red. Piotr Francuz, Lublin, s. 165-188.
- Sweetser Eve, 2000, *Blended spaces and performativity*, „Cognitive Linguistics”, tom 11 (3/4), s. 305-333.

Ewa Kujawska-Lis, Andrzej Lis-Kujawski

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wojna o pilota, czyli co poszczególni domownicy widzą w serialu *Pingwiny z Madagaskaru*?

Abstrakt:

Artykuł przedstawia analizę typów widzów seriali utworzoną na podstawie osobistych reakcji na serial *Pingwiny z Madagaskaru*. W gronie domowników wyodrębniły się trzy różne wzorce widzów. Pierwszy to widz lojalny i obsesyjny, ze skłonnościami do identyfikacji z jednym z bohaterów. Widz ten stał się ekspertem „pingwinologii”, oglądając wszystkie odcinki. Drugi to widz lojalny, ale nieobsesyjny, czerpiący przyjemność z oglądania. Widz trzeci to profan, który nie wykazuje zrozumienia dla serialu, zwalczając go wytrwale. Artykuł stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, co doprowadziło do takiej polaryzacji postaw i od czego zależeć może sposób recepcji serialu i „głębokość” oglądania. Analizuje czynniki, jakie wpłynęły na powstanie różnych poziomów zaangażowania i elementy serialu, które były szczególnie ważne dla poszczególnych domowników w tym procesie.

Słowa kluczowe:

serial, typy widza, identyfikacja, zaangażowanie, *Pingwiny z Madagaskaru*

1. Wprowadzenie

Historia serialu *Pingwiny z Madagaskaru* (ang. *The Penguins of Madagascar*) rozpoczęła się w 2005 roku. Wtedy miał swoją premierę pełnometrażowy film animowany *Madagascar* (*Madagascar*, DreamWorks Animation), opowiadający o tym, jak czwórka zwierząt z nowojorskiego zoo musiała stawić czoła życiu na wolności. Film odniósł kasowy sukces, który przesądził o kontynuacji opowieści. Czwórka sympatycznych postaci nie należała do bohaterów pierwszoplanowych, ale producenci uznali, że mają w sobie potencjał, który warto rozwijać. Dlatego razem z przygotowaniami do drugiej części kinowego *Madaga-*

skarę ruszyła produkcja serialu o pingwinach w rolach głównych w reżyserii Breta Haalanda i Nicka Filippi. Pierwsze odcinki zostały wyemitowane w 2008 roku¹, wtedy też miał premierę kinowy *Madagaskar 2*. Jako serial telewizyjny *Pingwiny z Madagaskaru* pojawiały się regularnie w telewizji od marca 2009 (Nickelodeon). Serial jest historią, a raczej zbiorem historii alternatywnych do tych, które zostały pokazane w filmach pełnometrażowych. Jak stwierdził Tom McGrath, używający głosu filmowemu Skipperowi, akcja serialu rozgrywa się w świecie równoległym do fabuły filmów². Sytuacji tej nie zmieniły kolejne filmy pełnometrażowe z roku 2012 i 2015. Serial konsekwentnie stanowi osobną całość. Z czasem zyskał miano kultowego. O jego popularności w Polsce świadczy fakt, że na polskim profilu Facebooka *Pingwiny z Madagaskaru* doczekały się ponad 554 tysięcy polubień³.

Na potrzeby serialu rysy osobowości pingwinów zostały wyostrzone, co zwiększyło wyrazistość postaci. Pingwiny w zoo to bardziej podziemna formacja paramilitarna niż grupa przyjaciół. Ptaki nieustannie pochłonięte są tajnymi operacjami mającymi na celu ochronę zoo. Zwróćmy uwagę na najważniejsze cechy głównych bohaterów. Skipper, czyli przywódca pingwinów, wydaje rozkazy i kieruje wszystkimi działaniami grupy. Nigdy nie traci zimnej krwi, ma tendencję do spostrzegania wszystkich, nawet najbardziej prozaicznych czynności, jako akcji paramilitarnych. Wszędzie widzi podstęp i działania tajnych sił, które zagrażają pingwinom i zoo. Potrafi świetnie walczyć, często jest opiekuńczy i troskliwy, choć rzadko okazuje cieplejsze emocje.

Rico to specjalista od szeroko pojmowanej destrukcji oraz przenośny magazyn i zbrojownia. Potrafi wyciągnąć z żołądka dowolne przedmioty o najbardziej nieprawdopodobnych wymiarach, w zależności od tego, czego potrzebuje zespół. W jego brzuchu znaleźć można zarówno budkę telefoniczną, jak i kowadło czy automat z gumami do żucia, a nawet zdjęcie Skippera w drewnianej ramce. Najczęściej komunikuje się za pomocą nie-

¹ <http://www.tv.com/show/the-penguins-of-madagaskar> [dostęp: 17.06.2015].

² <http://www.awm.com/animationworld/penguins-madagaskar-strike-back> [dostęp: 17.06.2015].

³ Dane z dnia 10.02.2015.

zwerbalizowanych odgłosów dopasowanych do nastroju; preferuje proste rozwiązania siłowe. Jego filozofia nie jest skomplikowana – po prostu czasem trzeba wziąć większy młotek, a jeśli to nie pomoże – łaskę dynamitu.

Kowalski to mózg zespołu i wynalazca. Jest konstruktorem niezwykłych urządzeń, które czasem okazują się niebezpieczne dla samego twórcy i jego przyjaciół, a nawet mogą zagrażać całemu światu. Niektóre tylko wynalazki Kowalskiego to churrorybotonoszyzer, psychotron, lovelaser czy S.T.A.N.K. (Super Totalnie Absolutnie Natarczywy Kiblorzygulec). Wadą Kowalskiego jest skłonność do nadmiernego analizowania, dlatego trudno mu podejmować decyzje. Mimo to, jego analizy umożliwiają Skipperowi skuteczne dowodzenie. Co ciekawe, ten geniusz o wielu talentach nie umie czytać i boi się dentysty.

Jeśli Kowalski jest mózgiem oddziału, to jego sercem jest z całą pewnością Szeregowy – najbardziej wrażliwy emocjonalnie, dzięki empatii łatwo nawiązuje kontakt z innymi zwierzętami. Jest najmłodszym i najmniej doświadczonym członkiem zespołu, o czym często przypominają mu towarzysze. Jako realista poszukuje zawsze najprostszych i zdroworozsądkowych rozwiązań. W odróżnieniu od Skippera i Kowalskiego, unika siły i przemocy. Paradoksalnie, w oryginalnej wersji serialu Szeregowy mówi głosem Jamesa Patricka Stuarta z brytyjskim akcentem klasy średniej, w duchu postaci brytyjskich żołnierzy z popularnych filmów wojennych.

Galeria ważnych dla serialu postaci obejmuje dodatkowo lemur, króla Juliana i jego poddanych Morta i Maurice'a, wydrę Marlenkę i inne zwierzęta, odgrywające raczej epizodyczne role, choć istotne z punktu widzenia analizy zaangażowania poszczególnych widzów w odbiór serialu.

Serial *Pingwiny z Madagaskaru* stanowi dobry materiał ilustrujący najważniejsze procesy wpływające na stosunek emocjonalny do przekazu medialnego oraz przyczyny jego odmiennych interpretacji i – w konsekwencji – konfliktów na tle serialu. Zapewne w niejednym domu dochodzi do walki o pilota, kiedy zbliża się czas ulubionego serialu, z całą charakterystyczną otoczką typową dla konfliktów interpersonalnych. Poczynione przez nas obserwacje postanowiliśmy konstruktywnie wykorzystać jako swoiste studium przypadku i przyczynek do rozważań nad wpływem serialu na odbiorcę oraz jego najbliższe otoczenie.

2. Recepcja przekazu medialnego

Recepcja przekazu medialnego od wielu lat pozostaje w sferze zainteresowań medioznawców oraz psychologów. Początkowo badania nad wpływem komunikacji masowej opierały się na założeniu, że media to wszechmocny czynnik determinujący sposób myślenia i reagowania odbiorców, którzy mieli być jedynie „robotami reagującymi na elektroniczne impulsy płynące z mediów” (Pitout 2006: 243-4; tłum. EKL).

Kolejną fazą badań i refleksji, zapoczątkowaną w latach 60. XX wieku, było odniesienie się do teorii gratyfikacji. Prowadzone badania opierały się na innych niż poprzednio założeniach teoretycznych i metodologicznych: odbiorcy traktowani byli jako podmioty aktywnie zaangażowane w selekcję programów, informacji i wiadomości. Zgodnie z przyjętymi założeniami teoretycznymi, najważniejszym celem widzów miało być zaspokajanie indywidualnych potrzeb. Za najistotniejsze z punktu widzenia odbiorców uznawano wówczas potrzeby rozrywki, ucieczki od codziennych obowiązków lub zmartwień, uzyskiwania informacji oraz porad, jak radzić sobie w codziennym życiu. Przekaz medialny służyć miał wyłącznie bądź głównie zaspokajaniu tych potrzeb (Pitout 2006: 244).

Krytycy teorii gratyfikacji wskazywali na to, że promowała ona indywidualizm w czystej postaci. Ponadto ignorowała związki między jednostkowymi potrzebami a wpływami kulturowymi oraz społecznymi w korzystaniu z mediów. Teoria ta pomijała również dokonywaną przez odbiorcę interpretację przekazu medialnego. Niewątpliwie koncepcja gratyfikacji była przydatna w badaniu funkcjonowania mediów na poziomie makrospołecznym i określaniu preferencji widzów, nie była jednak dostatecznie użyteczna w badaniu takich mikroprocesów, jak np. interpretacja przekazu dokonywana przez widza. Nie oznacza to, że obecnie koncepcja ta jest bezwartościowa, ponieważ potrzeby widza są istotnym czynnikiem wywierającym wpływ na to, jakie programy ogląda on z upodobaniem i jakich treści aktywnie poszukuje.

Kolejnym krokiem w badaniach medioznawczych była tzw. teoria recepcji. Odrzuciła ona pierwotną koncepcję pasywnego widza zdominowanego przez wszechmocny przekaz. Zainteresowanie badaczy przesunęło się na proces interpretacji przekazu medialnego przez odbiorcę (widza). Naukowcy dążyli do teoretycznego i empirycznego zbadania procesu interpretacji dokony-

wanej przez odbiorcę przekazu. Interpretacja rozumiana była jako proces nadawania znaczeń, który odbywał się na drodze swoistej negocjacji pomiędzy tekstem (programem telewizyjnym) i odbiorcą (widzem). Proces ten zachodził w określonym kontekście społecznym i kulturowym (Pitout 2006: 244). Przyjęty model teoretyczny zakładał, że podczas interpretowania informacji następuje interakcja pomiędzy odbiorcą i przekazem. Żeby interpretacja zachodziła i odbywała się w efektywny sposób, widz musiał zaangażować się w odbierane treści, aby utworzyć na ich podstawie własne, osobiste znaczenia.

Zaangażowanie odbiorcy w komunikat jest warunkiem wstępnym zainteresowania się przekazem i rozpoczęcia aktywności interpretacyjnej. Rozpatrując recepcję przekazu medialnego w tych kategoriach, należy zwrócić uwagę na czynniki, które decydują o zaangażowaniu widza w odbiór programu telewizyjnego. Najprawdopodobniej są to dwa potężne procesy psychologiczne: identyfikacja oraz tworzenie znaczeń.

Identyfikacja to proces opisywany już przez klasyczną psychoanalizę i do dziś pozostający w sferze zainteresowania psychologii i medioznawstwa. W tradycyjnym ujęciu, identyfikacja to mechanizm obronny ego, za pośrednictwem którego jednostka w pewnym stopniu upodabnia się do kogoś innego, utożsamia się z drugim człowiekiem. Prowadzi to do przejęcia różnych atrybutów postaci, z którą się identyfikujemy: jej myśli, celów, zachowań czy reakcji. Jak ujmuje to *Słownik psychoanalizy*, „różne zachowania, funkcje i wartości drugiej osoby zostają włączone w spójną, efektywną tożsamość i stają się w pełni funkcjonalnymi częściami self, współgrającymi z innymi jego elementami” (Moore, Fine 1996: 373). Identyfikacja jest zwykle związana z idealizacją, ponieważ staramy się upodobnić do postaci, która jest dla nas pod pewnymi względami atrakcyjna. Identyfikacja może być procesem o różnym stopniu uświadomienia. Czasem przebiega ona na poziomie świadomym, czego przykładem jest np. naśladowanie zachowań idola; czasem jest procesem nieświadomym, pozostając poza naszą kontrolą. Najczęściej identyfikujemy się z osobami znaczącymi, a opisywany mechanizm uznawany jest na gruncie psychoanalizy za pierwotny czynnik rozwoju psychologicznego i kształtowania osobowości, chociaż zachodzi w trakcie całego życia. W odniesieniu do przekazu medialnego, identyfikacja jest procesem, który wzmacnia zaangażowanie emocjonalne w odbiera-

ny przekaz, może także wpływać na sposób myślenia i zachowanie odbiorcy identyfikującego się z danym bohaterem. Jak wskazywał Hans R. Jauss, identyfikacja z postacią oferuje czytelnikowi (widzowi) okazję do wzięcia udziału w jej działaniach i życiu emocjonalnym. Identyfikacja umożliwia doświadczanie takich samych zdarzeń i odczuwanie takich samych emocji (Jauss 1982: 246). Identyfikację może ułatwiać atrakcyjność postaci wzorcowej lub jej podobieństwo do osoby, u której zajdzie omawiany proces.

Tworzenie znaczeń jest drugim istotnym mechanizmem decydującym o zaangażowaniu w przekaz. Dodatkowo zdolność do tworzenia znaczeń na podstawie przekazu odróżnia osoby, które nazywamy fanami jakiegoś tekstu kultury od osób, które fanami nie zostają. Jak wskazuje Henry Jenkins, istnieje w semiotyce pogląd zakładający, że znaczenie może być wyekstrahowane z tekstu, który następnie zostaje odrzucony (przykładem takiego procesu może być posługiwanie się powiedzonkami zaczerpniętymi z dawno zapomnianych lub nawet nieoglądanych seriali.) Fan natomiast nie odrzuca oryginalnego tekstu, z którym jest emocjonalnie związany (Jenkins 2006: 25). Według Kristyn Gorton, wielbiciela wyróżnia to, że odczuwa przyjemność tworzenia znaczeń, która leży u podstaw jego doświadczenia z przekazem. Fan potrafi wychwycić i odsłonić ukryte znaczenia przekazu i stworzyć własną interpretację oraz kontynuację tekstu. Takie umiejętności mogą dodatkowo zapewnić pozycję eksperta w społeczności fanów (Gorton 2009: 35). Na temat społeczności miłośników tekstów kultury zwraca uwagę także John Fiske, podkreślając, że każda widownia angażuje się w jakiś rodzaj produktywności semiotycznej, tworząc znaczenia i doświadczając przyjemnych doznań na podstawie produktów kultury. Fani często zamieniają tę produktywność w pewną formę twórczości, która może krążyć między nimi, dodatkowo określając ich społeczność (Fiske 2001: 30). Przykładem takiej aktywności może być dopisywanie przez nich dalszych przygód Harry'ego Pottera.

Trudno oddzielić fazę zaangażowania emocjonalnego od fazy interpretowania, ponieważ tworzenie znaczeń jest aktywnością interpretacyjną samą w sobie. Niewątpliwie jednak zaangażowanie zapoczątkowuje działalność interpretacyjną, a później podtrzymuje jej przebieg. Zwróćmy uwagę na niektóre elementy związane z tym procesem. Dokonywanie interpretacji związane

jest m.in. ze sposobem traktowania niejasności, dwuznaczności lub pominąć w przekazie. Odczytywany tekst (przekaz) zawsze posiada luki (niejasności, niedopowiedzenia), które odbiorca wypełnia czy dookreśla we własnym zakresie. Ten proces uzupełniania (dookreślania) odbywa się dzięki korzystaniu z własnej wiedzy, doświadczeń osobistych i w ramach odniesień stworzonych przez środowisko społeczne i kulturowe (Pitout 2006: 245). Co więcej, pewne luki w przekazie mogą wzmacniać zainteresowanie i zaangażowanie widza. Klasycznym przykładem takiego zabiegu jest tzw. *cliffhanger*, czyli zakończenie odcinka w najbardziej emocjonującym momencie. Psychologicznie zabieg ten bazuje na tzw. fenomenie zadań niedokończonych, opisanym przez Blumę Zeigarnik (1983). Polega on na tym, że zdecydowanie lepiej pamiętamy zadania, których nie udało się nam ukończyć, co spowodowało frustrację i większe zaangażowanie emocjonalne.

Kolejnym w perspektywie diachronicznej etapem teoretycznym związanym z recepcją przekazu medialnego jest model kodowania-dekodowania, rozwijany od lat 70. XX wieku przez Stuarta Halla. Model ten oferuje lepsze zrozumienie tego, w jaki sposób widzowie nadają znaczenia temu, co oglądają. W ramach tego modelu przyjmuje się, że twórcy programu dokonują „kodowania”, a odbiorcy „dekodowania” przekazu. Zanim przekaz może wywrzeć efekt (jakkolwiek rozumiany) najpierw musi zostać odebrany przez odbiorcę jako znaczący dyskurs i odkodowany w sensowny sposób. To właśnie odkodowane przez odbiorcę znaczenia wywierają na niego wpływ, dostarczają mu rozrywkę, czy sprawiają, że podlega on perswazji z wszelkimi tego konsekwencjami percepcyjnymi, kognitywnymi, behawioralnymi, emocjonalnymi, ideologicznymi czy behawioralnymi (Hall w: Gorton 2009: 19-20). Koncepcja Halla stanowi uzupełnienie i rozwinięcie wcześniej przedstawionych poglądów. Teoria ta przypomina, oparte na idei nieograniczonej semiozy Peirce’a, podejście Umberto Eco (1994) do interpretowania tekstów. Semioza w takim ujęciu była podstawą „współdziałania tekstowego” i opierała się na nieomal nieograniczonych możliwościach tworzenia przez odbiorcę znaczeń na podstawie odbieranego przekazu.

Jak wskazuje powyższy przegląd, teorie dotyczące recepcji przekazu medialnego ewoluowały na przestrzeni lat. Współcześnie największy nacisk kładzie się na aktywne zaangażowanie

odbiorcy w przekaz, często skutkujący twórczym rozwijaniem odkodowanych znaczeń w rozmaitych formach i mediach.

3. Recepcja *Pingwinów z Madagaskaru* – analiza przypadku

Spróbujmy teraz zastosować wiedzę teoretyczną w analizie reakcji trzech odbiorców empirycznych w różnym wieku i z różnym poziomem doświadczenia oraz wiedzy życiowej. Odbiorca A to 12-letnia dziewczynka, uczennica klasy 5. szkoły podstawowej. Z przyjemnością czyta książki, zwłaszcza kryminały. Odbiorca B to 45-letni psycholog, psychoterapeuta i nauczyciel akademicki, natomiast odbiorca C to 43-letnia kobieta, filolog angielski, literaturoznawca i specjalista w zakresie przekładu literackiego.

3.1. Perspektywa odbiorcy A

Pingwiny z Madagaskaru w oczach 12-letniego odbiorcy to bardzo atrakcyjny film akcji, o wątkach kryminalnych, oglądany z przyjemnością. Najważniejszą i ulubioną postacią jest król Julian. Dziecko bardzo szybko podchwyciło charakterystyczny styl wypowiedzi Juliana, naśladując jego intonację i wymowę⁴. Obfite cytaty z Juliana stały się częścią wypowiedzi nastolatki, od czasu do czasu np. rodzice mogli usłyszeć: „Nie musicie mi dziękować, wystarczy, że będziecie mi dziękować na klęczkach”. Zachowania werbalne i niewerbalne jednoznacznie świadczyły o identyfikacji z wybranym bohaterem. Podobnie jak Julian, jego wielbicelka nie pozwalała dotykać swoich stóp (co nie miało wcześniej miejsca), typowe też były oczekiwania szczególnie korzystnego traktowania, naśladowanie zachowania lemura, oczekiwanie uwielbienia. Na pytanie, dlaczego lubi Juliana udzielała bardzo prostej odpowiedzi – bo jest fajny.

Dociekliwego obserwatora zastanowić może jednak, dlaczego właśnie Julian okazał się najbardziej atrakcyjną postacią. Król lemurów ze swoją radosną afirmacją własnej osoby oraz typowymi cechami narcystycznymi może być pociągającym wzorcem dla młodych odbiorców, u których wciąż aktywne są procesy charakterystyczne dla samouwielbienia dziecięcego. Dzieci, z racji okresu rozwojowego, wykazują silniejsze postawy narcystyczne i egocentryczne niż dorośli. Kontakt z bohaterem takim jak Julian może je uaktywniać i dodatkowo wzmacniać. Król lemurów

⁴ W polskiej wersji głosu królowi Julianowi użycza Jarosław Boberek, uznawany za czołową postać polskiego dubbingu.

pokazuje swoją postawą, że takie zachowania są dopuszczalne, czy wręcz pożądane. Perspektywa młodszego dziecka utrudnia krytykę narcyzmu Juliana. Warto jednak zauważyć, że narcyzm, powszechnie źle kojarzony i potępiany, ma także wartość pozytywną – jego normalna forma (w odróżnieniu od zaburzenia osobowości) jest podstawą trwałej, realistycznej samooceny, dojrzałych dążeń i ideałów, towarzyszy mu zdolność do głębokich relacji z innymi (Moore, Fine 1996: 156). Z takiej perspektywy zaspokajanie potrzeb narcystycznych i identyfikacja z bohaterem w rodzaju Juliana może mieć pozytywny wpływ na kształtowanie się samooceny i pozytywnego stosunku do siebie.

Inne zmiany w zachowaniu, jakie zaszły u odbiorcy A pod wpływem serialu to dopominanie się kupowania gadżetów związanych z pingwinami oraz wykonywanie rysunków różnych postaci z filmu. Tę drugą aktywność traktować można w kategoriach twórczości inspirowanej przekazem, choć nie rozwinęła się ona w kierunku tworzenia alternatywnych wersji losów bohaterów. Zaangażowanie w serial doprowadziło do wielokrotnego obejrzenia wszystkich odcinków serialu dostępnych na YouTube i systematycznego oglądania części emitowanych na bieżąco w telewizji, przy czym nie miało znaczenia, czy był to odcinek znany wcześniej czy też nie. Odbiorca A aktywnie poszukiwał informacji na temat ulubionych postaci w Internecie, pogłębiał swoją wiedzę na temat serialu i w życiu codziennym posługiwał się powiedzonkami z serialu. Biorąc pod uwagę całokształt reakcji, można się zastanowić, czy zachowanie nastolatki świadczy o tym, że została fanem serialu? Odpowiedź na takie pytanie jest zdecydowanie pozytywna. Przez jakiś czas *Pingwiny z Madagaskaru* stały się częścią subiektywnego świata dziecka. Serial w przypadku tego odbiorcy wykorzystywany był przede wszystkim do poszukiwania przyjemności i rozrywki (teoria gratyfikacji). U młodego widza identyfikacja z wybranymi postaciami jest najsilniejsza, a wiedza i możliwość poddania oglądanych treści refleksji – najmniejsze. Nie ma tu skomplikowanej interpretacji, odkodowywania zakodowanych sensów, jest prosty odbiór przekazu, oparty na atrakcyjności określonego bohatera. Identyfikacja umożliwia natomiast tworzenie znaczeń odniesionych do własnej osoby, przez co dodatkowo zwiększa zaangażowanie osobiste w odbiór serialu i poszukiwanie nowych odcinków. Pozwala to na wykształcenie postawy zaangażowanego, lecz być może bezkrytycznego fana.

3.2. Perspektywa odbiorcy B

Perspektywa odbiorcy B, widza z wykształceniem psychologicznym, jest zdecydowanie szersza. Serial może nie tyle angażuje go osobiście, ile aktywizuje wiedzę z różnych dziedzin psychologii. *Pingwiny z Madagaskaru* oglądane przez psychologiczne szkiełko i oko okazują się bardzo ciekawym studium zawierającym wiele interesujących treści psychologicznych. Na pierwszy plan wysuwają się typy osobowości bohaterów. Każdy profesjonalista doceni galerię stylów osobowości, jaką można zaobserwować w serialu. Trudno mówić tutaj o pełnoobjawowych zaburzeniach osobowości (chyba że w przypadku antyspołecznych Doktora Bulgota i Hansa), niemniej jednak fachowiec zauważy wiele objawów psychopatologii.

Dla klinicysty Skipper to typowy paranoik owładnięty ciągłymi podejrzeniami, nieufny w stosunku do innych zwierząt, kompensujący swoje lęki za pomocą utrzymywania dyscypliny i ciągłej gotowości bojowej. Wprowadza on atmosferę nieustannego napięcia i potencjalnego zagrożenia ze strony swoich wiecznych wrogów, czyli delfina Doktora Bulgota i maskonura Hansa. Jest dobrze wyszkolonym komandosem, bardzo dobrze walczy i potrafi prawie wszystko zamienić w broń. Co ciekawe, Skipper sam twierdzi, że ma paranoję i manię prześladowczą (co świadczy o jego wysokiej samoświadomości), uważa je jednak za bardzo pozytywne wartości. Jak na paranoika przystało, nie lubi przyznawać się do błędów, zawsze udowadnia, że w danej sytuacji miał rację, a odpowiedzialnością za błędy i pomyłki obarcza innych, najczęściej Szeregowego. Jako dowódca wykazuje talent do manipulowania członkami zespołu. Ma niewątpliwe zdolności przywódcze, jest znakomitym liderem, który potrafi zorganizować grupę oraz wykorzystać umiejętności i potencjał każdego z jej członków. Niestety, kiedy go brakuje, podwładni łatwo się gubią i nie wiedzą, co robić.

Kowalski to przykład typu osobowości nazywanej w psychologii klinicznej typem obsesyjno-kompulsywnym. Obezwładnia go z jednej strony perfekcjonizm, a z drugiej ciągła niepewność. Jego kreatywność ogranicza lęk przed popełnieniem błędu. Gdy należy podjąć szybkie decyzje, traci czas na obliczenia i rozważania. Skoncentrowany na abstrakcyjnych treściach i nieco oderwany od rzeczywistości, potrafi tworzyć nowe urządzenia, jednocześnie jest chłodny i najczęściej nie okazuje emocji. Pod-

chodzi do życia jak do problemu, który powinien zostać rozwiązany za pomocą odpowiedniego algorytmu. Marzy o posiadaniu jeszcze genialniejszego umysłu, wzmocnieniu swoich fal mózgowych „z supergenialnych do supermegagenialnych”. Nie lubi, gdy ktoś okazuje się lepszy od niego, z przyjemnością podkreśla swoją wyższość i inteligencję.

Rico w oczach psychologa to osobowość antyspołeczna, podporządkowana żądzy destrukcji. Dzięki Skipperowi Rico potrafi utrzymać tę żądzę pod kontrolą, ale ujawnia się ona przy każdej nadarzającej się sposobności. Potrafi zrobić najgroźniejszą minę z całego zespołu, walczy prawie tak dobrze jak Skipper. Jest nieokrzesany i nietaktowny. Jest jedynym z pingwinów, który zazwyczaj nie werbalizuje swoich myśli (zwykle wydaje z siebie nieokreślone dźwięki); mówi bardzo rzadko, przez co można odnieść wrażenie, że jego poziom intelektualny jest obniżony. Planowanie nie jest jego silną stroną. Niespecjalnie przejmuje się także normami społecznymi, ślepo słucha rozkazów Skippera, wykazując się przy tym dużą odwagą. A jednak ten twardziel w trudnych sytuacjach doznaje regresji do dzieciństwa i wyciąga misia, który go uspokaja.

Na tle takich towarzyszy infantylny i naiwny Szeregowy wydaje się całkiem normalny i sympatyczny. Jest dobrze przystosowany i grzeczny, czasem nawet nieśmiały. To Szeregowy nieustannie musi udowadniać swoją wartość wobec innych członków oddziału i radzić sobie z ich lekceważeniem. Potrafi przekonywać robiąc słodką minę, osobistą słodycz (uber-słodycz) wykorzystuje czasem jako broń do obezwładniania wrogów. Jest infantylny, lubi zabawę pluszowymi jednorożcami i słodczyce w każdej postaci. Skipper często wybiera go na „ochotnika”, ponieważ według niego tylko brak Szeregowego nie będzie osłabieniem drużyny. Czasem trudno oprzeć się wrażeniu, że Szeregowy jest opóźniony umysłowo – jest przekonany, że w lodówce mieszka ludzik, który zapala i gasi światło, uwielbia oglądać serial o słodkorożcach (później jednorożcach). Jest to osobowość niedojrzała, która jednak czasem potrafi zorganizować się do skutecznego działania.

Kolejny bohater serialu – król Julian – z perspektywy odbiorcy B jest wzorcem narcyzmu w czystej postaci i nie wzbudza bynajmniej sympatii. W tej kreacji widoczne są wszystkie charakterystyczne cechy narcyza – skupienie na sobie oraz nastawienie wyższościowe. Julian jest przeświadczony, że inni są na jego

usługi, a świat został stworzony przez pradawnych bogów specjalnie po to, żeby zaspokajać jego potrzeby. Lemur żyje w przekonaniu, że jest powszechnie lubiany, szanowany i podziwiany, ale reakcje zwierząt są najczęściej dalekie od tych uczuć. Julian tego nie zauważa. Nie dostrzega także, że jego władza kończy się na innych lemurach, które podporządkowały się jego osobowości. Zwierzęta, które uważa za podwładnych, traktuje na równi z przedmiotami. Jednocześnie nie potrafi sobie bez nich poradzić ze względu na swoją niezaradność. Zupełnie nie dostrzega, że to on jest zależny od Maurice'a i Morta. Jeśli przeżywa chwile załamania, to z powodu odejścia poddanych i konfrontacji z samotnością.

Ciekawe z psychologicznego punktu widzenia jest też zachowanie innych lemurów. Mort jest słodki i naiwny, nie grzeszy inteligencją i być może z tego powodu nie dostrzega, jak źle traktuje go Julian. Zadowala go każdy przejaw okazanego mu zainteresowania i pozwala sobą pomiatać. Nawet kopniaki Juliana są dla niego źródłem przyjemności, ponieważ zapewniają kontakt ze stopami króla, które to uwielbia. Jest nieustannie zazdrosny o swego idola. Mort to wzorzec pełnego podporządkowania, w jego przypadku można byłoby wręcz mówić o syndromie sztokholmskim, czyli pełnym uzależnieniu psychicznym od dręczyciela.

Inny wzorzec przystosowania do dominującej postaci Juliana widać u Maurice'a. Przeważnie jest znudzony i ponury. Jego inteligencja umożliwia mu ironiczny i zdystansowany stosunek do Juliana, który jednak często ironii i sarkazmu nie zauważa. Maurice realizuje postawę oświeconego niewolnika, zdając sobie doskonale sprawę, że bez niego i Morta Julian nie jest w stanie sobie poradzić. Dostrzega to, jak król traktuje inne lemury, ale tłumi złość, czasem tylko demonstracyjnie pokazuje Julianowi swoją wartość.

Struktura osobowości to także sposób postrzegania świata i siebie, co pozwala na kolejny poziom interpretacji serialu. Każda z tak wyrazistych postaci ma swój styl kontaktowania się z rzeczywistością, percepcji i reagowania. Skipper wszędzie zauważy ślady podstępów lub spisków, jego świat to płatanina intryg, w której trzeba znaleźć i pokonać wroga. Dla porównania Julian żyje w świecie nieustannej zabawy i wielkich wakacji, a jego podstawową troską jest zapewnienie sobie jeszcze większego komfortu, jeszcze lepszej zabawy i większego podziwu. Zupełnie nie do-

strzeża sygnałów dezaprobaty otoczenia. Każdy z głównych bohaterów inaczej reaguje na sytuację i ma swoje charakterystyczne sposoby radzenia sobie z trudnościami.

Relacje między tak opisanymi typami osobowości to szeroki temat. Wiedza fachowa odbiorcy B pozwala mu na konstruowanie znaczeń, które związane są nie tylko z psychopatologiami, ale też z relacjami interpersonalnymi. Przykładowo Skipper traktuje Szeregowego jak syna i jest opiekuńczy, z kolei Kowalski traktuje go z wyższością, udowadniając mu brak wykształcenia i naiwność. Rico zapałszy jest w Skippera, który tymczasem szanuje go za to, że jest podobnym do niego twardzielem. Wszystkie pingwiny traktują Marlenkę (przedstawicielkę innego gatunku, kobietę, nienależącą do grupy, czyli uosobienie Innego pod każdym względem) raczej chłodno i z dystansem. Ich relacja z Julianem jest bardzo ciekawa, oparta na ambiwalencji. Jakkolwiek nikt za nim nie przepada, jego niewątpliwy urok osobisty sprawia, że pingwiny zawsze pomagają mu w potrzebie.

Ciekawe dla psychologa i prowokujące do doszukiwania się ukrytych sensów mogą być także podteksty seksualne pojawiające się w serialu. Życie emocjonalne bohaterów uznać można za co najmniej nieuporządkowane. Mort ze swoim upodobaniem do dotykania stóp Juliana jest oczywiście fetyszystą, czerpiącym zadowolenie z ulotnego kontaktu z przedmiotem kultu. Dlatego właśnie pozwala się źle traktować, a kopniaki traktuje jako zaszczyt. Trudno ustalić, na czym opiera się upodobanie Szeregowego do jednorożców, ale sympatia Rico do Ms. Perky to także zachowanie typowe dla fetyszysty. Skipper w serialu ma kilka romansów – zakochał się w pięknej samicy sokoła, później w Marlene, gdy miała wybielone futro, chwalił się też znajomością z pingwinicą, która wyglądała dokładnie tak jak on. Mistrzem niespełnionej miłości jest Kowalski, nieustannie zakochany w delfinicy Doris, która dała mu kosza 16 i pół raza. Pierwsze odrzucenie zapewne było bolesne, skoro Kowalski siedział w wannie przez sześć miesięcy – można uznać, że cierpiał na kliniczną depresję.

Psycholog organizacji zauważy w serialu o pingwinach dwie kultury organizacyjne. To kolejny poziom nadawania sensów omawianemu przekazowi medialnemu. W kontekście kultur organizacyjnych szczególnie ciekawy jest kontrast dwóch grup – pingwinów oraz lemurów. Grupa pingwinów dowodzona jest

przez Skippera w sposób charakterystyczny dla „oświeconego despoty” – Skipper umie wykorzystać potencjał całego zespołu, pyta o opinię, każdy z pingwinów ma wpływ na ustalane decyzje oraz swobodę podejmowania inicjatywy w razie konieczności. Lemury tworzą grupę opartą na kukcie Juliana. Maurice i Mort są bardziej poddanymi i służącymi niż przyjaciółmi króla. Różnica w strukturze grupy i jej zasadach znajduje odbicie w skuteczności – pingwiny są dobrze zorganizowanym, zgranym zespołem, podczas gdy lemury są praktycznie niezdolne do działania, które byłoby skierowane na poważniejszy cel niż zaspokajanie potrzeb Juliana.

Pingwiny to także przykład współpracy w zespole. Widać wśród nich wyraźnie określone role. Pingwiny są niezwykle spójną grupą, w której każdy wnosi istotny wkład w działanie całości. Psychologowie badający funkcjonowanie małych grup społecznych opisali charakterystyczne role, jakie wyodrębniają się w zespołach zadaniowych. Typowe role to: Kierownik, Twórca, Radykał, Osoba harmonizująca, Ekspert techniczny, Przewodnik, Krytyk, Koordynator oraz Polityk i Promotor (Belbin 2003). Jeśli przyłożymy ten schemat do pingwinów okaże się, że mamy do czynienia z zespołem kompletnym, w którym możemy odnaleźć wszystkie te role. Z takiej perspektywy zauważyć można, że najwięcej ról odgrywa Skipper – jest Kierownikiem, Przewodnikiem, Koordynatorem oraz Politykiem i Promotorem. Kowalski to Twórca oraz Ekspert techniczny w jednej osobie, Rico jest Radykałem, a Szeregowy Osobą harmonizującą. Ról takich nie można zaobserwować u lemurów, u których jest tylko władca i poddani. To porównanie można rozszerzyć odwołując się do pojęcia kultury organizacyjnej – kultura organizacyjna pingwinów i lemurów jest diametralnie odmienna.

W końcu – interpretując serial z perspektywy psychologii kulturowej – pojawia się pytanie: czy pingwiny mogą być metaforą USA? Są zawsze gotowe do akcji, utrzymują porządek w zoo, ożywiane są nieustającym duchem militarnych operacji, niekiedy nawet ratują świat... Wątki te nawiązują do typowych amerykańskich mitów o występowaniu w obronie demokracji i praw człowieka, jednocześnie podtrzymując nieustanną gotowość działań.

Warto jeszcze dodać, że odcinki serialu, oprócz ilustrowania stylów osobowości i zachowania, pokazują niekiedy w błyskotliwy sposób typowe manipulacje interpersonalne, jak na

przykład chwytów stosowane przez dominujące matki wobec swoich dzieci. Doskonałym tego przykładem jest odcinek *Matczyna miłość*, który znakomicie ilustruje mechanizmy manipulacji poprzez jednoczesne dominowanie i wzbudzanie poczucia winy, wymuszając w ten sposób u innych uległość i współczucie.

Podsumowując perspektywę odbiorcy B: dla osoby interesującej się naukami społecznymi obejrzenie wszystkich tych wymienionych treści w lekkiej i humorystycznej formie może być bardzo atrakcyjne. *Pingwinom z Madagaskaru* może zostać nadany sens serialu, który ucząc bawi, bawiąc uczy, ale przede wszystkim uruchamia zdobytą wiedzę i prowokuje do głębszych odczytań i poszukiwania ukrytych sensów. Stanowi swego rodzaju zabawę intelektualną. Niektóre odcinki z tej perspektywy mogą być nawet używane jako materiał dydaktyczny na przedmiotach psychologicznych dla ilustrowania pewnych zagadnień psychologicznych, oczywiście z zastrzeżeniem, że są one często przerysowane. Zaangażowanie odbiorcy B jest mniej osobiste a bardziej profesjonalne, aktualizujące wiedzę fachową, toteż odbiorca ten nie jest takim fanem jak odbiorca A. Dobrze znosi okresy abstynencji od serialu i nie wykazuje objawów uzależnienia poprzez niekontrolowane korzystanie z YouTube. Serial zaspokaja jego potrzebę rozrywki, a dzięki temu inicjuje zaangażowanie. To z kolei prowadzi do poszukiwania różnych odczytań (wzbogacając interpretację) opartych na wiedzy i doświadczeniu, umożliwiając jednocześnie pragmatyczne podejście do serialu.

3.3. Perspektywa odbiorcy C

Perspektywa odbiorcy C jest wyjątkowo łatwa do opisu – w percepcji odbiorcy C *Pingwiny z Madagaskaru* przedstawiają gromadę wrzeszczących postaci, które nieustannie wydają z siebie dziwne i przeraźliwe dźwięki. Fabuła i intryga nie wzbudzają zainteresowania. Ciągły hałas i chaos utrudniają skupienie się na akcji i języku. Odbiorca C nie umieszcza *Pingwinów z Madagaskaru* w ramach swoich sensów osobistych czy zawodowych, co sprawia, że stosunek do niego jest jednoznacznie negatywny. Oglądanie serialu z takiego punktu widzenia to strata czasu, a wybuchy śmiechu pozostałych domowników to tylko kolejny powód do irytacji. Serial nie dostarcza rozrywki (nie zaspokaja także żadnych innych potrzeb), stąd został odrzucony. Negatywny stosunek uniemożliwia odbiorcy C zaangażowanie się w odbiór serialu

na takim poziomie, który umożliwiłby bądź odkodowywanie zakodowanych sensów, bądź konstruowanie znaczeń w oparciu o fabułę, postaci czy inne elementy serialu. Odbiorcę C można nazwać profanem, nie tylko dlatego, że nie interesuje go serial, ale także ze względu na deprecjonowanie jego wartości.

Perspektywę C można byłoby jednak nazwać perspektywą utraconą. Osoba z szerszym obyciem humanistycznym zauważyć może błyskotliwe odniesienia do różnych tekstów kultury – w serialu pojawia się wiele nawiązań do klasyki kina i literatury: *Szczęk*, *Gwiezdnych wojen*, serii o Jamesie Bondzie, czy starszych produkcji DreamWorks (*Shrek*, *Skok przez płot*). Często źródłem takich odniesień jest polska wersja językowa, czyli tłumaczenie, które wprowadza dodatkowe aluzje. Przykładem takiego błyskotliwego tłumaczenia i wprowadzenia intertekstu jest osoba dziennikarza telewizyjnego Maksa Kolanko, którego nie sposób nie skojarzyć z realną osobą. Niewątpliwie analiza pracy autorów polskiej wersji językowej (Bartosza Wierzbięty i Marka Robaczewskiego) mogłaby być bardzo ciekawa dla profesjonalisty zajmującego się dubbingiem i przekładem audiowizualnym. Z perspektywy filologa angielskiego i tłumacza można byłoby także zauważyć wiele innych interesujących odniesień intertekstualnych – oryginalne tytuły odcinków nawiązują do znanych filmów i książek. Żeby przedstawić tylko dwa przykłady: *The Penguin Who Loved Me* (*Pingwin, który mnie kochał*) to trawestacja tytułu 10. powieści Iana Fleminga (oraz filmu) *The Spy Who Loved Me* (*Szpieg, który mnie kochał*); *Private and the Winky Factory* (*Szeregowy i fabryka cuksów*) to z kolei nawiązanie do tytułu powieści Roalda Dahla (oraz filmu) *Charlie and the Chocolate Factory* (*Charlie i fabryka czekolady*).

Interesujące mogłoby się okazać porównanie odcinków serialu z przywoływanymi tekstami kultury (powieściami, adaptacjami filmowymi, filmami), żeby przeanalizować, na jakiej zasadzie wprowadzane są takie echa: czy to tylko zabawa tytułami, czy odcinki serialu wchodzą w dialog lub polemikę z odnośnymi tekstami. Dla odbiorcy C istnieją zatem potencjalne możliwości umieszczenia omawianego serialu w osobistym i zawodowym układzie odniesienia i nadawania mu zupełnie nowych znaczeń, natomiast nie są one realizowane ze względu na negatywne nastawienie wywołane opisanym wcześniej sposobem postrzegania serialu.

4. Podsumowanie

Analiza w kategoriach osobistej interpretacji, znajdowania w przekazie medialnym indywidualnych sensów oraz procesów interpretacji może wyjaśnić, dlaczego niektórzy widzowie zostają fanami, inni niezaangażowanymi miłośnikami, a jeszcze inni zagorzałymi wrogami serialu. Wyraźnie rysuje się prawidłowość, że bez osobistego zaangażowania nie dochodzi do interpretacji przekazu, a z kolei bez niej nie można mówić o nadawaniu przekazowi osobistych sensów i znaczeń. To zakres osobistego zaangażowania jest czynnikiem, który decyduje, czy ktoś zostanie fanem, miłośnikiem, czy wrogiem serialu. Głębokość zaangażowania umożliwia w konsekwencji odmienną recepcję przekazu lub też blokuje tworzenie osobistych znaczeń ze względu na negatywną postawę wobec serialu.

Nasze obserwacje pozwalają sądzić, że im silniejszy jest proces identyfikacji, tym większe jest zaangażowanie oraz tym większe prawdopodobieństwo, że identyfikujący się widz zostanie fanem serialu, czerpiąc przyjemność z oglądania kolejnych odcinków. Tak stało się z opisanym przez nas odbiorcą A. W przypadku odbiorcy B obserwowaliśmy odmienny wzorzec zaangażowania, związany z aktywizacją wiedzy profesjonalnej. Procesy identyfikacji były słabsze, co doprowadziło do mniejszego zaangażowania i w efekcie widz B stał się raczej miłośnikiem niż fanem serialu. Odbiorca C natomiast oglądając serial nie zaspokajał żadnej ze swoich potrzeb, co doprowadziło do braku zaangażowania i wytworzenia się negatywnej postawy wobec serialu. Blokowała ona możliwości zainicjowania interpretacji i tworzenia znaczeń, chociaż, jak wskazaliśmy, istniały szerokie ku temu możliwości, także w przypadku odbiorcy C.

Analiza taka może także rzucić nowe światło na przyczyny wojen o pilota, które rozgrywają się w wielu domach. Jeśli te procesy rzeczywiście działają, możliwe jest znajdowanie wspólnych sensów i dochodzenie do kompromisu. Domownicy mogą, poprzez wymianę doświadczeń i opinii, nawzajem ubogacać odbiór serialu własnymi interpretacjami. Warunkiem tego procesu jest jednak zaangażowanie, choćby w minimalnym stopniu, w odbierany przekaz medialny.

Bibliografia:

- Belbin Meredith R., 2003, *Twoja rola w zespole*, Gdańsk.
- Eco Umberto, 1994, *Dzieło otwarte: forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, tłum. Jadwiga Gałuszka et al., Warszawa.
- Fiske John, 2001, *The Cultural Economy of Fandom*, w: *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis, London, s. 30-49.
- Gorton Kristyn, 2009, *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion*, Edinburgh.
- Jauss Hans Robert, 1982, *Toward an Aesthetic of Reception*, Brighton.
- Jenkins Henry, 2006, *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York, London.
- Moore Burness E., Fine Bernard D., 1996, *Słownik psychoanalizy*, tłum. Ewa Modzelewska, Warszawa.
- Pitout Magriet, 2006, *Reception Theory*, w: *Media Studies Volume 2, Content, Audiences and Production*, red. Pieter J. Fourie, Lansdowne, s. 243-263.
- Zeigarnik Bluma W., 1983, *Podstawy psychopatologii klinicznej*, tłum. Anna Marciszewska, Hanna Zaborowska, Warszawa.
- <http://www.awm.com/animationworld/penguins-madagaskar-strike-back> [dostęp: 17.06.2015].
- <http://www.tv.com/show/the-penguins-of-madagaskar> [dostęp: 17.06.2015].

Czesław Kiński, Jacek Łagun

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

**„Szybko – zanim się zorientują,
że to niegrzeczne!” Postrzeganie komunikatów
w serialu *Pingwiny z Madagaskaru* w świetle
teorii niegrzeczności**

Abstrakt:

Artykuł zajmuje się postrzeganiem wielorakich rodzajów niegrzeczności; zmiennymi niezależnymi w badaniu były wiek osób badanych oraz ich płeć. Do badania użyto fragmentu wybranego odcinka serialu *Pingwiny z Madagaskaru*. Celem było znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy wystąpią zauważalne różnice w postrzeganiu komunikatów niegrzecznych i czy będą one zgodne z założonymi wcześniej przez autorów tekstu hipotezami.

Słowa kluczowe:

Pingwiny z Madagaskaru, niegrzeczność, twarz, atak na twarz, kontekst

Wprowadzenie

Zasiadający przed telewizorem lub ekranem komputera widz chce być zabawiany. Oczekuje, że twórcy zaoferują mu rozrywkę: czy to w postaci historii miłosnej z wampirami w tle, czy też czarnej komedii z umierającym na raka nauczycielem-wytwórcą narkotyków. Przyglądamy się losom bezwzględnie amerykańskiego polityka albo grupki czarno-białych ptaków w nowojorskim zoo, żeby tylko oderwać się od rzeczywistości. Oglądając seriale śmiejemy się z komplikacji, które przydarzają się naszym (mniej lub bardziej) ulubionym bohaterom czy też z prowadzonych przez nich rozmów, czasami nie do końca zdając sobie sprawę, że gdybyśmy byli uczestnikami tych rozmów, wcale nie byłoby nam do śmiechu, jako że są one po prostu niegrzeczne. Stąd też pomysł na ten artykuł: chcieliśmy sprawdzić jak bardzo świadomi niegrzeczności są widzowie oglądający *Pingwiny z Madagaskaru*.

To amerykański serial animowany emitowany przez kanał Nickelodeon od 29 listopada 2008 roku¹. Serial jest spin-offem kinowego przeboju *Madagaskar*, choć nie jest względem niego umiejscowiony chronologicznie w konkretnym punkcie. W zamyśle twórców akcja serialu dzieje się świecie równoległym². Cztery pingwiny: Skipper, Rico, Kowalski i Szeregowy stawiają sobie za zadanie strzec porządku w zoo Central Park. Pingwiny mają w zoo oraz poza jego murami mnóstwo przyjaciół, jednak mają też wielu wrogów, a ich misje skutecznie komplikuje grupa lemurów: samozwańczy król Julian oraz Maurice i Mort. Poniżej przedstawiamy krótką charakterystykę postaci, która może ułatwić zrozumienie zachodzących pomiędzy nimi interakcji:

Pingwiny:

Skipper – lider grupy, jest odpowiedzialny za obmyślanie strategii i wydawanie poleceń pozostałym członkom drużyny. Charakteryzuje go brak ufności do innych zwierząt oraz szacunek wobec wszystkich istot, które są w stanie przetrwać ewentualną wojnę atomową.

Rico – ekspert od zadań wybuchowych, faworyt Skippera, szanowany przez niego za swoją psychopatyczną skłonność do działań destrukcyjnych. Właściwym sposobem na rozwiązanie każdej sytuacji jest według niego strzelanie i wysadzanie. Nie wiele mówi i czuje się niepewnie, kiedy w pobliżu nie ma szefa.

Kowalski – strateg pingwinich komandosów, zajmujący się podawaniem sugestii, hipotez i tworzeniem raportów. Naukowiec i wynalazca, zawsze wyposażony w swoje ulubione narzędzie. Pomimo swojej inteligencji często w obliczu stresu zachowuje się irracjonalnie i panikuje. Postawiony przed koniecznością dokonania szybkich decyzji często traci czas na dokładną analizę sytuacji.

Szeregowy – najmłodszy i najniższy z pingwinów. Choć często myśli najrozsądniej z całej grupy, jego pomysły są rzadko brane pod uwagę. Jest bardzo wrażliwy, ale też w pewnym stopniu zdzięczniały. Boi się borsuków i uważa, że nie wolno im ufać.

¹ <http://www.imdb.com/title/tt0892700/> [dostęp: 15.10.2015].

² <http://www.awn.com/animationworld/penguins-madagascar-strike-back> [dostęp: 15.10.2015].

„Szybko – zanim się zorientują, że to niegrzeczne!”...

Lemury:

Król Julian XIII – samozwańczy król całego zoo, pełen kompleksów na punkcie własnych stóp, których nie pozwala nikomu dotykać. Wierzy w „pradawnych bogów” i tylko przed nimi czuje respekt. Żyje w przekonaniu, że wszyscy muszą go słuchać i wykonywać jego rozkazy. Ignoruje Morta, który mimo to pozostaje mu całkowicie oddany. Niezbyt inteligentny, nie umie liczyć.

Maurice – bardzo inteligentny, jako jedyny jest w stanie przeciwstawić się Julianowi i powiedzieć mu, co o nim myśli. Z dala od swojego króla traci jednak pewność siebie. Gotuje i robi koktajle dla swojego władcy. Pingwiny uważają, że pewnego dnia Maurice nie wytrzyma i zabije Juliana.

Mort – niezbyt inteligentny, nieporadny i łatwowierny. Uwielbia lody o smaku mango oraz stopy króla Juliana. Pomimo tego, że król go nienawidzi i nim pomiata, Mort jest mu bezgranicznie oddany i gotowy spełnić jego wszystkie, nawet najbardziej bezsensowne żądania.

Główny konflikt na linii pingwiny – lemury przebiega pomiędzy przywódcami obu grup. Król Julian często nieświadomie, bądź też z pełną premedytacją, irytuje Skippera swoim głośnym i pełnym megalomanii zachowaniem. Z kolei Skipper jest postrzegany przez Juliana jako ktoś, kto nie wiadomo dlaczego nie chce wykonywać jego rozkazów oraz próbuje sobie usurpować rolę przywódcy w zoo.

Twarz

Kluczowym zagadnieniem niezbędnym do opisywania zjawiska, jakim jest niegrzeczność, jest pojęcie *twarzy*. Zdaniem Goffmana (1967: 5) „*twarz* to pozytywna wartość społeczna, jaką każdy człowiek chce sobą reprezentować przez to jak się zachowuje w kontaktach z innymi”. Chodzi tu o używane formy komunikacji oraz treści przekazywane, aby być pozytywnie postrzeganym przez osoby znajdujące się w naszym otoczeniu. W mniemaniu Goffmana *twarz* nie jest czymś, co należy do osoby mówiącej, a jest w metaforyczny sposób 'pożyczana' bądź 'użyczana' przez społeczeństwo na czas rozmowy lub innej formy komunikacji i może zostać odebrana jeśli osoba mówiąca nie przestrzega ogólnie przyjętych reguł grzecznej komunikacji. Brown i Levinson, autorzy 'teorii grzeczności', odrzucili ideę 'pożyczki' *twarzy*

od społeczeństwa i opisali *twarz* jako oczekiwania odnoszące się do tego, w jaki sposób ma przebiegać konwersacja, aby nie spowodować utraty *twarży* u słuchacza. Uważają oni, że bezpieczeństwo *twarży* w interakcji jest zależne od swoistego ekwilibrium, uzyskiwanego za pomocą różnego rodzaju strategii komunikacyjnych, mających na celu zmniejszenie zagrożenia dla *twarży* osób biorących udział w danej wypowiedzi.

Brown i Levinson wprowadzili podział *twarży* na *pozytywną* i *negatywną*. Pierwsza z nich odpowiada naszym oczekiwaniom, że to, co jest dla nas ważne i drogie oraz to, co sobą przedstawiamy będzie akceptowane czy wręcz postrzegane jako pozytywne przez społeczeństwo. *Twarz negatywna*, dla odmiany, to ludzka potrzeba wolności i możliwości podejmowania decyzji w sposób niezakłócony przez innych ludzi (Brown, Levinson 1987: 62). Wyżej wymienieni badacze twierdzą, że w pojedynczym akcie komunikacyjnym nigdy nie są w tym samym czasie używane strategie chroniące *twarz pozytywną* i *negatywną*. Z tym twierdzeniem nie zgadza się znaczna część lingwistów zajmujących się zagadnieniami grzeczności. Bousfield (2008: 36) przestrzega przed potencjalnymi nieporozumieniami mogącymi wynikać z nadinterpretacji słów *pozytywna* i *negatywna* w kontekście *twarży*. Jako że słowa te są antonimami, można by te dwa rodzaje *twarży* odebrać jako przeciwstawne i wzajemnie wykluczające się. To, że jeden komunikat może odnosić się zarówno do *twarży pozytywnej* jak i *negatywnej* jest szczególnie dobrze widoczne w przypadku niegrzeczności (Kiński, Łagun 2014). Należy także podkreślić, że *pozytywna* i *negatywna* nie oznaczają 'akceptowalna' i 'nieakceptowalna' (Bousfield 2008: 36).

Pisząc o zjawisku *twarży*, warto przytoczyć podział zaproponowany przez Culpepera w książce *Impoliteness. Using Language to Cause Offence*. Odpowiadając na uzasadnione zarzuty, że dychotomiczny podział *twarży* na *pozytywną* i *negatywną* nie jest uniwersalny i odnosi się głównie do świata zachodniego, Culpeper zaproponował nowe spojrzenie na *twarz*. W oparciu o rozważania Spencer-Oatey, wyróżnił on trzy podkategorie *twarży*: *jakości*, *tożsamości społecznej* oraz *relacyjną*. Pierwsza z nich odnosi się do naszych potrzeb bycia docenianym w kontekście naszych osobistych dokonań oraz posiadanych przez nas cech charakteru czy wyglądu. Dla przykładu, autorzy tego artykułu nie ukrywają, że chcieliby, aby jego czytelnik był zadowolony

ny z tego, że zapoznał się z jego treścią. *Twarz tożsamości społecznej* nie skupia się na jednostce, ale na grupach i kontekstach społecznych, w jakich ta jednostka funkcjonuje, a które są dla niej ważne i wartościowe. Przykładowo, autorzy tego artykułu odczuwają satysfakcję, kiedy słyszą pozytywne opinie na temat nauczycieli akademickich w ich ośrodku lub gdy ktoś chwali ich dzieci, jako że czują się częścią społeczności środowiska nauczycieli akademickich oraz są dumnymi ojcami.

Ostatnim z zaproponowanych przez Culpepera rodzajów *twarzy* jest *twarz relacyjna*. W tym przypadku też mamy do czynienia z *twarzą* w kontekście grupy, jednak tym razem nie chodzi o identyfikację z jakąś społecznością, ale o to jak nasze relacje przebiegają wewnątrz tej społeczności. Oczekujemy, że nasza pozycja w tej grupie zostanie uszanowana, a my będziemy traktowani zgodnie z naszym statusem. Tu za przykład może posłużyć sytuacja, w której jeden nauczyciel krytykuje innego nauczyciela. Jeśli krytyka ta ma miejsce na osobności i jest przekazana w nienapastliwy sposób, *twarz relacyjna* osoby krytykowanej i zagrożenie utraty *twarzy* są znacznie mniejsze niż kiedy krytyka ta ma miejsce przy studentach bądź innych członkach społeczności akademickiej. Należy też zaznaczyć, że aby mówić o *twarzy relacyjnej*, w interakcję muszą być zaangażowane osoby, które łączy relacja przedstawiająca dla nich jakąkolwiek wartość (Culpeper 2011: 27-31).

Niewątpliwie taksonomia zaproponowana przez Culpepera jest bardziej uniwersalna, jednak w przypadku naszego badania zdecydowaliśmy się na zastosowanie dychotomicznego podziału na *twarz pozytywną* oraz *negatywną* ze względu na fakt, że serial *Pingwiny z Madagaskaru* jest głęboko zakorzeniony w (pop)kulturze świata zachodniego, a mniejsza ilość zmien-nych czyni badanie bardziej przejrzystym.

Atak na twarz

Zdefiniowawszy pojęcie *twarzy*, należy także przyjrzeć się pojęciu ataku na twarz, związanym ze strategiami bycia niegrzecznym, o których pisze Culpeper w swoim modelu niegrzeczności (Culpeper 1996: 356-357):

1. *Niegrzeczność bezpośrednia* – atak na *twarz* jest przeprowadzany otwarcie, w jasny i oczywisty sposób, np. stwierdzenie „Jesteś debilem”.

2. *Niegrzeczność pozytywna* – atak na *twarz pozytywną*, np. ignorowanie rozmówcy lub adresowanie rozmówcy w niewłaściwy sposób, np. zwracanie się do bliskiej osoby per *pan/pani*.
3. *Niegrzeczność negatywna* – atak na *twarz negatywną*, np. zastraszanie: „Jak to zrobisz, to pożałujesz”.
4. *Sarkazm* lub *grzeczność udawana* – napaść jest przeprowadzona za pomocą ewidentnie udawanej grzeczności lub takiego komunikatu, który w sposób ukryty i pośredni atakuje słuchacza, pozwalając mu jednak jasno zrozumieć niegrzeczny komunikat, np. komentarz odnośnie nowego samochodu kolegi: „Naprawdę fajne auto. Zrobisz wrażenie na każdej wiejskiej dyskoteczce”.
5. *Powstrzymanie się od grzeczności* – mówiący nie wypowiada słów, które należałoby powiedzieć zgodnie z wymogami uprzejmości w danej sytuacji, np. brak podziękowań za otrzymany prezent.

Aby mógł zajść akt komunikacyjny, którego celem jest atak na twarz, musi zostać spełnionych kilka warunków. Według Goffmana, osoba przeprowadzająca atak musi użyć informacji w sposób, który stawia ją w świetle pozytywnym, a rozmówcę w negatywnym (Goffman 1967: 25). Podobny do Goffmana pogląd prezentują także Tracy i Tracy (1998: 27), twierdząc, iż ataki na twarz to „akty komunikacyjne postrzegane przez członków jakiejś grupy społecznej (i zamierzone przez mówiących) jako celowo obraźliwe. Także Bousfield wydaje się podzielać pogląd, że atak na twarz jest możliwy do zdefiniowania tylko w sytuacjach, w których mówiący pragnie umyślnie skrzywdzić lub zaatakować swojego rozmówcę. Z kolei Cupach i Metts sugerują istnienie kontinuum pomiędzy zaostreniem a załagodzeniem sytuacji oraz uznają, że poszczególne przykłady ataku na twarz mogą się różnić stopniem nasilenia. Zwracają oni także uwagę na ważność kontekstu w ustaleniu, czy dany akt komunikacyjny może być postrzegany jako agresywny bądź obraźliwy (Cupach, Metts 1994: 13-14).

Kontekst

Na postrzeganie wypowiedzi jako grzecznej lub niegrzecznej duży wpływ ma kontekst, gdyż, jak mówi Bousfield, język nie jest tworem istniejącym w oderwaniu od sytuacji, w jakiej się

pojawia czy funkcji, którą ma spełniać (Bousfield 2008: 169). Spośród wielu czynników tworzących kontekst wypowiedzi chcielibyśmy zwrócić uwagę na te, które w znacznym stopniu kształtują sytuację komunikacyjną w serialu *Pingwiny z Madagaskaru*. Będą to przede wszystkim: różnica w statusach społecznych osób mówiących, intencjonalność niegrzeczności oraz obecność obserwatorów.

Jeśli chodzi o pierwszy czynnik, to Brown i Levinson sugerują, że to w jakim stopniu konkretny komunikat zagraża twarzy słuchacza zależy od różnicy w statusach społecznych rozmówców, władzy oraz tego jak dany komunikat jest postrzegany w kulturze rozmówców. Zakładają oni, że wraz ze wzrostem różnicy w statusach społecznych rozmówców w sposób symetryczny wzrasta potencjalna moc zagrożenia dla twarzy w interakcji. W przypadku władzy relacja nie jest symetryczna i zagrożenie zmienia się w zależności od tego czy osoba o większej władzy mówi do osoby o mniejszej władzy, czy mamy do czynienia z sytuacją odwrotną. Trzeci czynnik jest powiązany z konkretną kulturą i społeczeństwem (Brown, Levinson 1987: 74-77). Aby zilustrować powyższe twierdzenia chcielibyśmy przytoczyć następujący przykład: w Polsce forma rozkazująca np. *Daj mi jabłko* użyta w rozmowie dwóch znajomych nie jest zazwyczaj odbierana jako przejaw braku taktu. Jednak w Anglii użycie w podobnej sytuacji paralelnej konstrukcji *Give me an apple* jest niejednokrotnie odbierane jako objaw złych manier.

Niemniej jednak nie tylko relacja i zależności między osobami mówiącymi wpływają na to, jak duże zagrożenie dla twarzy stwarza dana wypowiedź. To czy jest ona postrzegana jako mniej lub bardziej niegrzeczna, zależy także od tego, czy osoba, której twarz została zaatakowana odbiera ją jako celową. Culpeper podkreśla znaczenie intencjonalności poprzez zwrócenie uwagi na fakt, że użycie frazy: *Pewnie nie chciał, żeby tak zabrzmiało* jest próbą złagodzenia odbioru niegrzecznych zachowań (Culpeper 2011: 50). Oczywiście, nie znaczy to, że nieplanowana niegrzeczność, niezależnie od tego czy jest przypadkowa czy też stanowi nieudaną próbę bycia grzecznym, nie może prowadzić do utraty twarzy (Bousfield 2008: 70). Kiński i Łagun podają przykład, w którym młoda kobieta została skomplementowana przez swojego dziadka słowami: *Spaśś się, dobrze wyglądasz*. Jako człowiek, który przeżył wojnę dziadek postrzega

bycie szczupłym jako mniej atrakcyjne, stąd też jego słowa były wypowiedziane w jak najlepszej wierze, co nie zmienia faktu, że sprawiły przykrość ich adresatce (Kiński, Łagun 2014: 146).

Dodatkowym czynnikiem, który wpływa na ocenę tego, co jest mówione, jest obecność osób trzecich. Z punktu widzenia uczestników interakcji, osoby trzecie można podzielić na świadków uświadomionych i nieuświadomionych. Ci pierwsi znajdują się wystarczająco blisko interakcji, aby wszystko usłyszeć, a mówiący jest świadom ich obecności, co wpływa na to, jak przekazuje swój komunikat, pomimo tego, że kieruje go do kogoś innego. Co do świadków nieuświadomionych, to osoby takie także znajdują się w zasięgu słuchu, lecz osoba mówiąca nie jest tego świadoma i w związku z powyższym nie wpływa to na jej sposób komunikacji (Bousfield 2008: 175).

W sytuacji, którą zamierzamy zbadać, tj. postrzegania niegrzecznych zachowań postaci filmowych przez widzów, wyżej wymienione relacje i zależności komunikacyjne są nad wyraz skomplikowane. Po pierwsze, mamy bohaterów filmu, którzy mogą być obserwowani przez inne postacie w tym filmie co wpływa na to, co i jak mówią. Poza tym, ich interakcja jest obserwowana przez widza, który jest świadkiem nieuświadomionym z punktu widzenia postaci występujących w filmie. Jednak wypowiedziane przez bohaterów filmu kwestie tworzą scenarzyści, którzy są jak najbardziej świadomi obecności widza, jako że dla niego właśnie tworzą całą historię. W naszym badaniu zamierzamy się skupić na tym, w jaki sposób widzowie odbierają napisane przez scenarzystów *Pingwinów z Madagaskaru* dialogi.

Metodologia

Postanowiliśmy zbadać, w jak wielu przypadkach niegrzeczność pomiędzy Skipperem i Julianem jest zauważana przez widzów oraz czy jej postrzeganie zależy od wieku i płci osób oglądających wybrany przez nas urywek. W związku z powyższym wybraliśmy fragment, w który Skipper i Julian są względem siebie niegrzeczni w niezaprzeczalny sposób. Jest to, trwająca cztery i pół minuty, część 23. odcinka z 2. serii *Pingwinów z Madagaskaru*, zatytułowanego *Królem być*, w tłumaczeniu Tomasza Robaczewskiego³. Skipper i Julian oskarżają się wzajemnie, aby w końcu zamienić się miejscami na jeden dzień, w celu udowod-

³ <http://www.imdb.com/title/tt1865984/> [dostęp: 15.10. 2015].

„Szybko – zanim się zorientują, że to niegrzeczne!” ...

nienia swemu adwersarzowi, że lepiej wywiążą się z bycia tym drugim. Po zapisaniu pełnego skryptu wybranego fragmentu, przeprowadziliśmy analizę pod kątem zawartych w tym odcinku superstrategii niegrzeczności. Niegreczność pozytywną zaznaczyliśmy podkreśleniem, niegrzeczność negatywną **wytluszcza-
jąc** tekst, a sarkazm i udawaną grzeczność używając *kursywy*. Poniżej znajdują się wyniki naszej pracy.

Skipper: Jak to widać na załączonym obrazku numer 287b, kolejna **nasza bardzo ważna akcja zwiadowcza została zaprzepaszczone** dzięki staraniom istot z tego zoo, których imion nie wymienię.

Kowalski: Lemury – to przez lemury.

Skipper: Tak więc, chciałbym wszem i wobec, niniejszym oficjalnie zaznaczyć, że te oto bliżej nieokreślone stworzenia...

Rico: Lemury, Lemury

Kowalski: Lemury, lemury

Skipper: **...nie mają prawa uczestniczyć w sposób destrukcyjny w naszych operacjach.**

Julian: **Chwila, pozwalam sobie przerwać tę wypowiedź.** Patrząc oczami na moje załączone obrazki, na których widać wyraziście, że to w istocie pewna grupa zwierząt z zoo, naszego zoo – nie będziemy rzucać gatunkami...

Maurice: Pingwiny, chodzi o pingwiny.

Julian: **...celowo uprzykrzała nam nasze zabawy z marakasami.**

Marlenka: Eee, tak fajnie. Czy konieczne musi być tak, że na każdym spotkaniu kłócicie się o to samo?

Małpa: Jestem przekonany, że w jakiś sposób można się dogadać.

Skipper: No właśnie, to właśnie przecież robię: dogaduję się. Oficjalnie zaznaczając zebranym, że **te oto bliżej nieokreślone zwierzęta...**

Kowalski: Lemury, chodzi o lemury – wiecie.

Skipper: **...są groźne i należy je wykluczyć.**

Julian: A ja wnoszę swoje własne oficjalne coś, zaznaczając, że ty [w stronę Skippera] powinieneś być uznany za najmniej zabawną istotę wszechświata.

Skipper: Taa? A ja wnoszę jeszcze coś innego: że nie zasługujesz na tytuł króla.

Julian: A ty na pewno nie zasługujesz na tytuł szefa. I dlatego wnoszę o **natychmiastowe zamknięcie twego dzioba.**

Skipper: A wiesz co ja wnoszę? Że jednego dnia byś nie utrzymał w ryzach mojego oddziału.

Julian: A ja wnoszę, że ani jednego dnia nie umiałbyś pokrólować.

Małpa: Proponuję by Julian i Szef zamienili się miejscami na jeden dzień. Co spowoduje przyrost wzajemnego szacunku w dniach kolejnych bla, bla, bla, bla i tak dalej. Mamy świadków?

Zwierzęta (razem): Tak!

Małpa: Wnoszę o zakończenie zebrania.

Skipper: Wnieśliście czy nie?

Julian: Co wnieśli?

Julian: Maurice, Mort – rozkazuję wam słuchać cuchnącego ptaka wodnego jako waszego króla przez następną całą dobę.

Maurice: Yy, ok.

Julian: No chyba że wcześniej przypędzi do mnie z płaczem jak małe dzieciątko, uuu.

Skipper: Panowie, lemur jest teraz waszym oficerem dowodzącym. Będziecie wykonywać jego rozkazy przez następną dobę.

Kowalski: Tak jest, nasz były i za dobę znów, Szefie.

Skipper: No chyba, że lemur w wyniku natłoku wstydu wcześniejszej pęknie. W takiej sytuacji jawny bunt jest pożądany i na miejscu.

Julian: Powodzenia w królowaniu, ptaku. Przyda ci się dużo szczęścia.

Skipper: I *vice versa* – szczęścia w oddziale.

Szeregowy: Dzień dobry, szefie Julianie. Śniadanie podano.

Julian: Ej, to okrutny żart. Tak? Znaczy w wojsku organizuje się takie wygłupy. Słyszałem o fali – takie męczenie nowego.

Kowalski: Pyszne, wielce pożywne i rtęci też posiada w sam raz.

Rico: Ryba.

Szeregowy: Spróbuj śmiało, Jul... znaczy spróbuj, Szefie. Może Szef polubi.

Julian: No może jeden mały kawałek. Aaa – język wypala, zabierzcie to ode mnie. Zdejmijcie.

Szeregowy: Nie rozumiem. Szef zwykle zjada 4 sztuki.

Julian: No ja też nie rozumiem. A wiecie dlaczego? Dlatego, że każdy prawdziwy lider zjadłby sztuk 5. Podać mi proszę.

Rico: Ryba, ryba.

„Szybko – zanim się zorientują, że to niegrzeczne!” ...

Julian: Tak dobrze. Więcej ich dawać. Nie oszczędzać mi ...aaa...
zmyjcie mi to z języka, błagam. Błagam, zmyjcie to, błagam.

Skipper: Baczość, lemury. Utworzyć szereg. Maurice, raport.

Maurice: Eee, Raport? Ale raport czego?

Skipper: No wszystkiego. Podajcie natychmiast status wszystkich lemurzych misji będących w trakcie.

Mort: Lemurzych co?

Maurice: Wie król szef, my zwykle tak tu nie działamy.

Skipper: W takim razie co Julian robi jak rano wstanie.

Maurice: No on... przeważnie jemy razem śniadanie.

Skipper: I pysznie. Operacja: Śniadamy – oficjalnie rozpoczęta.

Maurice: opcje.

Maurice: Owoce albo owocowy koktajl.

Mort: Albo mango.

Maurice: Które też jest owocem.

Badania

W powyższym fragmencie zaobserwowaliśmy 7 przypadków zastosowania niegrzeczności pozytywnej, 18 przypadków niegrzeczności negatywnej oraz 2 przypadki sarkazmu lub udawanej grzeczności.

Kolejnym krokiem badania sondażowego, w którym ankietowani podawali swój wiek oraz płeć, było obejrzenie wybranego przez nas fragmentu serialu. W trakcie oglądania ankietowani zaznaczali na dołączonym do ankiet skrypcie te fragmenty wypowiedzi postaci z filmu, które ich zdaniem były niegrzeczne.

W badaniu wzięło udział 46 respondentów: 10 w przedziale wiekowym 10–13 lat, 8 w przedziale wiekowym 14–19, 10 w przedziale 20–30 oraz 8 w wieku powyżej 30 lat. Grupa składała się z 23 kobiet i 13 mężczyzn. Po podliczeniu badań otrzymaliśmy następujące wyniki:

Wiek	Niegrzeczność pozytywna	Niegrzeczność negatywna	Grzeczność udawana/sarkazm
10-13	25	80	1
14-19	11	28	4
20-30	25	75	0
30+	22	57	6

Płeć	Niegrzeczność pozytywna	Niegrzeczność negatywna	Grzeczność udawana/sarkazm
K 23	59	152	6
M 13	24	88	5
Wiek	Niegrzeczność pozytywna	Niegrzeczność negatywna	Grzeczność udawana/sarkazm
10-13	44%	36%	5%
14-19	19%	20%	25%
20-30	42%	36%	0%
30+	40%	40%	38%
Płeć	Niegrzeczność pozytywna	Niegrzeczność negatywna	Grzeczność udawana/sarkazm
Kobiety	37%	37%	13%
Mężczyźni	37%	27%	19%

Tabela 1. Liczbowe i procentowe wyniki badań

Źródło: opracowanie własne

Zaczynając nasze badanie zakładaliśmy, że wystąpią różnice w tym, w jaki sposób postrzegane są niegrzeczne komunikaty w zależności od wieku obserwatora agresywnych zachowań komunikacyjnych. Postawiliśmy hipotezę, że dzieci w wieku 10–13 oraz nastolatki będą zauważały mniej niegrzeczności niż osoby dorosłe, w związku z faktem, że młodzież i dzieci częściej oglądają tego rodzaju produkcje, przez co zdarzająca się w nich niegrzeczność powszedniejsze i staje się częścią naturalnych zachowań komunikacyjnych. Zakładaliśmy też, że mężczyźni, z racji tego, że komunikują się w sposób bardziej bezpośredni, mniejszą ilość z tego, co powiedzą Julian i Skipper, określą jako niegrzeczne.

Z badania wynika, że dzieci w wieku 10–13 nie postrzegają niegrzeczności pozytywnej i negatywnej w sposób inny niż ludzie dorośli. Tego samego nie można powiedzieć o nastolatkach starszych. Badanie wykazało, że dwukrotnie rzadziej byli

„Szybko – zanim się zorientują, że to niegrzeczne!”...

oni w stanie zidentyfikować niegrzeczne wypowiedzi Skippera i Juliana. Wydaje nam się, że stan taki ma odzwierciedlenie w sytuacjach życia codziennego, kiedy niegrzecznie zachowujące się nastolatki nie widzą w swoich słowach niczego, co byłoby atakiem na twarz ich rozmówców.

Obserwacje dnia codziennego znalazły też swoje potwierdzenie w przypadku zestawienia ze sobą tego, jak poszczególne rodzaje niegrzeczności postrzegają kobiety i mężczyźni. Mężczyźni wydają się mniej zauważać grzeczność negatywną czyli naruszanie czyjejś wolności – co zgadzałoby się z codziennymi obserwacjami różnic w komunikacji między płciami, w których to kobiety wydają się być bardziej wyczulone na nienarządzanie swojej woli (czyli szanowanie ich wolności) innym ludziom.

Jeśli chodzi o sarkazm/grzeczność udawaną, wyniki są bardzo nieregularne i zakładamy, że może mieć to związek z faktem, że w całym odcinku pojawiły się tylko dwa przykłady sarkazmu, przez co mogły pozostać niezauważone przez respondentów. Z drugiej jednak strony, chcielibyśmy tę nieregularność polecić uwadze osób prowadzących badania nad sarkazmem.

Bibliografia:

- Bousfield Derek, 2008, *Impoliteness in Interaction*, Philadelphia, Amsterdam.
- Brown Penelope, Levinson Stephen, 1987, *Some Universals in Language Use*, Cambridge.
- Culpeper Jonathan, 1996, *Towards an anatomy of impoliteness*, „Journal of Pragmatics”, tom 25, s. 349-367.
- Culpeper Jonathan, 2011, *Impoliteness: Using Language to Cause Offence*, New York.
- Cupach William R., Sandra Metts, 1994, *Facework*, London.
- Goffman Erving, 1967, *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*, Garden City, New York.
- Kiński Czesław, Łagun Jacek, 2014, *Niegrzeczny House – analiza strategii komunikacyjnych Gregory’ego House’a w kontekście teorii (nie)grzeczności*, w: *Seriale w kontekście kulturowym. Społeczeństwo i obyczaje*, red. Daria Bruszevska-Przytuła, Monika Cichmińska, Anna Krawczyk-Łaskarzewska, Olsztyn, s. 141-156.

- Spencer-Oatey Helen, 2002, *Managing rapport in talk: Using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relations*, „Journal of Pragmatics”, tom 34 (5), s. 529-545.
- Strike Joe, 2009, „*Penguins of Madagascar*” *Strike Back*, „Animation World Network”, <http://www.awn.com/animationworld/penguins-madagascar-strike-back> [dostęp: 15.10.2015].
- Tracy Karen, Sarah J. Tracy, 1998, *Rudeness at 911: Reconceptualizing Face and Face Attack*, „Human Communication Research”, tom 25 (2), s. 225-251.

Joanna Hebda

Uniwersytet SWPS w Warszawie

„Być jak Joan Holloway”, czyli amerykańska nostalgia za latami 60. i jej odbiór

Abstrakt:

W ostatnich latach stacje telewizyjne w USA wyprodukowały kilka seriali podejmujących tematykę lat 60. Pozycje te żerują na amerykańskiej nostalgii za tamtą dekadą oraz silnie ją estetyzują, nie unikając jednak ukazywania trudnych i kontrowersyjnych dla współczesnego człowieka zjawisk tego wielce przełomowego i burzliwego dla Ameryki okresu. Niestety, mniej lub bardziej subtelne sygnały wysyłane widzowi, dotyczące oceny ówczesnych zdarzeń, zdają się mu umykać, gdy ten koncentruje się raczej na nostalgicznym tonie tych produkcji. Artykuł jest próbą zwrócenia uwagi na, pomijanego często przez badaczy, odbiorcę bez tzw. kapitału kulturowego, który nie dostrzega i nie szuka w konsumowanym przez siebie utworze głębokich aluzji, a jedynie estetycznej przyjemności.

Słowa kluczowe:

Mad Men, Masters of Sex, lata 60., nostalgia, estetyzacja

W dyskursie o serialach po *Rodzinie Soprano* (1999–2007) spotykamy się z trzema nazwami: „seriale 2.0.”, „seriale nowej generacji” oraz „seriale jakościowe”. Dwa pierwsze określenia są neutralne w swoim brzmieniu, wskazują jedynie na to, że tak nazwane produkcje telewizyjne powstały po przełomie, za którego wyznacznik uznaje się wspomniany wyżej serial HBO. Kategoria ostatnia sugeruje element wartościujący w ocenie produkcji do niej należących. Badacze, określając w ten sposób analizowane przez siebie utwory, często nawiązują do ich warsztatowego wyrafinowania, a opisując ich widzów – do kapitału kulturowego, jakiego potrzebują oni, by odszyfrować treści zawarte w zawiłych i pełnych odniesień scenariuszach kolejnych seriali.

Tak oto, pisząc o do niedawna niedocenianym odłamie mediów, badacze zaczynają wynosić go na piedestał, wymieniać go jako nową dziedzinę sztuki, „pozwalają” sobie i innym intelektual-

listom na zanurzanie się w serialach, traktując jednocześnie produkcje wcześniejszego okresu jako niewarte głębszej analizy lub je krytykując, gdyż serie nowej generacji stanowią dla nich, często nieuświadomiony, wzorzec. Taką postawę możemy znaleźć m.in. w artykule Małgorzaty Major, która pisze o premierach *Mia-steczka Twin Peaks* (1990–1991) i *Rodziny Soprano*, co następuje: „świat był całkiem znośnym miejscem do życia, telewizję dało się oglądać bez większych dylematów egzystencjalnych, dopóki nie zaszły dwa wydarzenia chętnie przypominane przez badaczy mediów” (2014: 217).

Takie myślenie o telewizji „przedsopranowskiej” jest, niestety, dość rozpowszechnione, ale nieuzasadnione – William Hughes pisał o filmie (a bardzo podobną do niego funkcję odgrywa w XXI wieku serial telewizyjny), że „swą formą i funkcją odzwierciedla on ekonomiczne i technologiczne impulsy kultury, która go zrodziła, a także ujawnia pewne tkwiące w niej wartości” (1980: 29), a więc każda produkcja telewizyjna niesie ze sobą ukryte informacje o problemach, napięciach, nadziejach i obawach ówczesnej publiczności. Ponadto, jak pamiętają chociażby uważni widzowie *Mad Men* (któremu będę się przyglądać w tym artykule), nawet podczas początków masowej emisji, telewizja podejmowała trudne tematy: w 3. odcinku 2. sezonu Harry Crane informuje swojego klienta o możliwości sponsorowania odcinka serialu *The Defenders* (1961–1965), który porusza kwestię aborcji. Odcinek ten rzeczywiście został wyemitowany w roku 1962 w stacji CBS, a samo *The Defenders* dość często podejmowało wątki kontrowersyjne dla ówczesnej publiczności¹. W późniejszych latach (ale przed produkcjami wymienionymi przez Major) powstawały także serie takie jak *M*A*S*H** (1972–1983) czy *Cudowne lata* (1988–1993), również nie unikające problematycznych treści czy tworzenia dogłębnych portretów psychologicznych swoich bohaterów.

Dodatkowo, często patrząc na serie z punktu widzenia odbiorcy, ich badacze przybierają perspektywę własną – osoby z wyższym wykształceniem humanistycznym, dobrze przygotowanej do zagłębiania się w kolejne warstwy znaczeń i wyposażo-

¹ M. Alvey, *The Defenders. U.S. Legal Drama*, „The Museum of Broadcast Communications – Encyclopedia of Television”, <http://www.museum-tv/eotv/defendersth.htm> [dostęp: 18.07.2015].

nej w narzędzia ułatwiające odkrywanie najsubtelniejszych nawet podtekstów. W ten sposób, próbując pokazać kulturę popularną jako wartą włączenia w dyskusję akademicką, wciąż poddajemy ją estetycznemu wartościowaniu, wyróżniając teksty, gatunki czy okresy warte analizy i odrzucając te, które wciąż mogą być nośnikami cennych informacji, jako gorsze i nieinteresujące.

Należy jednak pamiętać, że w dobie szerokiej oferty platform dostępu (legalnego lub nie) do wszelkich dóbr kultury oraz samych seriali, wybory tego, co oglądamy bywają dość przypadkowe. Sięgamy po to, co znajomi lub to, o czym mówi się w odbieranych przez nas mediach. Konsumpcja kultury wciąż ma swój wymiar społeczny – dokonujemy jej wraz ze swoimi bliskimi lub po to, by z nimi o tym później porozmawiać. Dodatkowo, same serie wciąż są produktami kultury masowej, a więc mającymi dotrzeć do jak największej grupy odbiorców, by przynieść odpowiednie dochody z reklam (w szczególności mam tu na myśli serie amerykańskie, emitowane przez komercyjne stacje). Muszą zatem one zawierać wystarczająco dużo uniwersalnych treści, by mogły przyciągnąć publiczność, która niekoniecznie chce potem spędzać czas na analizowaniu odniesień zawartych w pojedynczych scenach czy wątkach.

W tej perspektywie chcę przyjrzeć się serialom *Mad Men* (2007–2015) i *Masters of Sex* (2013–), których akcja toczy się w Stanach Zjednoczonych w latach 60. XX wieku, i ich odbiorze przez widza nieposiadającego kapitału kulturowego potrzebnego do zdekodowania treści ukrytych lub pominiętych w fabułach (nieznającego dokładnie historii USA, ani nieinteresującego się walką o prawa obywatelskie w tym kraju), oglądającego te produkcje tylko ze względu na ich silnie wyestetyzowaną stylistykę (o niej szerzej w dalszej części artykułu) czy absorbujące losy głównych bohaterów.

Do refleksji tej skłoniły mnie zaskakujące różnice w rozumieniu pewnych wątków i postaci przez odbiorców z innymi zasobami wiedzy na temat społeczeństwa amerykańskiego, które zwróciły moją uwagę na problemy wynikające z zaprezentowania przez twórców takiego, a nie innego obrazu tego okresu historycznego. Zastanowienie się nad strategiami tych prezentacji jest ważne, gdyż, jak twierdzi Lynn Spigel, „telewizyjny obraz przeszłości i jego wpływ na historyczną świadomość widzów mają w istocie znaczenie społeczne” (2008: 308), a w dobie ponow-

nego ożywienia walki o prawa obywatelskie (Trzecia Fala Feminizmu, ruchy LGBTQ, organizacje walczące z wciąż istniejącym rasizmem), eksploatacja nostalgii za omawianą dekadą może mieć ogromne oddziaływanie.

Mad Men to serial pomysłu i produkcji Matthew Weinera, dawniej scenarzysty *Rodziny Soprano*. Opowiada o życiu zawodowym i prywatnym pracowników fikcyjnej agencji reklamowej Sterling Cooper (z czasem nazwa i struktura własnościowa firmy ewoluują, jednak w dalszej części artykułu będę używać tylko tej nazwy) w latach 60. (serial rozpoczyna się w roku 1960 i kończy w 1970, omijając po drodze kilka lat), czyli w okresie wytwarzania się w USA kultury konsumpcyjnej, jaką znamy. Głównymi postaciami są: wybitnie zdolny szef pionu kreatywnego Don Draper (John Hamm) oraz ambitna copywriterka Peggy Olson (Elizabeth Moss). Serial, emitowany w stacji AMC w latach 2007–2015, zdobył wiele nominacji i nagród oraz zbierał bardzo pozytywne recenzje, szczególnie za staranne odwzorowanie kostiumów i wnętrza z epoki.

Masters of Sex to natomiast fabularyzowana opowieść o życiu i badaniach Billa Mastersa i Virginii Johnson, którzy jako pierwsi na przełomie lat 50. i 60. zdecydowali się opisać ludzką seksualność. Ich praca była jednym z czynników, który rozpoczął rewolucję seksualną pod koniec lat 60. Serial, choć oparty na biografii duetu badaczy, dość drastycznie różni się od ich prawdziwych losów. Mimo to zbiera pozytywne recenzje (szczególnie w zakresie odwzorowania realiów życia w tamtym okresie) oraz liczne nominacje do nagród. W tym artykule będę analizować sezony wyemitowane już w całości w stacji Showtime w latach 2013–2014, opowiadające o latach 1956–1961².

Gdy myślę o serialu *Mad Men*, który będzie główną osią moich rozważań, przypominam sobie jedną ze scen z 4. odcinka 6. sezonu: właśnie zabito Martina Luthera Kinga, w kilku miastach Stanów Zjednoczonych wybuchają, z różną intensywnością, zamieszki. W tym ważnym i trudnym momencie historii afroamerykańskiej mniejszości widz towarzyszy jednak Donowi Draperowi i jego drugiej żonie, a więc przedstawicielom białej wyższej

² Obecnie (2015) emitowany jest sezon 3., którego akcja rozpoczyna się kilka lat po wydarzeniach przedstawionych w zakończeniu 2. serii.

klasy średniej, w ich eleganckim, nowojorskim apartamencie. Właśnie wrócili z branżowej gali, są odświętnie ubrani i całą sytuację obserwują dosłownie z góry – przez okno widzimy, że ich taras znajduje się na wysokim, o ile nie najwyższym piętrze budynku. Dona bardziej od tego, co dzieje się z jego czarnoskórą sekretarką Dawn, mieszkającą w Harlemie, martwi los jego sąsiadów, przebywających w ogarniętym brutalnymi zamieszkami Waszyngtonie (które to zamieszki ogląda za pośrednictwem telewizji).

Osoba znająca bardzo dobrze historię USA oraz interesująca się problemami mniejszości rasowych w tym kraju, oglądając tę scenę, jest w stanie przywołać to, co w tamtym momencie działo się poniżej tarasu Draperów i zrozumieć całą złożoność wydarzeń tamtego wieczoru. Jednak widz niezaznajomiony z historią Stanów Zjednoczonych patrzy w tym momencie na świat oczami Drapera, przedstawiciela do dziś dominującej grupy społecznej, i nie dostrzega napięć społecznych, jakie są w tym wątku ukryte. Nie pomaga w tym też fakt, że *Mad Men*, choć ma być opowieścią na temat tej jednej z najciekawszych dekad w historii Ameryki, dość konsekwentnie unika pochylania się nad konkretnymi wydarzeniami historycznymi i pokazywania ulic poza biurami firmy (w której w danym momencie pracują bohaterowie) czy ich eleganckimi domami. Poniższa analiza ma na celu ukazanie, jak biegłym w historii USA powinien być widz, by zdekodować treści ukryte lub niedopowiedziane przez twórców tej produkcji.

Jedną z najbardziej ikonicznych postaci pojawiającą się w serialu Matthew Weinera jest Joan Holloway (później Harris), grana przez Christinę Hendricks. Jej figura, niezaprzeczalna uroda i wspaniałe kostiumy zbierają wiele przychylnych, a nawet entuzjastycznych komentarzy widzów. Jednak przyglądając się dyskusji na temat Joan zauważyłam bardzo niewiele wpisów dotyczących czegokolwiek poza jej fizycznością i wdziękiem – a jest to postać bardzo dobrze skonstruowana, która na przestrzeni siedmiu sezonów przeżywa wiele dramatów (gwałt, rozwód, samotne macierzyństwo, lekceważące traktowanie we własnej firmie) i przechodzi całkowitą przemianę na oczach publiczności. Można powiedzieć, że widz na widok tej bohaterki zachowuje się dokładnie tak samo jak klienci Sterling Cooper – dostrzega tylko jej fizyczne atrybuty, zapominając o tym, że poza tym ma ona swoje uczucia, lęki i potrzeby.

Taki właśnie jest świat *Mad Men*. Pod płaszczykiem wspa-
niałych wnętrz, eleganckich bibelotów, pięknych sukien i idealnie
skrojonych garniturów, ukrywają się społeczne przemiany, na-
pięcia i dramaty. Jednak widz, upojony skrajnie wyestetyzowaną
scenografią, kostiumami i urodą aktorów, często gubi subtelne
odniesienia do sytuacji dziejącej się poza biurem Sterling Cooper
(lub którejś z późniejszych inkarnacji firmy). Pamiętamy przede
wszystkim idealną urodę Dona Drapera i fakt, że wszyscy piją al-
kohol w godzinach pracy, a nie to, czym były naprawdę lata 60.
dla amerykańskiej historii – okresem burzliwym, obfitującym
w dramaty, formującym dzisiejszy porządek społeczny tego kraju.

Serial wpisuje się więc w długą listę popkulturowych pro-
dukcji budujących tęsknotę „za starymi dobrymi czasami telewiz-
ji, kiedy wszyscy mieszkali na słonecznych i szczęśliwych
przedmieściach” (Spigel 2008: 313), jest „pięknym obrazkiem
o wyobrażonej, zmitologizowanej przez popkulturę na długo,
zanim pomysł nowej serii zakiełkował w głowie Matthew Weine-
ra, dekadzie” (Dymek 2014: 71). W istocie, amerykańska nostalg-
gia za latami 60. sięga lat 80. ubiegłego wieku, okresu młodości
twórcy *Mad Men* i jego inspiracja do stworzenia serialu ma korze-
nie w tamtych czasach oraz w fascynacji ówczesnym designem
i modą (Galanes 2015). Materiały promocyjne skupiające się na
urodzie aktorów i pięknie ich strojów, liczne zbliżenia na detale
scenografii czy sama tematyka serialu zwracają uwagę widza
przede wszystkim na materialny i konsumpcyjny wymiar tamtej
dekady.

Oczywiście, *Mad Men* zawiera w sobie krytykę seksizmu,
rasizmu i homofobii drążących tę epokę. Wspominanie o walce
Afroamerykanów o równouprawnienie czy dylematy homoseks-
ualistów mają widzowi przypominać o licznych dramatach osób
należących do mniejszości w latach 60. Jednak te przypomnienia
szybko zostają „anulowane”, rozplywają się w estetycznym za-
chwycie nad pięknymi kadrami. Przypomina to casus *Cudownych
lat*, serialu zapamiętanego jako sielski obraz dorastania w trady-
cyjnej rodzinie na amerykańskich przedmieściach pod koniec
omawianej przeze mnie dekady. Gdy jednak wraca się do niego,
okazuje się, że sielskość istniała w nim tylko w czołówce – co-
dziennieścią Kevina Arnolda była śmierć (żniwo wojny w Wiet-
namie), strach całej rodziny przed powrotem ojca z pracy i prze-
moc w szkole (poddane jednak wciąż swoistej nostalgizacji). Wi-

dzowie „zapominają się” w pięknych kadrach tych seriali, gdyż, jak pisze Weronika Parfianowicz-Vertun (2013), „estetyzacja przeszłości łączy się często z rozbiciem krytycznego potencjału ukrytego w poszczególnych wydarzeniach”. Twórcy *Mad Men* natomiast nawet nie starają się z tego transu swojego widza wybudzać: postaci mniejszościowe, takie jak Sal Romano (homoseksualny grafik) czy Dawn Chambers (czarnoskóra sekretarka Drapera, później awansowana w miejsce Joan na szefową personelu), znikają z serialu w momencie, gdy ich losy zdają się właśnie nabierać tempa; nerwica Betty, której objawy doprowadzają do wypadku samochodowego i kierują ją do psychiatry (wątek, który mógłby być ciekawym komentarzem na temat iluzoryczności idealnego życia na przedmieściach), magicznie zanika po kilku odcinkach, by już się nigdy nie pojawić. Dzieje się tak, gdyż:

„Autentyczność” serialu wyraża się raczej w szczegółowo odwzorowanych fryzurach, innych u szeregowych sekretarek, innych u żon szefów, w pseudokolonialnym wystroju podmiejskiej rezydencji Draperów i nuworyszowskim, modernistycznym apartamencie państwa Campbell. W świetnie skrojonej marynarce Drapera, nieco niemodnym, trzyczęściowym garniturze Rogera Sterlinga i klasycznie eleganckim kostiumie Chanel Rachel Mencken, w materialnym świecie bohaterów, który został sportretowany z niespotykaną wcześniej w telewizji precyzją (Dymek 2014: 72).

Jedyną dobrze udokumentowaną w serialu przemianą społeczną jest, oprócz rewolucji seksualnej, stopniowa emancypacja kobiet, ukazana głównie przez pryzmat postaci Peggy Olson (choć w pewnym momencie dołączają do niej także Joan oraz Betty), jednak, jak uczuła nas Lynn Spigel, dotyczyła ona głównie kobiet z białej klasy średniej i odbywała się często kosztem innych mniejszości (2008: 313).

Właśnie przez swoje skupienie na tej warstwie społecznej (głównymi postaciami są Peggy i Don, reszta bohaterów też w znakomitej większości należy do białej klasy średniej i wyższej), *Mad Men* reprodukuje dominującą medialną narrację, pobudzając nostalgię za „starymi dobrymi czasami” patriarchalnego ładu – lata 60., podczas których nastąpił marsz Afroamerykanów po swoje prawa, ruch hipisowski i Druga Fala Feminizmu, to ostatnie chwile jego niekwestionowanego panowania.

To prawda, że, jak pisze Jakub Dymek, *Mad Men* nie jest serialem dokumentalnym (Dymek 2014: 71) – demaskuje on raczej lęki i potrzeby współczesnej widowni niż pokazuje obraz minionej epoki. Według Pierre'a Sorlina:

[f]ilm historyczny byłby bardziej niż inne filmem „osadzonym”, ściśle zależnym od kontekstu, poza którym nie miałby sensu, z drugiej strony byłby on poświęcony przede wszystkim problemom współczesnym; w sposób przewrotny opierający się na tematach aktualnych, zajmujący stanowisko wobec teraźniejszych konfliktów (Sorlin 1980: 51).

Podobnie można postrzegać *Mad Men* – twórcy, prezentując w nim nostalgiczną, skrajnie wyestetyzowaną wizję historyczną, nie silą się, by do niej włączyć choć pozory realizmu czy obiektywizmu, a początek jego emisji sprzyjał sięganiu po obrazy USA jako kraju społecznego ładu i ekonomicznego dostatku. Omawiany serial powstał w 2007 roku, u progu ogromnego kryzysu gospodarczego, którego skutki Stany Zjednoczone odczuwają do dziś. W takich momentach narasta nostalgia za iluzorycznie lepszymi czasami, którymi dla Amerykanów są lata 60. XX wieku. To końcówka gospodarczego wzrostu utrzymującego się nieprzerwanie od końca II wojny światowej (Michałek 2004: 232-244), moment, kiedy jedna pensja pozwalała na utrzymanie całej rodziny (tamże), a kobiety szły do pracy nie dlatego, że wymagał tego od nich domowy budżet, ale dlatego, że miejsc pracy było więcej niż mężczyzn³.

Do tych lęków odwołują się twórcy *Mad Men*, kreując piękny, spokojny świat Dona Drapera i jego kolegów, dokładając swoją cegiełkę do mitologizacji tej dekady. Jednocześnie produkcja ta zaspokaja próżność widza bardziej krytycznego, pokazując mu jak zacofane pod względem równouprawnienia kobiet, Afroamerykanów i homoseksualistów były tamte czasy i jak wielki postęp nastąpił przez te pół wieku – o tym, że jest to wizja iluzoryczna, pisze szerzej Spigel (2008: 313). Tym samym dociera do szerokiej grupy odbiorców – jest produktem, który można kon-

³ [b.a.], *The 1960s-70s American Feminist Movement: Breaking Down Barriers for Women*, „Tavaana.org”, <https://tavaana.org/en/content/1960s-70s-american-feminist-movement-breaking-down-barriers-women> [dostęp: 18.07.2015].

sumować zarówno nie mając pojęcia o historii Stanów Zjednoczonych, jak i interesując się nią w stopniu znacznym.

Nieco inne podejście do przedstawiania lat 60. mają twórcy serialu *Masters of Sex* – jest on mniej skupiony na kulturze materialnej tego okresu (choć niewątpliwie stroje i wyposażenie wnętrza są w nim nad wyraz piękne), a bardziej na obyczajowym tle tej dekady. Choć drastycznie zmienia on biografie rzeczywistych osób, o których opowiada, o wiele lepiej niż *Mad Men* prezentuje napięcia i problemy tamtego okresu, dając głos wątkom rzadko współcześnie podejmowanym (jak np. romans starszej kobiety i młodszego mężczyzny, potrzeby seksualne osób w wieku starszym) oraz mniejszościom.

Na świat przedstawiony patrzymy oczami Virginii Johnson, samotnej, pracującej matki dwójki małych dzieci – a więc bohaterki kojarzącej się nam raczej z serialami, których akcja toczy się w XXI wieku. Jej postać zadaje kłam mitowi kobiety lat 50. i 60.: biernej ofiary patriarchy, zamkniętej w swojej kuchni na przedmieściach, oczekującej na powrót męża z pracy (por. Spigel 2008: 313-314). To, co Peggy, Joan i Betty udaje się dopiero w roku 1970, Virginia (nie bez perturbacji) osiąga na przełomie lat 50. i 60., niszcząc jednocześnie dwa mity utrwalane przez *Mad Men*: sielskiego patriarchalnego ładu, za którym tęsknią widzowie o poglądach bardziej konserwatywnych, oraz poczucia odbiorcy liberalnego, że jest bardziej oświecony niż osoby żyjące w tamtym okresie. Problemy, jakie napotyka bohaterka na swojej drodze, do tej pory dotyczą kobiet starających się połączyć wychowanie dzieci i pracę zawodową.

Ponadto *Masters of Sex* bardzo chętnie podejmuje w wątkach drugoplanowych tematykę mniejszości homoseksualnej (głównie 1. sezon) oraz afroamerykańskiej (2. sezon). Obserwujemy tu nie tylko historię przyjaciela Billa Mastersa, Bartona Scully'ego, próbującego ratować swoją rodzinę i karierę, lecząc się z homoseksualizmu elektrowstrząsami, ale i początki ruchu CORE, walczącego o prawa czarnoskórych obywateli (w jego działania włącza się żona głównego bohatera, Libby). Jednocześnie twórcy serialu starają się unikać stereotypizacji i uogólnień: bohaterowie, skonfrontowani z obecnością reprezentantów mniejszości w swoim najbliższym otoczeniu, weryfikują swoje poglądy i uprzedzenia na ich temat oraz starają się pomóc im w walce o lepsze życie.

Serial o badaniach Mastersa i Johnson powstał kilka lat później niż *Mad Men*, w momencie, gdy sfrustrowane przeciągającym się kryzysem ekonomicznym młode pokolenie kwestionuje dotychczasowy kapitalistyczny ład, a mniejszości coraz głośniej werbalizują swoją potrzebę zrównania praw obywatelskich. W miastach, tak jak pół wieku temu, wybuchają zamieszki na tle rasowym, powodowane frustracją czarnoskórej mniejszości, wciąż trwającą gettoizacją ich życia. Jedne z nich, które opanowały Baltimore w kwietniu 2015 roku, tygodnik „Time” przyrównał do rozruchów, jakie miały miejsce po śmierci Martina Luthera Kinga w 1968 roku (Laurent 2015). Serial ten wpisuje się także w dyskusję o miejscu mniejszości w dzisiejszej kulturze masowej oraz obchody 50. rocznic rozmaitych wydarzeń, w które obfitowała omawiana dekada, ukazując głównych bohaterów jako pionierów walki o prawa obywatelskie i wolność seksualną. Natomiast ich konstrukcja i codzienne dylematy są bliższe widzowi doby wieloletniego kryzysu niż Don Draper, któremu pieniądze i eleganckie garnitury zdają się nie kończyć.

Artykuł ten był próbą przyjrzenia się, jak dwie różne strategie opowiadania o burzliwej historii lat 60. XX wieku w USA mogą oddziaływać nie na widza zdystansowanego, krytycznego i posiadającego pewną wiedzę na temat tła wydarzeń przedstawianych w *Mad Men* i *Masters of Sex*, ale takiego, który niekoniecznie doskonale przygotowany jest do ich odbioru, a czerpie przyjemność z ich oglądania nie dlatego, że jak detektyw wyławia z nich aluzje do historii czy innych tekstów kultury, lecz dla czystej przyjemności – są to przecież przedsięwzięcia wysokobudżetowe, z dobrą obsadą i sprawnie skonstruowanym scenariuszem, stanowiące lubiane produkcje telewizyjne. Uważam bowiem, że fetyszyzowanie przez badaczy „kapitału kulturowego”, którego ponoć wymagają od swojej publiki seriale nowej generacji, jest błędem – nie należy przekładać własnej perspektywy na ogół praktyk odbioru, które w dobie wielości platform medialnych i urządzeń umożliwiających nam odbiór tekstów kultury, są bardzo różne. Osadziłam też omawiane produkcje w kontekście społeczno-politycznym, w jakim powstawały, by (idąc za twierdzeniami Pierre'a Sorlina i Williama Hughesa, że filmy historyczne są świadectwem czasów, w których powstają, a nie epoki, o której opowiadają) zrozumieć tak odmienne strategie twórców w kreowaniu obrazu tego samego okresu historycznego.

Bibliografia:

- Alvey Mark, *The Defenders. U.S. Legal Drama*, „The Museum of Broadcast Communications Encyclopedia of Television”, <http://www.museum.tv/eotv/defendersth.htm> [dostęp: 18.07.2015].
- [b.a.], *The 1960s-70s American Feminist Movement: Breaking Down Barriers for Women*, „Tavaana.org”, <https://tavaana.org/en/content/1960s-70s-american-feminist-movement-breaking-down-barriers-women> [dostęp: 18.07.2015].
- Dymek Jakub, 2014, *Serial fetyszystyczny? Fetysze w „Mad Men”*, w: *Władcy torrentów. Wokół angażującego modelu telewizji*, red. Małgorzata Major, Justyna Bucknall-Hołyńska, Gdańsk, s. 63-86.
- Galanes Philip, 2015, *Growing Up on „Mad Men”: A Conversation With Matthew Weiner and Kiernan Shipka*, „The New York Times”, http://www.nytimes.com/2015/03/29/fashion/growing-up-on-mad-men-a-conversation-with-matthew-weiner-and-kiernan-shipka.html?_r=0 [dostęp: 18.07.2015].
- Hughes William, 1980, *Ocena filmu jako świadectwa kultury*, przeł. Lech Niedzielski, „Film na świecie”, tom 260, s. 23-43.
- Laurent Olivier, 2015, *Go Behind TIME’s Baltimore Cover With Aspiring Photographer Devin Allen*, „Time”, <http://time.com/3841077/-baltimore-protests-riot-freddie-gray-devin-allen/> [dostęp: 18.07.2015].
- Mad Men*, „IMDb.com”, http://www.imdb.com/title/tt0804503/?ref=nm_sr_1 [dostęp: 18.07.2015].
- Major Małgorzata, 2014, *Kto się boi telewizji jakościowej? Przypadek serialu „The Fall”*, w: *Władcy torrentów. Wokół angażującego modelu telewizji*, red. Małgorzata Major, Justyna Bucknall-Hołyńska, Gdańsk, s. 217-227.
- Masters of Sex*, „IMDb.com”, http://www.imdb.com/title/tt2137109/?ref=nm_sr_1 [dostęp: 18.07.2015].
- Michalek Krzysztof, 2004, *Amerykańskie stulecie. Historia Stanów Zjednoczonych Ameryki 1900-2001*, Warszawa.
- Parfianowicz-Vertun Weronika, 2013, *Intro wokół lat dziewięćdziesiątych*, „Mała kultura współczesna”, <http://malakulturawspolczesna.org/2013/10/15/weronika-parfianowicz-vertun-intro-wokol-lat-dziewiecdziesiatych/> [dostęp: 18.07.2015].
- Sorlin Pierre, 1980, *Klio na ekranie albo historyk w mroku*, przeł. Joanna Galewska, „Film na świecie”, tom 260, s. 44-55.
- Spigel Lynn, 2008, *Od wieków ciemnych do złotego wieku: pamięć kobiet a seriale telewizyjne*, przeł. Monika Michowicz, w: *Film i historia. Antologia*, red. Iwona Kurz, Warszawa, s. 307-338.

Monika Cichmińska

Uniwersytet Warmińsko Mazurski w Olsztynie

Czy można polubić Carrie Mathison? Konstrukcja postaci a emocjonalne zaangażowanie widza na przykładzie serialu *Homeland*

Abstrakt:

Artykuł jest próbą odpowiedzi na pytanie, jaki wpływ na emocjonalne zaangażowanie odbiorcy ma konstrukcja postaci w serialu. W tekście przedstawiona zostanie konstrukcja postaci Carrie Mathison, głównej bohaterki serialu *Homeland*, jako osoby, która wywołuje skrajne odczucia, angażuje i przywiązuje emocjonalnie widownię, ale czasami budzi niechęć. Artykuł stawia również pytanie: czy bohater(ka) serialu koniecznie musi budzić sympatię widza?

Słowa kluczowe:

emocje, zaangażowanie, konstrukcja postaci, Carrie Mathison, *Homeland*

Nie ulega wątpliwości, że oglądamy seriale m.in. dla ich bohaterów. Przywiązujemy się do nich, lubimy ich, kibicujemy im, nie umiemy się z nimi rozstać, kiedy odchodzą. Czasem nas złością, czasem doprowadzają do łez, a niekiedy wzbudzają sprzeczne uczucia. Innymi słowy, wywołują emocje, często bardzo silne, o czym łatwo się przekonać, wchodząc na serwisy społecznościowe i fora internetowe, i obserwując wymianę zdań po szczególnie kontrowersyjnym czy ekscytującym odcinku lub po zakończeniu sezonu. Poniższy tekst jest próbą odpowiedzi na pytanie: w jaki sposób konstrukcja postaci przedstawiona w serialu wpływa na emocjonalne zaangażowanie widza? Za przykład posłuży Carrie Mathison, główna bohaterka serialu *Homeland*, emitowanego od 2011 roku przez telewizję Showtime, którego 5. sezon miał premierę na jesieni 2015 roku.

Według Kristyn Gorton (2009) czynnikiem, który wywołuje i buduje u widowni zaangażowanie emocjonalne jest obec-

ność dobrze zarysowanych, silnych postaci, typowych dla telewizji „jakościowej” (jako przykład podaje Carmelę Soprano i Ally McBeal). Bogactwo psychologiczne takich postaci, ich emocjonalna różnorodność i zmienność zapraszają nas do przemyśleń i dyskusji nad moralnością, etyką, istotą i naturą związków międzyludzkich, i wszelakimi dylematami związanymi z byciem kobietą, matką, żoną, kochanką, prawniczką, i tak dalej. Gorton (2009) zgadza się ze stanowiskiem Smith (2007), według którego serial może się rozwijać nie dlatego, że zmienia się bohaterka lub bohater, ale dlatego że, dzięki zabiegom twórców seriali, zmienia się nasza, widzów, opinia o nich, że oglądając ich codzienne zmagania z rzeczywistością zmuszani jesteśmy do ciągłej re-ewaluacji naszych przekonań co do naszych bohaterów.

Carrie Mathison jest przykładem właśnie takiej serialowej bohaterki, nie dającej „tanich wzruszeń”, jak o tytułowym bohaterze serialu *Dr House*, pisała Agnieszka Graff (2011). Oglądanie Carrie w działaniu nie zawsze jest miłe i przyjemne (a właściwie często nie jest), a czasami wręcz boli. Nawet najbardziej zagorzali fani Carrie byli gotowi spisać ją na straty i ją „porzucić” co najmniej dwa razy w sezonie 4. (Travers 2014), a jednak wytrwali(śmy). Właśnie dzięki temu, że, kiedy wydaje nam się, że zrobiła (lub chciała zrobić) coś naprawdę niewybaczalnego, my jako widzowie dostajemy unikalną okazję, aby jeszcze mocniej zagłębić się w motywy postępowania jej postaci, im bardziej skomplikowanej i nieoczywistej, tym lepiej.

Czy można polubić Carrie Mathison? Carrie-patriotka

Poznajemy Carrie Mathison jako agentkę CIA, kiedy wraca w niesławie do Stanów Zjednoczonych po prowadzonej na własną rękę operacji wywiadowczej w Iraku. Kierując się niepotwierdzonymi informacjami oraz (jak się później dowiadujemy) intuicją, uporem i podejrzliwością, kwestionuje prawdziwość zeznań Nicholasa Brody’ego, amerykańskiego żołnierza Piechoty Morskiej, uwolnionego z rąk terrorystów w Iraku, uważając go za zdrajcę, podczas gdy wszyscy inni uznają go za bohatera wojennego.

Już wtedy mogą się pojawić pierwsze wątpliwości co do racjonalności Carrie – nie zgadzając się ze swoimi zwierzchnikami, zaczyna inwigilację Brody’ego i jego rodziny – nawet jeśli uważamy, że być może w jej podejrzeniach kryje się ziarno

prawdy, widok Carrie siedzącej na kanapie w swoim mieszkaniu, przed laptopem, w słuchawkach na głowie, obserwującej każdy ruch Brody'ego (i jego całej rodziny), słuchającej każdego słowa, wypowiedzanego w jego domu, budzi pewien niesmak czy nawet niepokój. Jak daleko można ingerować w prywatne życie całej rodziny, opierając się na słowach jednego informatora i swoich przeczuciach? Wkrótce widzimy Carrie, jak nawiązuje znajomość z Brody'm i zaczyna z nim romans. A przecież wie (i widzi to każdego dnia na ekranie swojego komputera), że Brody ma żonę, z którą próbuje odbudować życie. Nawiązanie romansu z żonatym mężczyzną? Już samo to może budzić nasze wątpliwości co do dobrej natury naszej bohaterki. Brody jest wszakże kimś więcej – jeśli rzeczywiście jest zdrajcą, jak agentka CIA, która jest całkowicie oddana swej pracy i tropieniu terrorystów, może się w nim zakochać? – bo do tego w końcu dochodzi.

Z punktu widzenia widza właściwie nie wiadomo, co lepsze: wyrachowanie i manipulacja (ten uwodzicielski urok i uśmiech Carrie, kiedy namierzy ofiarę), czy prawdziwa miłość do zdrajcy. Ten sam uwodzicielski czar pozwala jej też bez problemu uwieść Ayana, nastoletniego kuzyna jednego z największych wrogów Ameryki, Haquanniego, w nadziei, że Ayan doprowadzi CIA do kryjówki terrorystów (sezon 4).

A jednak widownia wybaczca Carrie wszystko (przynajmniej na początku), bo Carrie jest prawdziwą patriotką. Całe życie całkowicie podporządkowała pracy, czyli służbie krajowi. Nie ma własnej rodziny, nie ma partnera, a z ojcem, siostrą i jej rodziną widuje się bardzo rzadko, tylko wtedy, kiedy jest to konieczne (czyli kiedy potrzebuje recepty na lekarstwa, które wypisuje jej siostra). Poza życiem zawodowym nie ma właściwie nic innego. Kiedy po pracy wraca do domu, widzimy ją, jak snuje się po ascetycznie umeblowanym, surowym mieszkaniu, zapija lekarstwa winem, a jeśli wychodzi z domu, to po tylko, aby kupić więcej wina lub uprawiać seks z nieznajomymi. Widz może mieć wrażenie, że Carrie w swoim mieszkaniu nie jest u siebie, że czuje się obco, a jedyne kolorowe i przyciągające uwagę miejsce w jej otoczeniu to korkowa tablica. Widnieją na niej różnego rodzaju dokumenty, zdjęcia i notatki, dotyczące Abu Nazira, terrorysty z Al-Kaidy, na punkcie którego Carrie ma swego rodzaju obsesję. Jedyne bliskie relacje, w jakich ją widzimy, łączą ją z współpracownikami, przede wszystkim Saulem Berensonem,

jej dawnym szefem, a jednocześnie mentorem, przyjacielem i „father figure”. Wiemy też, że wcześniej miała romans z Davidem Estesem, swoim przełożonym.

Carrie wariatka

Carrie ma tajemnicę, którą musi ukrywać przed swoimi przełożonymi, a o której początkowo wie tylko jej rodzina: cierpi mianowicie na chorobę afektywną dwubiegunową, czyli cyklofrenię, co z jednej strony sprawia, że jest nieustępliwa w swych wysiłkach, a z drugiej – powoduje wiele sytuacji, budzących w widzach sprzeczne uczucia. Jak mówi Claire Danes, aktora grająca Carrie, jej bohaterka cierpi na cyklofrenię typu I, w której objawy manii są bardziej nasilone niż objawy depresji i mogą być bardzo intensywne (Hurwitz 2014). W okresie manii osoby cierpiące na tę chorobę są przekonane o swoich racjach, są pobudzone, nie odczuwają potrzeby snu, szybko mówią i szybko działają. Sprawia to, że ze swoich obowiązków wywiązują się lepiej i szybciej niż inni. Często rezygnują wtedy z terapii farmakologicznej (Carrie zażywa lit i klozapinę), może ona powodować bowiem problemy z koncentracją i osłabienie nastroju. Choroba powoduje też zniesienie hamulców seksualnych, co może tłumaczyć promiskuityzm Carrie, i szukanie ucieczki w alkoholu.

Z drugiej strony, epizody maniakalne charakteryzuje też zawyżona samoocena i brak samokrytyki oraz przekonanie o nieomyślności. Wszystkie te objawy oddaje Claire Danes w swojej grze aktorskiej, sprawiając, że w oczach niezorientowanych widzów – a także w oczach niezorientowanych przełożonych – Carrie naprawdę wygląda i zachowuje się jak wariatka. Według dr Yeomans, psychiatry, która współpracowała przy kręceniu serialu, Claire Danes dobrze odrobiła pracę domową; Yeomans uważa za niesamowite to, jak dobrze aktorka ukazuje różne oblicza cyklofrenii (Hurwitz 2014) (nie przeszkadzało to wielu krytykom, ale też widzom serialu, wyśmiewać się z jej płaczliwych min, wiecznie skrzywionej twarzy, skłonności do płaczu i nadmiernej emocjonalności, czemu dała m.in. wyraz Anne Hathaway, parodiując Claire Danes w programie *Saturday Night Live*).

Mamy więc do czynienia z bohaterką, która budzi nasze współczucie – wiele z jej zachowań tłumaczy właśnie choroba. Widzimy też, że Carrie się nie poddaje; wie, że jest chora, ale ukrywa to przed światem, bo chce pracować w CIA, chce służyć

swojemu krajowi, jest bowiem przekonana, że jest dobra w tym, co robi, i że to jej powołanie (co ciekawe, kiedy tajemnica Carrie wychodzi w końcu na jaw, okazuje się, że może jednak pracować w CIA...). Kibicujemy jej, bo walczy ze swoją słabością i się nie poddaje, współczujemy, kiedy zdaje sobie sprawę z tego, że traci kontrolę nad sobą i swoim zachowaniem, kiedy pod koniec sezonu 1., wyrzucona z CIA i odrzucona przez Brody'ego, dobrowolnie zgadza się poddać terapii elektrowstrząsowej (sezon 1., odcinek 12.). Widok Carrie przypiętej do szpitalnego łóżka, poddawanej elektrowstrząsom, budzi smutek, ale chyba bardziej przykra jest świadomość, że się poddała, straciła wiarę w siebie i swoje podejrzenia co do Brody'ego i jego powiązań z Abu Nazirem, do tego stopnia, że nawet kiedy Saul Berenson pojawia się w szpitalu, by jej powiedzieć, że miała rację co do Abu Nazira i planowanego przez niego ataku na Stany Zjednoczone, Carrie i tak poddaje się bolesnej terapii.

Carrie „silna babka”

Kolejnym uczuciem, które może budzić u widzów Carrie, jest podziw wymieszany z zazdrością. Carrie to bowiem „silna babka”, która dąży do swych celów po trupach, ryzykując zdrowiem, pracą czy nawet życiem, która niczego i nikogo się nie boi, która mówi i robi to, co myśli. Widzom często znudzonym codziennością i rutyną, oraz pewnymi wymogami i oczekiwaniami życia społecznego, Carrie może się wydawać prawdziwą bohaterką nie wtedy, kiedy ratuje kraj, ale kiedy mówi przełożonym, co myśli, pije wino, kiedy chce, zazwyczaj w swoim towarzystwie, a kiedy ma ochotę na seks, idzie do baru i po prostu podrywa kogoś na jedną noc. Nie boi się pokazywać światu swojej wykrzywionej płaczem twarzy, nie bacząc na to, co powiedzą inni, a do pracy nosi służbowy „garnitur”, czyli dość bezkształtne spodnie, bluzkę i marynarkę, oraz mało kobiece buty (z drugiej strony, ciężko byłoby uganiać się za terrorystami w szpilkach i mini). Aż chciałoby się powiedzieć – prawdziwa feministka, przykład *female empowerment*, kobieta, które ma wszystko, i robi to, na co ma ochotę. My zaś, jej widzownia, kibicujemy tym zachowaniom, społecznie postrzeganym jako moralnie naganne, nieprzystające „dobrym” bohaterkom, bo czerpiemy z tego wtórną przyjemność, niejako za jej pośrednictwem zastanawiamy się, jak to jest mieć wszystko (Gorton 2009).

A może jednak nie wszystko. Jak pisze Maria Tatar (2013), Carrie Mathison jest, obok Lisbeth Salander, Buffy czy Katniss Everdeen, przedstawicielką tzw. *female tricksters*, kobiet-zwodzicielek, oszustek, męskich odpowiedniczek antycznych bogów takich, jak Hermes czy Loki. Posiadają one umiejętność przetrwania w męskim świecie, z łatwością przekraczają granice, i nabierają tych, którzy uważają je za łatwą zdobycz, jednocześnie angażując się w problemy natury społecznej a nawet politykę. Jak pisze Tatar, nie mają jednak wszystkiego: poza pracą nie mają nic, są zagubione, wrażliwe i podatne na zranienie; niczym Śpiące Królowny, wciąż czekają na swojego księcia, tak, jak Carrie czekała na Brody'ego, który obudzi jej serce.

Tracąc wiarę

Miłość i zaangażowanie prowadzą jednak Carrie na manowce: ufając Brody'emu (niebezpiecznie, należy dodać), robi wszystko, by go chronić i by udowodnić jego niewinność. Kłamie i oszukuje, ale wybaczymy jej wszystko, bo robi to wszystko bądź w imię miłości do kraju, bądź w imię miłości do Brody'ego.

Jednak prawdziwy test dla fana (a właściwie kilka testów) ma miejsce w sezonie 4. Po raz pierwszy w odcinku 1. *The Drone Queen (Królowa dronów)*¹, kiedy widzimy ją, jak z obojętnością i chłodem obserwuje atak dronów na dom w Pakistanie, w którym miał się ukrywać Haqqani, a potem obserwuje z daleka ofiary weselnego przyjęcia, które, jak się okazuje, miało miejsce w tymże domu. Dowiadujemy się, że w wyniku ataku zginęło 40 cywilów, w tym kobiety i dzieci, a jednak na pytanie Quinna, jej współpracownika z CIA, jak się z tym czuje, Carrie odpowiada: „It's a job” („To moja praca”). Drugi, poważniejszy test ma miejsce w odcinku 2., kiedy Frannie, córka jej i nieżyjącego już Brody'ego, wyślizguje się z rąk Carrie w trakcie kąpieli w wannie; przez krótką chwilę Carrie nie robi nic, by wyciągnąć ją z wody. Przez te kilka sekund widzimy świat z perspektywy małej Frannie, która stopniowo zanurza się w wodzie. Carrie wyciąga ją z wanny i przytula – ale przez tę krótką chwilę (a może nawet długo po niej) możemy mieć wątpliwości, czy bohaterka jest naprawdę „the good guy”, i czy naprawdę warto było inwestować w nią tyle emocji. Z drugiej strony, wiemy, że Carrie nie

¹ Wszystkie tłumaczenia angielskich nazw odcinków oraz fragmentów dialogów zamieszcza się w tłumaczeniu Moniki Cichmińskiej – przyp. red.

chciała wychowywać tego dziecka: wiedziała, że będzie samotną matką, że ojciec Frannie, Nicholas Brody, nie tylko nie żyje, ale zmarł w niesławie jako zdrajca Stanów Zjednoczonych – że ona sama jest chora i nie widzi się w roli matki – przekonana przez ojca i siostrę, że wszystko będzie dobrze i nie zostanie sama, urodziła córkę. Mogło to spowodować, że Carrie ma problem z uczuciami macierzyńskimi (choć trudno nie zauważyć, że uczucia generalnie nie są jej zbyt mocną stroną), ale dla wielu widzów mogło być punktem zwrotnym, kiedy nie mogą wybaczać już jej słabości i niemoralnych uczynków, i odwracają się i od niej, i od serialu (Mumford 2014).

Kolejny gorzki moment nadchodzi, gdy Carrie z premedytacją nawiązuje romans z Ayanem, studentem medycyny, kuzynem Haqqaniego, w nadziei, że Ayan doprowadzi CIA do kryjówek Haqqaniego. Obiecuje mu pomoc w wyjeździe do Londynu i kontynuowaniu tam edukacji, choć dobrze wie, że są to obietnice bez pokrycia. Z jednej strony, widzimy ją, jak manipuluje i okłamuje chłopaka, choć można też odnieść wrażenie, że go lubi i że przebywanie z nim jest dla niej pewną formą bliskości. Z drugiej strony, angażując się całkowicie w romans z Ayanem, odcina się od działań swojego zespołu, co ma jej za złe Quinn.

Kolejny trudny moment ma miejsce w odcinku 6. sezonu 4., kiedy Carrie wydaje rozkaz użycia broni i zabicia Saula Berensona, swojego mentora i wieloletniego dyrektora CIA. Kobieta wraz ze współpracownikami widzi na ekranie monitora spotkanie Ayana, swojego młodego kochanka, z jego stryjem Haqqaninem, który najpierw dziękuje mu za pomoc w dostarczeniu lekarstw, a potem zabija go strzałem z pistoletu. Kierowana emocjami Carrie wydaje rozkaz, by zestrzelić Haqqaniego z drona, choć jednocześnie widzi, że mężczyzna wyciąga z samochodu skrępowanego i zakrwawionego Berensona. Rozkaz nie zostaje jednak wykonany. Quinn krzyczy do Carrie: „Are you out of your mind? That is Saul down there. Saul!” („Zwariowałaś? Tam jest Saul. Saul!”) i zatrzymuje wykonanie ataku, w którym zginąłby nie tylko Haqqani i jego ludzie, ale też Saul Berenson, wieloletni przyjaciel i mentor Carrie. Quinn, tak, jak my, widzowie, wie o chorobie Mathison, widział ją w wielu nieprzyjemnych sytuacjach, na przykład w szpitalu psychiatrycznym, i reaguje niczym sumienie Carrie – paradoksalnie, on, który jako zabójca CIA pojawił się w serialu, by zabić Brody’ego, ale odmówił wyko-

niania rozkazu ze względu na Carrie. I znów paradoksalnie, Quinn przez kilka odcinków sezonu 4. pozostawał bezrobotny, nie chciał wracać do CIA, wrócił tylko dlatego, że poprosiła go o to Mathison, po raz kolejny manipulując uczuciami (choć wydaje się, że Quinn doskonale zdawał sobie sprawę z tego, że jest obiektem manipulacji). Kolejny paradoks polega na tym, że Carrie dobrze wie, jaka przyszłość czeka Ayana, wykorzystuje go, by dotrzeć do Haqqaniego - a jednak widząc śmierć młodego mężczyzny nie waha się wydać rozkazu, który może doprowadzić do śmierci Saula. W centrum operacyjnym tylko Quinn wydaje się wiedzieć, co dzieje się w głowie Carrie i na szczęście ją zatrzymuje.

Emocjonalna huśtawka

Scenarzyści zadbali o to, abyśmy nie porzucili Carrie. W kolejnych odcinkach sezonu 4. widzimy ją w jednych z najbardziej poruszających momentów serialu, w których jest opanowana i wreszcie okazuje troskę najbliższym jej ludziom. W odcinku 8. woli skłamać i skazać Saula na powtórne uwięzienie, tym samym tracąc jego zaufanie i przyjaźń, niż pozwolić mu na samobójstwo, a w niezwykle poruszającym odcinku 9. podczas wymiany więźniów (Saul za współpracowników Haqqaniego), gdy Berenson decyduje się poświęcić swoje życie, byle tylko wymiana nie doszła do skutku, Carrie rozmawia z nim i przekonuje, by wrócił do domu, do swojej żony. Widzimy tu pewne symptomatyczne odwrócenie ról: teraz kiedy Carrie jest silna i fizycznie, i moralnie, to ona musi przekonać Saula do tego, by wstał z kolan i wrócił do domu razem z nią, a jest to możliwe tylko dlatego, że bohaterka już wie, iż w tej pracy i w tym życiu nie ma dobrych opcji, wszystkie możliwości wyboru są złe, i dlatego spokojnym tonem mówi do Saula: „No more dying. I want to go home” („Dość umierania. Chcę wrócić do domu”).

A jednak Carrie nie wraca do domu razem z Saulem i innymi pracownikami ambasady amerykańskiej, zostaje w Islamabadzie, bo musi uratować życie innemu przyjacielowi, którego ściągnęła do Pakistanu, a który powstrzymał ją przed popełnieniem być może najgorszego błędu w jej życiu, czyli zabiciu Saula: Quinna. Carrie ma dość: była świadkiem śmierci Aayana, porwania Saula i śmierci wielu pracowników ambasady, którzy zginęli z rąk terrorystów; nie było jej w domu, gdy umierał jej ukochany

ojciec. A jednak będzie tropić Quinna, po to tylko, by go uratować, bo ma dość śmierci – szczególnie tych, na których jej zależy. Przyzna, że przegrała, czy raczej, że Ameryka przegrała („Quinn... we lost”), co w ustach Carrie wydaje się niemal niedorzeczne, bo to ona zawsze pchała niewykonalne operacje do przodu, do końca szukała możliwości tam, gdzie nikt inny ich nie widział.

Carrie uratuje Quinna, ale w ostatnim odcinku sezonu 4., gdy ten w końcu wyznaje jej prawdę o swoich uczuciach wobec niej, Carrie ucieka. Boi się, że prawdziwy związek nigdy się jej nie uda z powodu choroby, choć Quinn próbuje ją przekonać, że on właśnie zna ją tak dobrze, jak nikt inny, i że razem mogłoby się im udać odejść z CIA. Cierpliwie czeka na Carrie, ale kiedy ona w końcu decyduje się dać im szansę, jest już za późno – mężczyzna wyjeżdża na kolejną misję do Syrii. W tym samym odcinku następuje emocjonalna scena pogrzebu ojca Carrie i nawiązanie relacji z siostrą oraz córką.

Koniec sezonu 4. po raz kolejny pozostawia widza w stanie emocjonalnego rozedrgania, tym razem smutku i żalu, a jednocześnie zadowolenia, że Carrie dojrzała i że nie tylko praca się dla niej liczy. Niestety, nie ma wszystkiego - nie ma już w jej życiu ojca, Quinna, Saula, którego uważa za zdrajcę. Ma jednak córkę, siostrę, odnalezioną po latach matkę i dojrzałość, której nabrała pod koniec tego sezonu. Może jest inteligentką intrygantką, jak pisze Tatar (2013), niezłomną wojowniczką w swoim życiu zawodowym, ale w życiu prywatnym wciąż czeka na swojego księcia, nie radzi sobie ze swoimi emocjami i jest podatna na zranienie.

Czy można polubić Carrie Mathison?

Carrie nie jest bohaterką, którą się od razu „kupuje”. Konstrukcja pierwszego sezonu jest taka, że widz długo nie jest pewien, czy Carrie ma rację co do Brody’ego i Abu Nazira, czy jest po prostu wariatką (niezależnie od jej choroby). Podobnie jak ma to miejsce w serialu *Rodzina Soprano*, zaangażowanie emocjonalne widza budzi się dość powoli, i jest zależne od sposobu przedstawiania głównej bohaterki w większym stopniu, niż ma to miejsce w innych produkcjach (Gorton 2009). Dlatego odpowiedź na pytanie zadane w tytule niniejszego tekstu nie jest łatwa ani oczywista: tak, można polubić Carrie Mathison, można nawet jej kibicować i trzymać jej stronę, ale nie jest to łatwy związek. Jak

pisała Agnieszka Graff o Housie, Carrie nie daje tanich wzruszeń: wręcz przeciwnie, raz po raz rzuca nas na emocjonalną huśtawkę, a wzruszenia, kiedy się pojawiają, nie są wcale tanie (śmierć Brody'ego, ciąża, terapia elektrowstrząsami, porwanie Saula, czy śmierć ojca).

Nelson (2007: 27) nazywa *Rodzinę Soprano* „hybrydą filmu gangsterskiego o mafii z dramatem psychologicznym i operą mydlaną” („hybrid of the mafia gangster movie genre with psychological drama and soap”), *Homeland* można by pewnie nazwać hybrydą thrillera szpiegowskiego z dramatem psychologicznym i operą mydlaną. Niezależnie od oceny gatunkowej samego serialu, ocena sposobu przedstawienia czy też konstrukcji głównej bohaterki musi być wysoka. Oczywiście, że można oglądać serial *Homeland* jako thriller szpiegowski czy polityczny. Według mnie jednak główną wartością tego serialu jest jego bohaterka i sposób jej prezentowania, jako osoby pełnej sprzeczności, codziennie walczącej ze swoimi demonami, kobiety, która wie, czego chce i niczego się nie boi, która jest jednocześnie zimna i asertywna, ale wrażliwa, pragnąca miłości i ciepła, których sama nie za bardzo potrafi dać innym. To postać, która walczy ze swoją chorobą, próbuje żyć pomimo niej, a jednocześnie potrafi ją wykorzystać. To postać, która okazuje na przemian swoje silne i słabe strony, sukcesy i porażki. Zabiera nas na emocjonalną huśtawkę – co więcej, na emocjonalny rollercoaster.

Polubić, kibicować czy współodczuwać?

W przypadku takich bohaterek, jak Carrie, można też zadać sobie pytanie, czy aby na pewno widz musi ją polubić i jej kibicować, ponieważ jest postacią targaną sprzecznościami, podejmującą kontrowersyjne działania, może lepiej jej nie lubić, a po prostu towarzyszyć, próbować zrozumieć, współodczuwać? Czy serialowa bohaterka musi być od razu modelem do naśladowania? Jeśli ma być rzeczywista, prawdziwa, z krwi i kości, właściwie powinna być pełna sprzeczności, tak jak odbiorcy. Według Nussbaum (2014), taki jest czasami problem i z widzami, i z bohaterami – jakby istniało przekonanie, że koniecznie musimy wspierać naszych bohaterów, zamiast po prostu im współczuć („we must root for her, rather than merely feel for her”). Bo kiedy im kibicujemy, a oni idą na skróty lub robią coś nieprzyjemnego lub wręcz moralnie nie do zaakceptowania, nie pozostaje

nam nic innego, tylko ich porzucić, lub skrytykować na forum publicznym. Jak pisze Nussbaum, widowia może mieć problem z zaakceptowaniem faktu, że negatywne cechy i zachowania bohaterów są obecne, bo mają takie być, bo zostały wpisane w ich konstrukcję, i może nie ma sensu nie tylko szukać w nich modeli do naśladowania, ale też zbyt mocno kibicować.

Na ten aspekt emocjonalnego angażowania się widza zwracał już uwagę Carroll (2011), krytykując teorię identyfikacji, zgodnie z którą widz utożsamia się z fikcyjnymi postaciami (na przykład serialowymi), i przejmuje ich emocje i wartości. Według Carrolla, jest to teoria błędna: jako widzowie nie możemy się utożsamiać z postaciami, bo nie mamy takich samych doświadczeń (jak więc mogę identyfikować się z postacią Carrie?); przejmujemy się losem tych postaci, z którymi łączą nas wspólne wartości, zwłaszcza wartości moralne, ale aby odczuwać sympatię do danego bohatera czy bohaterki, nie musimy dzielić z nim czy z nią całej struktury wartości; możemy lubić jakąś postać, a niekoniecznie akceptować jej cały system wartości:

Nasza moralna akceptacja jest wybiórcza. Nie akceptujemy wszystkich bohaterów, którzy przed nami paradują, ani też wszystkich atrybutów wybranych bohaterów. (...) Jeśli akceptujemy pod względem moralnym jakąś postać i jej postępowanie, dzieje się tak zazwyczaj dlatego, że dostrzegamy pewne moralne podobieństwo między nami a tą postacią. Jednakże ani podobieństwo nie oznacza identyczności, ani dostrzeganie - identyfikacji. Dostrzegamy, że Iks ma pewną cechę, możemy ją dzielić, a nawet podziwiać, ale nie stajemy się Iksem, nawet w wyobraźni (Carroll 2011: 306-307).

Zgodnie z propozycją Carrolla, mogę akceptować poświęcenie Carrie dla służby krajowi, mogę zrozumieć zaangażowanie w pracę, którą wykonuje, mogę ją nawet za to podziwiać, ale sama nigdy nie będę tajną agentką. Z drugiej strony, nie muszę akceptować u niej braku silnych więzi rodzinnych lub braku uczuć macierzyńskich. Mogę rozważać motywy jej postępowania, mogę uważać je za pozytywne lub negatywne, ale nie oznacza to, że koniecznie muszę kibicować jej wszystkim poczynaniom, i zgadzać się ze wszystkim, co mówi czy robi.

Niezależnie od tego, jak zmieni się Carrie Mathison w kolejnym sezonie (lub sezonach) serialu, ja uważam ją za postać frapującą, właśnie poprzez sprzeczne emocje, jakie wywołuje w widzach, poprzez jej wzloty i upadki, od chwil pełnych wzruszenia do oburzenia i zniechęcenia. Może niekoniecznie trzeba jej kibicować od początku do końca, czasami może nawet trzeba jej życzyć upadku, aby się przekonała, jakie mogą być konsekwencje nieodpowiedzialnych słów czy decyzji. Myślę jednak, że trzeba ją polubić – tak, jak lubi się prawdziwych ludzi, z ich zaletami i wadami, czasem wybaczyć tak, jak wybaczymy najbliższemu, próbować zrozumieć, gdy chyli się ku upadkowi, ale niekoniecznie stawiać ją na piedestale.

Bibliografia:

- Carroll Noël, 2011, *Filozofia kultury masowej*, tłum. Mirosław Przylipiak, Gdańsk.
- Gorton Kristyn, 2009, *Media Audiences: Television, Meaning, and Emotion*, Edinburgh.
- Graff Agnieszka, Gill-Piątek Hanna, Dominika Martyna, 2011, *House nie daje tanich wzruszeń*, w: *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa, str. 264-276.
- Hurwitz Adam, 2014, „*Homeland*” Revealed, San Francisco.
- Mumford Gwilym, 2014, „*Homeland*” recap: season four, episode 2 – *Trylon and Perisphere*, <http://www.theguardian.com> [dostęp: 28.12.2014].
- Nelson Robin, 2007, *State of Play: Contemporary „High-End” TV Drama*, Manchester.
- Nussbaum Emily, 2014, *The Female Bad Fan*, <http://www.thenewyorker.com/culture/cultural-comment/female-bad-fan> [dostęp: 10.01.2015].
- Smith Greg M., 2007, *Beautiful TV: The Art and Argument of Ally McBeal*, Austin.
- Tatar Maria, 2013, *Sleeping Beauties vs. Gonzo Girls*, <http://www.thenewyorker.com/books/page-turner/sleeping-beauties-vs-gonzo-girls> [dostęp: 14.12.2013].
- Travers Ben, 2014, „*Homeland*” Season 4 Episode 10, '13 Hours in Islamabad,' *Faces Heavy Casualties*, <http://www.indiewire.com/article/review-homeland-season-4-episode-10-13-hours-in-islamabad-faces-heavy-casualties-20141207> [dostęp: 01.04.2015].

Weronika Łucyk

Uniwersytet Gdański

Lustro realiów czy wentyl bezpieczeństwa? Serial jako pole walki o/na znaczenia

Abstrakt:

Artykuł skupia się na analizie serialu w kontekście systemu gospodarczego i politycznego swoich czasów. Zmiana na poziomie ekonomii politycznej telewizji przekłada się współcześnie na przekształcenie nie tylko w obrębie treści, ale i stylistyki. Dialogiczność kultury opiera się na cyrkulacji znaczeń, partyzantce semiologicznej, przechwytywaniu, również w ramach estetyki, co pokazuje przykład parodii i kampu. Właśnie walka na znaczenia wydaje się kwestią kluczową w czasach postmodernizmu. Coraz trudniej bowiem w gąszczu znaczeń ocenić, czy oferowany w ramach serialu komunikat ma wymowę konserwatywną czy wywrotową, stanowi lustro realiów czy jedynie wentyl bezpieczeństwa systemu ideologicznego. Wywód zostanie uzupełniony analizą wybranych motywów serialu *Glee*.

Słowa kluczowe:

serial, znaczenia, przechwytywanie, ideologia, parodia, kamp, *Glee*

Serial stanowi jeden z podstawowych gatunków telewizyjnych, który tworzy ramę odbiorczą dla obrazów i zawartości utworu. Jest zatem idealną formą ideologiczną w tym sensie, że prezentuje pewną wizję świata i dostarcza kontekst interpretacyjny. Charakterystyczne dla tej formy jest występowanie powtórzeń (postaci, miejsca) oraz jednocześnie wprowadzanie różnic w stosunku do elementów znanych już widzowi. Cykliczność narracji sprawia, że odbiorca dłużej obcuje z bohaterem serialu niż postacią filmową, przez co obsada emocjonalna świata fikcyjnego jest większa, niekiedy tożsama z inwestycją emocjonalną w świat rzeczywisty. Henry Jenkins zaznacza, że „[t]elewizja ma znaczną przewagę nad filmem w kształtowaniu naszej kulturowej świadomości, poczynawszy od tak oczywistego faktu, że obcujemy z nią we własnym domu” (Jenkins 2011: 43).

Twórcy seriali mogą sobie pozwolić na wprowadzenie większej ilości bardziej złożonych osób i wątków, co umożliwia przedstawienie różnych perspektyw i punktów widzenia. Czy to bogactwo zawsze działa na korzyść odbiorcy? Wraz z większą inwestycją emocjonalną zmniejsza się dystans wobec utworu, przez co łatwiej przyjąć treść bez analizy zawartych w nich znaczeń. Czy widz daje się uwieść producentom telewizyjnym czy też, pozostając przy tej nomenklaturze, flirtuje z nadawcą poprzez negocjację sensów?

John Fiske traktuje media masowe jako element kultury popularnej, czyli czynnego, nie narzuconego z góry procesu generowania i obiegu znaczeń, ale jednocześnie zastrzega, że „każdy towar powiela ideologię systemu, w którym powstał; jest on zatem zmaterializowaną wersją tej ideologii, która wytwarza zarazem fałszywą świadomość pozycji w społeczeństwie wśród osób jej podporządkowanych” (Fiske 2010: 14-15). Odbiorca jest dla niego czynnikiem sprawczym, a nie ujarzmionym wasalem, choć przyznaje, że kultura popularna

zawsze funkcjonuje w obrębie stosunków władzy; nigdy nie traci oznak bezustannej walki między dominacją a podporządkowaniem, między władzą a różnymi formami oporu wobec niej lub jej unikania, między strategią wojskową a taktyką partyzancką (Fiske 2010: 20).

Interesujące w tym kontekście jest sprawdzenie, na ile formy oporu, o których pisze Fiske, mają faktycznie wymiar walki przeciwko podporządkowaniu i czy są w tym skuteczne.

Seriale pełnią niewątpliwie funkcję edukacyjną – zamierzenie lub nie – poprzez sam fakt prezentowania obrazu świata i postaw wobec problemów życia czy sposobów radzenia sobie z nimi. Wiesław Godzic podkreśla, że przeważnie zwraca się uwagę na prospołeczny wymiar seriali – „zawsze prezentowały one najbardziej aktualne problemy życia społecznego i przełamywały wiele tabu (jakkolwiek ich celem nie była radykalna walka)” (Godzic 2004: 39). Grażyna Stachówna wskazuje, że serial jako gatunek jest tak popularny z uwagi na fabułę. Dzięki niej następuje identyfikacja z cudzym losem, widz zapomina o sobie i zanurza się w opowieści. Serial dostarcza gotowych scenariuszy, kompensujących marzeń, jest terapeutyczny i konsolacyjny (zob. Stachówna 1994). Można zatem na tej podstawie

stwierdzić, że do pewnego stopnia serial sam w sobie jest eskapistyczny, gdyż zawsze ma na celu wyrwanie widza z jego codzienności; nawet jeśli w zamian proponuje podobne realia i życiowe kłopoty, to wciąż jego głównym zadaniem jest proponowanie wyobrażeniowej iluzji czy koncentracja wokół obiektu pragnienia.

Powołując się na Barthesa, Stachówna zaznacza, że opowiadanie jest obecne w każdej kulturze, wszędzie odnaleźć można „głód narracyjny”, który skłania odbiorcę do poszukiwania akcji. Każdy widz szuka zaspokojenia swoich potrzeb – wzruszeń, emocji, przygody. Stachówna tłumaczy fenomen powodzenia w Polsce *Niewolnicy Isaury*, wskazując na realizację rozmaitych pragnień, wśród odbiorców byli przecież nie tylko wielbiciel tanich rozrywek. Właśnie strach przed demaskacją marzeń i wstydliwych potrzeb powodował niechętnie przyznawanie się do uczestnictwa w oglądaniu wspomnianej produkcji. Autorka zaznacza, że seriale stanowią w ten sposób odbicie kultury, w której powstają – to wyraz aktualnych potrzeb, marzeń, wartości czy światopoglądu. Stuart Hall pisze, że „współczesny serial telewizyjny nabiera wielu cech współczesnych mitów zbiorowych. Ów element mitu nie łamie jego »realizmu« – zaiste jest to »samo życie«, »rzeczywistość sama« oddana we władanie mitowi” (Hall cyt. za: Stachówna 1994: 83). Mitem, za Barthesem, będzie ten komunikat, zniekształcenie, powiązanie formy z pojęciem, które ma tworzyć symbol, znaczenie zaprojektowane przez nadawcę.

Nie oznacza to, że media są odpowiedzialne za wytwarzanie ideologii czy też że każdy przekaz medialny stuprocentowo zafałszowuje ludzką świadomość. Žižek twierdzi, że żadna ideologia nie jest w stanie podporządkować sobie podmiotu ludzkiego w całości, a żeby dać się przekonać, należy już być w środku ekonomii pragnienia ideologii (zob. Žižek 2001: 20-21). Media oddziałują jednak w pierwszym rzędzie na emocje. Nawet obraz fantastyczny wzmacnia realny odbiór, rzeczywistość wizualna staje się rzeczywistością emocjonalną.

Serial jako element systemu gospodarczego

Ogromne powodzenie zachodnich produkcji telewizyjnych w Polsce jest w dużym stopniu wynikiem warunków poszczególnych systemów produkcji różniących telewizję polską od amery-

kańskiej. Historyk ekonomii Robert C. Allen, analizując telewizję lat 80., wskazywał, że

amerykański rynek telewizyjny jest najbogatszy i największy w świecie. Ponieważ reklamodawcy w Stanach Zjednoczonych płacą ponad 300 000 dolarów za trzydzieści sekund czasu antenowego widowiska, sieci amerykańskie mogą sobie pozwolić na zapłacenie producentom dwóch milionów dolarów za półgodzinny odcinek takiej komedii domowej jak *Bill Cosby Show* (Allen 1998: 28).

Mimo upływu lat tezy Allena są wciąż aktualne. Sytuacja ta sprawia, że producenci amerykańscy mogą prowadzić eksperymenty w ramach gatunku oraz podwyższać jakość swoich produktów. Wprowadzanie wysokich standardów powoduje, że bardzo trudno jest z nimi współzawodniczyć programom produkowanym w innych krajach. Allen wskazuje, że licencje oferowane na rynkach zagranicznych są nieporównywalnie niskie w stosunku do poniesionych kosztów produkcji, posiadają jednak wkalkulowaną ukrytą cenę – są tańsze i często lepsze, co zwiększa dysproporcje wobec droższych w produkcji programów krajowych, które nie mogą sobie pozwolić na porównywalny rozmach realizacyjny. Autor zaznacza, że

w telewizyjnym systemie »usług publicznych«, który działa na mocy przyznanej licencji telewizyjnej bądź przydziałów rządowych, pokusą jest raczej kupowanie importowanych programów niż tworzenie własnych, ponieważ programy są tu traktowane jako koszt nie do pokrycia, a nie inwestycja (Allen 1998: 29).

Podobnie trudno wejść na rynek amerykański produkcjom zagranicznym, gdyż kierownictwo zakłada, że masowy widz nie będzie oglądał produkcji zagranicznej, nawet w języku angielskim. Koło się zamyka – żaden inny kraj nie może produkować „w takich ilościach, by pokryły one koszty produkcji na rodzimym rynku, a co za tym idzie, nie jest w stanie za psie pieniądze sprzedawać zagranicznym odbiorcom praw za odcinek” (Allen 1998: 29).

Ramy gospodarcze, w jakich funkcjonuje serial telewizyjny nakładają się na ramy polityczne, czyli treść przekazu. Wprowadzone w latach 80. i 90. kontrowersyjne tematy dotyczące etniczności, rasy czy orientacji seksualnej, stały się ele-

mentem narracji gatunkowej z uwagi na zmiany ekonomiczne i demograficzne. Pojawiły się seriale dedykowane konkretnej grupie odbiorców, takie jak *Seks w wielkim mieście* czy *Ally McBeal* dla pokolenia dwudziesto-trzydziestolatków. Anna Nacher zauważa jednak, że wprowadzane tematy nie były jedynie wynikiem przemian społecznych i edukacyjnej misji realizatorów telewizyjnych. Przede wszystkim serial ściśle związany jest z ekonomią polityczną samej telewizji:

wiąże się w swoich początkach z implozją strategii marketingowych i tekstów kulturowych: pierwsze opery mydlane były bowiem jedynie narracyjnym dodatkiem do reklam, a nazwa gatunku kojarzy się właśnie ze specyficznymi praktykami reklamowymi producentów środków piorących (Nacher 2008: 115-116).

Robert C. Allen wskazuje, że czerpanie zysku jest podstawową zasadą amerykańskiej telewizji, która w drugiej kolejności stawia sobie za cel zabawianie czy edukowanie widza:

pod koniec lat dwudziestych, mimo że ani Kongres, ani FCC (Federalna Komisja Komunikowania) nigdy nie ustanowiły polityki systemu, nadawanie w Stanach Zjednoczonych stało się synonimem transmisji komercyjnej, opartej na reklamie (Allen 1998: 23).

Dywersyfikacja oferty programowej jest zatem nową strategią systemu telewizyjnego, nie działaniem, które stawia sobie cele odmienne od poprzednich. Seriale rodzinne, młodzieżowe, medyczne, kryminalne i wszelkie inne oparte na specjalizacji gatunkowej, zostały stworzone dla odbiorców o konkretnych upodobaniach. Niezmiennie jednak dostarcza się widzowi produkt, który ma się sprzedać, a reklamodawcom oferuje się potencjalnych konsumentów.

Zmiany w systemie telewizyjnym zachodzą podobnie jak w innych przemysłach. Fordyzm jako system pracy opierał się na wieloseryjnej produkcji standardowych, masowych produktów. Postfordyzm jest sytuacją, w której producenci specjalizują i dopasowują produkty do potrzeb konkretnej grupy odbiorczej. Wprowadzenie zróżnicowania wynika z elastyczności systemu produkcji, który ma na celu maksymalizację zysków. Nacher, analizując powstanie nowych typów seriali w latach 80. i 90., zwraca uwagę, że jednym z typowych zabiegów postfordow-

skich jest „ujmowanie kategorii tożsamościowych jako kanałów dostępu do niszowych odbiorców” (2008: 132). W takim przypadku ulega również rozproszeniu rozgraniczenie na reklamę i tekst telewizyjny jako taki. Ta destabilizacja granic jest jednym z wyznaczników kapitalizmu zdezorganizowanego.

Pojawienie się na antenie seriali podejmujących tematykę związaną z nienormatywną seksualnością wynika z potrzeby dotarcia do tych właśnie konsumentów. Anna Nacher przytacza za Ronem Beckerem badania *Overlooked Opinions* wskazujące, że w USA jest 18 milionów gejów i lesbijek i że wydają oni łącznie 500 miliardów dolarów rocznie. Przeciętna para gejów zarabia rocznie 51 tysięcy dolarów, para lesbijek 43. Dla porównania roczne zarobki pary heteroseksualnej wynoszą koło 38 tysięcy (Nacher 2008: 133). Osoby homoseksualne są zatem atrakcyjną grupą konsumentów dysponującą niemałym kapitałem, dlatego należy im dostarczyć produkt spełniający ich potrzeby.

Strategia posługiwania się tożsamością w celach marketingowych objęła początkowo tak zwane pokolenie X. Producenci telewizyjni chcieli dotrzeć do wykształconych młodych ludzi o wyrafinowanych gustach, liberalnych poglądach i miejskim stylu życia. *Przyjaciele* nadawani przez NBC adresowani byli właśnie do takich odbiorców – niezależnych ludzi zajmujących się karierą, a nie zakładaniem rodziny. Jest to jeden z momentów, gdy strategią marketingową zaczyna być eksploatacja pastiszu i ironii. Późniejszy sukces produkcji HBO Nacher wyjaśnia dużą świadomością medium, konwencji gatunkowych, stosowaniem parodii i cytatów. To moment, który jest interesujący pod kątem upolitycznienia estetyki – zmiana na poziomie ekonomii politycznej telewizji przekłada się na zmianę stylistyki i formy samego programu, nie tylko jego treści.

Walka o/na znaczenia

Bardzo trudno jest zweryfikować, w jakim stopniu konsumenci odbierają nadawany komunikat, na ile wypełniają go własnymi znaczeniami i na ile, mimo wszystko, czerpią kody z wzorców czy schematów kulturowych. Stuart Hall w słynnym tekście *Kodowanie i dekodowanie* pisze o procesie komunikacji jako skomplikowanej strukturze dominacji, połączonej praktyce produkcji, cyrkulacji, dystrybucji konsumpcji i reprodukcji znaczeń. Autor podkreśla, że nie ma poziomu zerowego w języku – dyskurs

wymaga posługiwania się kodami: „znaczenie nie jest czymś stałym, percypowanym bezpośrednio” (Hall 1987: 65). Niektóre znaczenia są tak rozpowszechnione, że wydają się naturalne, podlegają internalizacji. Kody percepcji są wytworem konwencji, ale reprodukują warunki percepcji. Dzięki temu możliwy jest proces denotacji (ograniczenie znaczenia, zamknięcie kodu) czy konotacji (nałożenie znaczenia dominującego, tworzenie ideologiczno-politycznego ładu kulturowego). Kodowanie i dekodowanie jest dla Halla momentem determinującym proces komunikacji. Pierwszy to użycie kodu i jego emisja, drugi zaś dotyczy rozkodowania i wkroczenia znaczenia w sferę praktyki społecznej. Mimo to kodowanie nie determinuje dekodowania. Autor zaznacza, że odbiorca może posługiwać się innym kodem niż ten preferowany, stosować alternatywne ramy odniesienia mimo znajomości kodu dominującego.

Postmodernistyczna telewizja jest eklektyczna, bombarduje widza różnymi znaczeniami, które ulegają proliferacji. Kodowanie i dekodowanie odbywa się jednak w pewnych ramach, jakie tworzy kultura i przypomina pracę wyobraźni – jest jak praca montażowa, możliwość kombinatoryczna, przekształcenie tego, co mamy w dyspozycji kulturowej, zmysłowej czy pamięci. Nie można wyobrazić sobie czegoś, co nie składa się z elementów w jakiś sposób wcześniej przyswojonych. Jim Collins w tekście *Telewizja a postmodernizm* wskazuje, że to, co w telewizji zostało powiedziane, jest jak „ciągle mówione”. Na hiperświadomość medium składa się samoświadomość własnych form gatunkowych, intertekstualność, a także utrwalanie znaczenia, np. przez potwierdzanie statusu popularnej ikony (cyt. za: Allen 1998). Zatem czerpanie przyjemności odbiorczej w dużej mierze koncentruje się na kompetencji kulturowej, kapitale symbolicznym kierującym odczytywaniem znaczeń, połączeń między tekstami kultury, na których bazuje nowe, eklektyczne połączenie, telewizyjny brikolaż. Widz nie jest w stanie nadać znaczenia w sposób, który nie jest mu dostępny – nawet jeśli odczyta komunikat całkowicie subiektywnie, to na tę niepowtarzalną jakość składa się cały szereg indywidualnych predyspozycji, umiejętności i zasób kulturowy przyswojony w procesie socjalizacji i edukacji. Aby komunikat był zrozumiany zgodnie z intencją nadawcy, odbiorca musi się zgodzić na proponowaną formę kodu. Aktywność odbiorcy (jednocześnie jego moc kulturotwór-

cza) polegać może na zmianie kodu lub jego nieznaności, o czym wspominali Stuart Hall i Wiesław Godzic, pisząc o pozycji negocjacji – mieszaninie elementów przystosowanych i opozycyjnych. Collins przytacza teorie Umberto Eco o artykulacji już powiedzianego i wykorzystaniu tego w celu nadania nowego znaczenia, gdzie różnorodność interpretacji jest zasadą stałą.

Tekst Eco o partyzantce semiologicznej zakładał przechwycenie komunikatu i nadanie mu nowego znaczenia w celu kontrolowania przekazu przez samego odbiorcę, świadomego, odpowiedzialnego nadawania znaczeń. Przechwycenie w tym przypadku miało służyć emancypacji, aktywizacji odbiorcy czy też krytyce *status quo*. Myślenie takie wywodzi się z założeń sytuacjonistów. *Détournement* przypomina satyryczną parodię, powtórzenie stylu przeciwko jego treści, subwersyjną wariację. Różnorodność została potraktowana jako kluczowa jakość rynku. Cyniczność tego przechwycenia wydaje się dość oczywista, bazuje na świadomym wykorzystaniu danego zjawiska w celu ochrony własnych interesów, które są sprzeczne z postulowanymi wartościami. Na poziomie moralności propaguje się równość praw zróżnicowanego społeczeństwa, choć w istocie celem działania nie jest emancypacja, a konserwacja ustalonego porządku przy zastosowaniu techniki służącej niegdyś do manifestowania oporu.

Proponowane przez Deborda i Eco działanie miało kształtować krytyczne postawy odbiorcze polegające na odwracaniu intencji komunikatu w celu generowania społecznej zmiany, wyzwolenia się spod dominacji nadawców. Co jednak, gdy to medium użyje powtórnie formy, która zawiera się w przechwyceniu? Eco dopuszcza myśl, że może się wytworzyć błędne koło i formy alternatywne zostaną wchłonięte przez główne kanały, gdyż „rewolucje kończą się często malowniczymi formami przystosowania” (Eco 1996: 167). Takie wprzęgnięcie działań w logikę systemu, przeciwko któremu się występuje, opisuje Naomi Klein w *No Logo*. Podobne wnioski stawia Žižek, który twierdzi, że ideologia zawiera w sobie margines, w ramach którego odbywa się jej własna kontestacja – dystansowanie się wobec ideologii jest w nią wbudowane. Partyzanckie przechwycenie, o ile nie zostało zaprojektowane jako wentyl bezpieczeństwa ideologii, może zostać przechwycone ponownie tworząc błędne koło podwójnie kodowanych znaczeń.

Kamp i parodia – pułapki tworzenia znaczeń

John Fiske uważa, że

przyjemność i władza tworzenia znaczeń, uczestniczenia w sposobie reprezentowania, grania z procesem semiotycznym – to są niektóre z najważniejszych i wyposażających we władzę przyjemności, które telewizja ma do zaoferowania (Fiske, cyt. za Godzic 1996: 91).

Niewątpliwym przykładem gatunku telewizyjnego, który bazuje na proliferacji znaczeń jest telewizja muzyczna, a zarazem seriale muzyczne, tak jak *Glee* korzystające z formuły teledysku. Wideo-klipey bazują na konwencjonalizacji i odwołują się do gatunków filmowych, budują swój materiał w oparciu o już istniejące strategie i estetyki. Wiesław Godzic stwierdza, że „kontekst, który jest bardzo ważny, zdaje się dominować nad tekstem. W tym sensie MTV jest doskonałym przykładem postmodernistycznych praktyk komunikacyjnych” (Godzic 1996: 101). Konwencjonalizacja wideoklipów zbudowana jest poprzez powtórzenie, zacytowanie. W różnorodnej, niekoherentnej przestrzeni intertekstów każde powtórzenie jest jak mrugnięcie okiem, trudno je traktować poważnie, a jednocześnie nie sposób odróżnić oryginału od kopii. Ta dwuznaczność wydaje mi się niesłychanie ważna, gdyż wskazuje, jak gra znaczeniami zaczyna się różnicować i nawarstwiać, powodując niemało sporów związanych z interpretacją, co świetnie ilustruje *Glee*. Właśnie powtórzenie jest elementem fundującym takie zjawiska, jak parodia, pastisz czy kamp.

Ryszard Nycz zaznacza, że parodia

w najprostszym przypadku sprowadzić się więc może do zwykłego zacytowania tekstu, któremu nowy kontekst nadaje parodystyczne zabarwienie; (...) najdosłowniejszy cytat jest już w pewnej mierze parodią. Przekształca go zmiana kontekstu, miejsce, dokąd go wprowadzam, rodzaj cięcia (...) (1993: 155).

Ironia i parodia tworzą nowy poziom znaczeń. W stosunku do cytatu parodia ma silniejsze znaczenie, bo podwójne (kontekst – rekontekstualizacja). Tak więc parodia to styl, który sam w sobie jest podwójny, a „sama ironia może być zarówno żartobliwa, jak i bagatelizująca, to znaczy może być zarówno krytycznie konstruowana, jak i destrukcyjna” (Hutcheon, cyt. za: Nycz 1996: 158). Ta podwójność czyni z parodii styl niejednoznaczny, ambiwalentny.

Zjawisko kampu zostało opisane w słynnym eseju Susan Sontag *Notatki o kampie* z 1964 roku. Przez formę notatek charakter wprowadzonego pojęcia wydaje się nieostry. Dla Sontag kamp jawi się jako styl, który w swej istocie polega na umiłowaniu tego, co przesadne i sztuczne. Kamp jest wizją świata w kategoriach stylu – ale stylu szczególnego rodzaju. To miłość do tego, co przesadne, co się „nie mieści”, „coś, co udaje, że jest czymś, czym nie jest” (Sontag 1979: 311). To zainteresowanie niestosownością, niespójnością i transformacją.

Glee bazuje na wynaturzonym, przejawskrawionym wizerunku bohatera, który jest sztuczny, bo nieprawdopodobny, nie-realistyczny, jak choćby monstrualnie zła Sue Sylvester. Kamp jest wizją świata w kategoriach stylu, to miłość do tego, co odstaje od normy, co jest manieryczne. W zasadzie tym właśnie jest fantazyjny wymiar musicalowej formuły, manieryzm i stereotypowość bohaterów. Serial zdecydowanie stara się ujmować wszystko w cudzysłów i bawić się schematami. Kamp jest w oku patrzącego, zatem niektóre postaci kreowane przez scenarzystów widz może uznać za kampowe – istnienie egzaltowanej Rachel osadza się przecież na byciu-w-roli gwiazdy i postrzeganiu świata jako sztuki dramatycznej. Jak zauważa Nicola Jones, tym samym jest umieszczenie piosenki *Jessie's Girl* w toku narracji i miłosnego trójkąta Finn-Rachel-Jessie czy moment, kiedy Kurt chce wcielić w siebie typ męskości-kalki swojego ojca mechanika, co daje sztuczny efekt (Jones 2010). Konstrukcja postaci Kurta sama w sobie jest kampowa, gdyż stanowi przesadne wcielenie stereotypu homoseksualisty: wrażliwy, zniewieściały, kocha teatr i musical, ubrany jest nie tyle modnie, co wręcz teatralnie, maksymalnie finezyjnie, a do tego regularnie poprawia fryzurę lakierem do włosów. Tak widziana kampowość przyjmuje za perspektywę punkt widzenia odbiorcy serialu, nie jego twórców. Tak samo kampowa będzie Santana, która wciela wizerunek cheerleaderki, seksbomby i uwodzicielki mężczyzn, podczas gdy jest to gra pozorów skrywająca lesbijkę obawiającą się ujawnienia swej tożsamości seksualnej.

Glee jako produkcja telewizyjna to wyrafinowana gra estetykami, która bazuje na świadomym naśladownictwie, nie symulowaniu. Produkcja udaje liberalną, choć nią nie jest, a postaci mają uchodzić za wykluczone, ale jest to strategia marketingowa. Można też postawić tezę o producentach jako współcze-

snych dandysach, którzy zakładają zabawę, aprobatę przy zachowaniu pozorów złośliwości i cynizmu. Kampem tak rozumianym będą artykułowane przez nich poglądy wyrażone w żartobliwy sposób, nie szczerze, lecz stylowe (Sontag 1979: 319).

W latach 80. i 90. kamp był uważany za rodzaj estetyki wyrażającej wrażliwość osób homoseksualnych. Nurt myślenia prezentowany przez Jacka Babuscio wskazywał, jak poprzez ironię, humor, teatralność i estetyzm środowiska odmiennej orientacji seksualnej podkreślały kreacyjny wymiar płci i przez świadome powtórzenie eksponowały konstrukcyjność podziału na męskie i żeńskie (Babuscio 1999). Definiować poszczególne pojęcia można jednak na różne sposoby, o czym świadczy choćby przykład ujęcia teatralności w omawianej produkcji.

Scenarzyści *Glee* definiują teatralność jako przejaw ekspresji charakteru, wewnętrznych emocji. Odcinek *Theatricality* otwiera rozmowa Schuестera i Tiny w gabinecie dyrektora, który nakazuje dziewczynie porzucenie mrocznego stylu ubioru z uwagi na zalew fanów sagi *Zmierzch*. Nauczyciel staje w obrobie dziewczyny, mówiąc, że ubiór jest elementem tożsamości i każdy kiedyś ubierał się jak ktoś inny. Pojawia się tu sprzeczność: ubiór jest formą ekspresji indywiduum, ale podporządkowany jest wzorowaniu się na kimś innym. Wynika z tego, że tożsamość jest tak samo teatralna (skoro teatralność to uzewnętrznienie osobowości, emocji czy stanów ducha), co przeniesienia – nawiązuje do kogoś innego, odsyła do czegoś już istniejącego.

Schuester proponuje uczniom, by poszukali sposobu na wyrażenie elementów swojej osobowości poprzez odwołanie do twórczości Lady Gagi. Bohaterowie chóru będą się przebierać, tym razem w kostiumy nawiązujące do noszonych przez tę gwiazdę, co przypomina nieco zabiegi związane z Madonną we wcześniejszym odcinku *The Power of Madonna*. Inspiracja Lady Gagą polegać ma na wyrażaniu siebie przy użyciu kostiumów znanych projektantów, co przecież stanowi symulakrum osobowości. Teatralny sposób ubierania się, a raczej życia, Lady Gagi nie może być sposobem na odkrywanie tkwiących głęboko cech indywidualnych, gdyż jest dokładnie czymś odwrotnym, przykrywką prywatności, grą znaczeń i odniesień.

Teatralność w tym ujęciu również traktowana jest przesadnie, ironicznie, czyli właściwie kampowo. Poprzez tę manife-

stacyjną sztuczność kamp nie pozwala traktować serio podejmowanych tematów. Wobec tego realizatorzy zawsze mogą usprawiedliwić sposób przedstawienia danej kwestii. Forma kampu tworzy ramy zabawy, która stwarza pozory apolityczności czy nieideologiczności.

W odcinku zatytułowanym *The Power of Madonna* Sue Sylvester wciela się w rolę Madonny w perfekcyjnie wykonanym powtórzeniu teledysku *Vogue*. Wersja serialowa odpowiada montażowo i sekwencyjnie niemal całkowicie wersji reżyserowanej przez Finchera¹. Komunikaty nadawane przez obie wersje są tożsame, jeden stanowi powtórzenie drugiego. Sue w roli Madonny to odegranie wizerunku kobiecości, który niegdyś Madonna zagrała, kierując się stylistyką kobiecości lat 20. i 30. Sylvester jest tak samo wystylizowana/piękna, wystudiowana/magnetyzująca jak Madonna. Wykorzystanie tego utworu w jego idealnym powtórzeniu to zabieg przypominający matrioszkę: piosenka afirmująca eskapizm, taniec i śpiew, zostaje zreprodukowana w serialu o dokładnie tej samej treści. Jednocześnie pokazuje to, że każde piękno jest do powtórzenia, do skonstruowania. Mimo tego, albo właśnie dlatego, powstają nowe gwiazdy, czyli właściwie nowe aktorki na scenie teatru *glamour*.

Multikulturowa mozaika stanowi jedynie tło dla postaci pierwszoplanowej, jaką jest wystylizowana Madonna/Sue. Nie można jednak powiedzieć, żeby realizatorzy wykonali tylko idealne powtórzenie teledysku. Osadzenie go w ramach konkretnego odcinka i powierzenie solówki trenerce cheerleaderek, nadaje całości nowy kontekst. Dotyczy to wszystkich piosenek użytych w musicalowej formule *Glee*. Realizatorzy serialu wykorzystują styl wideoklipu Madonny w sposób twórczy, jednak nie tworzą osobnego dzieła, ale *cover*, czyli nową (choć przypominającą poprzednią) aranżację istniejącego utworu. Cytują utwór artystki, wyolbrzymiają jego formę lub nie, co wielokrotnie jest źródłem komizmu. Humor ten polega właśnie na dokonanym cięciu montażowym, rekontekstualizacji. Piosenkarka w *Vogue* nie budzi śmiechu, ale budzi go widok Sue Sylvester, nieprzejejdanej trenerki, która niespodziewanie śpiewa i tańczy, co więcej – robi to po raz pierwszy, co stanowi dla widza zaskoczenie. Jednak taka

¹ Zestawienie obu teledysków można zobaczyć na YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=n1UzrbPtBsg> [dostęp: 25.11.2015].

parodia nie nosi cech satyrycznych czy polemicznych, to parodia konserwująca, a ironia żartobliwa. Parodia konserwująca nie narusza przekazu ideologicznego teledysku ani nie stanowi na nią odpowiedzi; jest autoironiczna, stwarza dystans wobec utworu oryginalnego, obnaża jego mechanizmy, ale ich nie podważa. Układ taki wydaje się samozwrotny i kołowy: Madonna poprzez kamp parodiuje stereotypy i obnaża sposób ich tworzenia, a realizatorzy telewizyjni poprzez kamp i parodię pokazują sposób, w jaki Madonna gra konwencjami. Z czego śmieje się widz? Taki rodzaj rozrywki to żonglerka znaczeniami, która nie pozwala, by traktować serio jakiegokolwiek z podejmowanych tematów, jej jedynym zadaniem jest zabawa. Jeśli *Glee* ma walor edukacyjny, to wynikający właśnie ze sprawnej gry konwencjami. Pytanie, czy są tego świadomi jego odbiorcy, widzowie familijni, nastoletni, którzy identyfikują się z postaciami i kształtują swoje poglądy na podstawie prezentowanej w serialu wizji świata?

Podsumowanie

Telewizja jest medium, które pośrednio ma wpływ na to, jak kształtuje się ludzka świadomość oraz poglądy na kwestie prezentowane w poszczególnych programach. Pod tym względem jednym z najbardziej ideologicznych gatunków jest serial, gdyż przedstawia określoną wizję świata. Funkcją wieloodcinkowych produkcji jest zapewnienie odbiorcy rozrywki i spełnienie rozmaitych potrzeb. Seriale w dużej mierze mają wymiar kompensacyjny, tworzą fantazję, reprodukuja mity, które uzupełniają luki w ideologii. Z drugiej strony, serial czy telewizja jako element przemysłu i systemu ekonomicznego podlega prawom rynku i moralności społeczeństw kapitalistycznych. Przykład polityki tożsamości wskazuje na cyniczne uwikłanie kwestii dotyczącej reprezentacji w strategii marketingowe. Jest to rodzaj przechwycenia, które jako takie, czyli jako partyzantka semiologiczna, miało służyć celom subwersyjnym i krytycznym. Gry znaczeniami wynikające z prób przechwycenia cech danego stylu stosowane są obustronnie – zarówno przez producentów głównego nurtu, jak i kontestatorów, co powoduje nawarstwianie się znaczeń i prowadzi do przechwytywania przechwyceń.

Kamp, ironia czy parodia bazują na takim nawarstwieniu, podwójnym kodowaniu, dlatego są podatne na semiotyczne zabawy. Trud interpretacji wynika również z rozbrojenia dystansu,

który kojarzony jest jako krytyczny, demaskacyjny, podczas gdy sposób funkcjonowania współczesnej kultury zdaje się dopuszczać tylko dystans cyniczny, ideologiczny – taki, którego moc obnażenia nie ma wymiaru subwersyjnego i nie niesie nic poza samym sobą, staje się tylko grą pozorów.

Bibliografia:

- Allen Robert Clyde, 1998, *Teledyskursy: telewizja w badaniach współczesnych*, tłum. Edyta Stawowczyk, Kielce.
- Babuscio Jack, 1999, *Camp and Gay Sensibility*, w: *Camp: Queer Aesthetics and the Performing Subject – A Reader*, red. Fabio Cleto, Edinburgh.
- Eco Umberto, 1996, *Kronika globalnej wioski*, w: *Semiologia życia codziennego*, tłum. Joanna Ugniewska i Piotr Salwa, Warszawa.
- Fiske John, 2010, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. Katarzyna Sawicka, Kraków 2010.
- Godzic Wiesław, 1996, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków.
- Godzic Wiesław, 2004, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków.
- Hall Stuart, 1987, *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie”, nr 1-2, tłum. Wanda Lipnik, Ireneusz Siwiński, s. 58-72.
- Jenkins Henry, 2011, *Seriale tworzą nowe wspólnoty*, rozm. przepr. Szymon Grela, w: *Seriale. Przewodnik Krytyki Politycznej*, red. Zespół Krytyki Politycznej, Warszawa.
- Jones Nicola, 2010, *Primetime's „Glee” Tackles Camp*, „suite101.com”, <http://nicola-jones.suite101.com/primetimes-gee-tackles-camp-a238329> [dostęp: 27.01.2012].
- Nacher Anna, 2008, *Telepłeć – gender w telewizji doby globalizacji*, Kraków.
- Nycz Ryszard, 1993, *Parodia i pastisz. Z dziejów pojęć artystycznych w świadomości literackiej XX wieku*, w: *Tekstowy świat. Poststrukturalizm a wiedza o literaturze*, Warszawa.
- Sontag Susan, 1979, *Notatki o kampie*, „Literatura na świecie”, nr 9, tłum. Wanda Wertenstein.
- Stachówna Grażyna, 1994, *Seriale – opowieści telewizyjne*, w: *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, red. Dariusz Czaja, Kraków.
- Žižek Slavoj, 2001, *Wzniosły obiekt ideologii*, tłum. Joanna Bator, Paweł Dybel, Wrocław.

Małgorzata Major

Uniwersytet Gdański

„Enough is enough”! Dziewięć lat w trzy miesiące, czyli tajemnice zachłannego oglądania na przykładzie fanów seriali *Z Archiwum X* i *Miasteczko Twin Peaks*

Abstrakt:

Artykuł porusza tematykę tzw. zachłannego oglądania seriali i prezentuje analizę współczesnych praktyk odbiorczych widzów, a także porównuje je ze sposobami, z których korzystali polscy widzowie, oglądając seriale telewizyjne w latach 90. Wskazane zostały różnice w odbiorze serialu oglądanego na bieżąco w stosunku do jego produkcji oraz emisji po wielu latach od zakończenia realizacji serialu. Niniejszy tekst prezentuje także różnice między „ramówkowym” oglądaniem a prywatnymi maratonami organizowanymi na indywidualny użytek, skupiając się nie tylko na wieku widzów, ich stylu życia, czy miejscu zamieszkania (często pochoinnie uznaje się zjawisko korzystania z torrentów i oglądania online za zarezerwowane dla młodych mieszkańców wielkich miast, a „telewizję ramówkową” za domenę starszych osób z małych miasteczek).

Słowa kluczowe:

zachłanne oglądanie, torrenty, ramówka telewizyjna, seriale nowej generacji, seriale kultowe

1. Wprowadzenie

Nie bez powodu z łatwością znajdziemy dzisiaj w Sieci mnóstwo organizatorów¹ albo stron pomagających uporządkować rozkład naszego dnia uwzględniający czas na oglądanie seriali². Sprawa stała się na tyle poważna, że nie mogąc zapamiętać daty emisji premierowych odcinków wszystkich oglądanych przez nas pro-

¹ Jeden z licznych przykładów organizatorów dostępnych online: <http://tvnights.pl/> [dostęp: 27.07.2015].

² Na tej stronie możemy sprawdzić, ile czasu poświęciliśmy oglądaniu wszystkich sezonów danego serialu: <http://tiii.me/> [dostęp: 27.07.2015].

dukcji, musimy – podobnie, jak czynimy to z innymi zobowiązaniami dnia codziennego – skrupulatnie je zapisywać, ustawiać przypomnienia w telefonie albo przynajmniej tworzyć analogowe zapiski w kalendarzach. O rekordach dotyczących ilości odcinków serialu obejrzanych jednego dnia znajdziemy wiele anegdot na rozmaitych forach dyskusyjnych³.

W poniższych rozważaniach zajmować mnie będą dwie kwestie. Przede wszystkim, czy oglądanie bez przerwy, którą dotychczas obligatoryjnie wyznaczała ramówka telewizyjna, wpływa na odbiór świata przedstawionego, problematyki i motywacji bohaterów danego serialu, czy przerwy potrzebne na „przetworzenie danych”, o których pisał m.in. Wiesław Godzic (Godzic 2002), są niezbędne do pełnej komunikacji z tekstem kultury? A może technologie i nasze do nich przywiązanie, ostatecznie zmieniły rytuały społeczne (przynajmniej w określonych grupach wiekowych) i wymusiły nową dynamikę nie tylko rytmu pracy, nauki, rozrywki, ale i sprzyjają rozpasaniu, nieumiarowaniu (sic!) w dawkowaniu popularnych przyjemności, które zaczęliśmy pożerać sezonami zamiast się nimi cieszyć i powoli smakować? Równocześnie jednak, „zachłanne oglądanie” seriali umożliwił Netflix⁴, czy była to jedynie rozsądna odpowiedź na nasze wzrastające apetyty, czy też nie potrzebujemy już analogowej „przerwy regeneracyjnej”?

Drugim interesującym mnie zagadnieniem będzie analiza, na przykładzie serialu *Z Archiwum X* (1993–2002, wznowienie serialu w roku 2016), doświadczeń etnograficznych widzów, dotyczących tego, jak odbierali serial, oglądając go zgodnie z emisją telewizyjną uwzględniającą tygodniowe i wakacyjne przerwy, a jak reagowali widzowie, którzy cały serial obejrzelili „zachłannie” w trzy miesiące. Równie istotnym aspektem będzie

³ Zjawisko równie chętnie bywa omawiane przez widzów, jak i publicystów: <http://www.polskieradio.pl/9/3851/Artykul/1473132,Lancucho-we-ogladanie-seriali-czyli-maratonski-dystans> [dostęp: 09.07.2015].

⁴ Największa wypożyczalnia filmów DVD na świecie, oferująca za stałą opłatą wypożyczanie filmów poprzez media strumieniowe w krajach Ameryki Północnej i Południowej, Wielkiej Brytanii, Austrii, Szwajcarii, Luksemburgu, Irlandii, Szwecji, Danii, Norwegii, Francji, Finlandii i Holandii, Niemczech, od stycznia 2015 również w Australii i Nowej Zelandii, oraz za pośrednictwem poczty na terenie Stanów Zjednoczonych i Polski. Obecnie Netflix to głównie telewizja internetowa z 48 milionami użytkowników w ponad 40 krajach (w styczniu 2016 r. Netflix znacznie poszerzył zasięg – przyp. red.).

różnica w odbiorze serialu emitowanego na bieżąco w stosunku do jego produkcji, a emisji po wielu latach od premiery.

Jako ważny kontekst posłuży serial *Miasteczko Twin Peaks* (1990–1991, wznowienie w 2017). Dzięki temu przykładowi wskażę, jak widzowie reagują na serial obarczeni etykietką jego kultowości, a jak reagowali na premierową emisję.

Pomiędzy ramówkowym oglądaniem a maratonami organizowanymi na własny użytek jest wiele oczywistych różnic, ale nie dotyczą one tylko kwestii wieku, stylu życia, miejsca zamieszkania, o czym zwykle mówi się sprowadzając torrenty do poręcznego narzędzia w rękach młodych ludzi z wielkich miast, a telewizję publiczną uznając za domenę ludzi starszych z małych miasteczek. Mnie bardziej od metryk interesuje, co umyka widzowi oglądającemu 24 odcinki w tydzień zamiast rocznej emisji tydzień po tygodniu. Czy oglądając zachłannie tracimy coś z oczu (dorastanie/starzenie bohatera, rytuały dnia codziennego, jego nawyki, zmiany stylu życia, zmiany w otoczeniu)?

2. Zachłanne oglądanie w dobie konwergencji⁵ mediów

2.1. Czy wszyscy jesteście fanami?

Binge-watching (w wersji polskiej – zachłanne oglądanie), czyli zjawisko kompulsywnego oglądania seriali, zwane także „szałem oglądania”, od co najmniej dekady znacząco wpływa na życie wielbicieli seriali. Wraz z pojawieniem się technologicznego zaplecza umożliwiającego nam bez większego wysiłku oglądanie seriali⁶ w dowolnej liczbie i o dowolnej porze, znacząco zmieniły

⁵ Henry Jenkins tak komentował zjawisko: „Witajcie w kulturze konwergencji, gdzie krzyżują się stare i nowe media, gdzie zderzają się produkcje korporacyjne i fanowskie, gdzie władza producenta mediów wchodzi w nieprzewidziane interakcje z władzą ich konsumenta. Kultura konwergencji to przyszłość – ale już teraz ta przyszłość nabiera kształtów. Konsumenti będą w niej silniejsi, ale tylko wtedy gdy tę siłę zauważą i wykorzystają – zarówno jako konsumenci i obywatele, jak i jako pełnoprawni uczestnicy naszej kultury” (więcej w: Jenkins 2007: 250).

⁶ Teoretycznie możemy powiedzieć, że już epoka kaset VHS dawała nam taką możliwość, ale jak wiadomo, śledzenie programu telewizyjnego i nagrywanie na kasetę konkretnych odcinków serialu, aby obejrzeć je hurtowo w czasie wolnym, wymagało większego wysiłku niż obecnie zakup całego sezonu serialu na płytach DVD bądź pobranie seriali nieautoryzowanymi kanałami dystrybucji, czy też skorzystanie z platformy udostępniającej za darmo wyemitowane już w macierzystych stacjach telewizyjnych odcinki danego serialu.

się nasze rytuały dotyczące konsumowania treści popularnych, a także zrewidowaliśmy myślenie o tym, jak zagospodarujemy czas wolny. Oglądanie seriali w ilościach hurtowych, czyli w liczbie powyżej dwóch odcinków podczas jednego seansu wypełnia widzom nie tylko weekendy albo dni świąteczne, czy po prostu wolne od nauki i pracy – wraz z rozwojem mediów mobilnych coraz częściej seriale oglądamy także w podróży, podczas treningów siłowych, albo w oczekiwaniu na wizytę lekarską. Możemy śmiało stwierdzić, że seriale (o ile tylko zaopatrzymy się w odpowiednie wsparcie technologiczne) możemy oglądać w dowolnym miejscu i czasie. Włączenie przenośnego sprzętu elektronicznego w poczekalni jest tym samym, co jeszcze dwie dekady wcześniej przeglądanie gazet w oczekiwaniu na swoją wizytę u dentysty, cięcie włosów, czy przymiarzkę krawiecką. Warto w tym miejscu zastanowić się, czy oznacza to, że dzisiaj wszyscy jesteśmy fanami?

Jak podkreślają Filiciak i Tarkowski (2014: 23):

Fanów, spośród wszystkich odbiorców, wyróżnia silna, symbiotyczna więź z produktami kultury. Więzy, która dużą część z nich zmusza do tworzenia (oczywiście istnieją również fani przeżywający swoją miłość do kultury bardziej biernie). Twórczość to jednak specyficzna, bo spleciona z utworami, które wcześniej poznali jako odbiorcy. Fanów spośród odbiorców wyróżnia więc aktywność, a spośród innych twórców amatorów – namiętność, jaką darzą produkty kultury (najlepiej popularnej i komercyjnej).

Namiętność fanów (w poniższych rozważaniach interesują mnie nie tylko fani aktywni, ale przede wszystkim fani bierni, którzy poza nałogowym oglądaniem ograniczają się na ogół do dyskusji na temat obejrzanych odcinków danego serialu) powoduje, że skłonni są oni do wielu poświęceń, jak i wysiłku mającego na celu przynajmniej promowanie produktu popkultury, ich zdaniem godnego uwagi. Obecnie objawia się to przede wszystkim w postaci zachęcania znajomych do wspólnego oglądania serialu, który może – zdaniem fana – zainteresować szersze grono przyjaciół. Maratony nie są tylko okazją do obejrzenia kilku odcinków danej produkcji, ale i do spotkania towarzyskiego, wspólnego przeżywania wydarzeń z serialu, cieszenia się sukcesami ulubionych bohaterów, a także przeżywania ich porażek. Rozwinięcie silnych emocji widza wobec postaci małego ekranu

jest coraz częściej komentowane nie tylko przez samych fanów produkcji serialowej, publicystów, czy kulturoznawców, ale i lekarzy. W roku 2015 pojawiły się dwa badania przeprowadzone przez naukowców, które bezpośrednio dotyczą kwestii zachłannego oglądania i serialowych maratonów.

American Heart Association opublikowało wyniki badań prowadzonych przez lata na osobach, które mają zwyczaj oglądać telewizję przez więcej niż 3 godziny dziennie. Okazuje się, że niebezpieczeństwo przedwczesnej śmierci jest w ich przypadku dwa razy wyższe niż w przypadku osób, które siedzą przed telewizorem godzinę lub mniej dziennie. Badanie było prowadzone przez 8 lat na ponad 13 tys. osób. 97 osób w tym czasie zmarło – z czego 46 na raka, a 19 z powodu chorób układu sercowo-naczyniowego. Lekarze nie mają wątpliwości: siedzenie przed telewizorem (ekrany laptopów nie są lepsze) to najgorszy sposób spędzania wolnego czasu, bo nie tylko się nie ruszamy, ale często jeszcze przy tym coś przegryzamy (Wawrzyn: 2014)⁷.

Kolejne badanie, prowadzone przez naukowców z Uniwersytetu w Teksasie, dowodzi związków między kompulsywnym oglądaniem a tendencją do wpadania w depresję i negatywne stany emocjonalne. Badacze podkreślają, co nie jest zaskoczeniem, że każde zachowanie kompulsywne (nawet z pozoru tak niewinne jak oglądanie seriali) może doprowadzić do poważnych konsekwencji zdrowotnych, nie tylko *stricte* fizycznych, ale i pogłębić problemy dotyczące psychiki widza. Konkluzje, jak zwykle w takich przypadkach, są przewidywalne – polecany jest zdrowy rozsądek i umiar, także przy oglądaniu seriali⁸. Okazuje się, że status ontologiczny fana spędzającego czas przed ekranem telewizora albo monitorem komputera, także bywa niebezpieczny. Nie sposób oprzeć się wrażeniu, że nasze doświadczenia mogą niepokojąco zbliżać się do tego, co z przerażeniem obserwowaliśmy podczas pokazów kultowego już filmu *Requiem dla snu* (2000). Czy możliwe jest, że, podobnie jak Sara Goldfarb, matka głównego bohatera, zatracamy się w świecie serialowej fikcji nie widząc jak każdego dnia tracimy kontakt

⁷<http://www.hollywoodreporter.com/news/binge-watching-tv-may-be-71522> [dostęp: 03.07.2014].

⁸ <http://lekturaobowiazkowa.pl/na-ekranie/binge-watching-jasne-i-ciemne-strony-szalu-ogladania/> [dostęp: 19.07.2015].

z rzeczywistością pozaekranową? Niewątpliwie przytoczone wyżej badania stanowią rodzaj przestrogi przed całkowitym oddaniem się kuszącym światom telewizyjnych narracji.

2.2. Maratony serialowe. Oglądając zachłannie *Z Archiwum X*

Przykład serialu *Z Archiwum X* jest interesujący i godny uwagi z kilku powodów. Przede wszystkim jest to serial, który łączy dwie epoki – analogową i cyfrową. Z jednej strony mówimy o nim jako przypadku serialu, który obecnie większość młodych dorosłych widzów polskich (z roczników 80. i wczesnych 90.) uznaje za pierwszy serial oglądany świadomie, często ze strachem i wbrew woli rodziców. Wielu widzów wspomina *Z Archiwum X* jako swoje poważne i silne emocjonalnie doświadczenie telewizyjne, które dzielone było ze znajomymi z sąsiedztwa, kolegami i koleżankami z klasy, czy najbliższymi przyjaciółmi. Dla polskich widzów początek lat 90. to okres, w którym o Internecie, dostępnym w formie jaką znamy dzisiaj, mogliśmy jedynie myśleć w kategoriach science fiction, a główne źródło wiedzy o programach telewizyjnych stanowiła telegazeta. Z tego powodu serial *Z Archiwum X* wspominany jest nieco nostalgicznie, jako przykład wdzięcznego retro-serialu, który chętnie od czasu do czasu oglądamy ze znajomymi w ramach podróży sentymentalnej. Z drugiej zaś strony dla widzów amerykańskich *Z Archiwum X* to jeden z pierwszych seriali, który omawiali w Sieci tworząc prototypowe i pionierskie fora dyskusyjne⁹. Zatem recepcja widzów polskich i amerykańskich była zupełnie odmienna.

⁹ Brian Lowry (1997: 227) o najbardziej aktywnych fanach pisał następująco: „*Z Archiwum X* otworzył własną stronę w Internecie 12 czerwca 1995 roku, ale fani serialu działali już znacznie wcześniej. Przedstawiciele Delphi, jednego z serwisów »on-line«, szacują, że w sesjach poświęconych *Z Archiwum X* uczestniczy miesięcznie około 25 000 użytkowników sieci, a więc jest ich znacznie więcej niż tych, którzy dyskutują na temat wszystkich pozostałych seriali Foxa dostępnych w Internecie. Odbywają się co najmniej cztery sesje tygodniowo. W niedzielę wieczorem przed komputerami zasiadają członkowie Klubu Wielbicieli Davida Duchovny’ego (w dniu jego urodzin grupa wielbicieli urządziła aktorowi »prawdziwe przyjęcie« z prawdziwymi podarkami; inna grupa nazwała się Brygadą Estrogenową Davida Duchovny’ego), we wtorek odbywa się dyskusja na temat zjawisk paranormalnych, w piątek rozmowa »na gorąco« po kolejnym odcinku, w sobotę zaś ogólna dyskusja o serialu. Istnieje również mniej formalna, choć bardzo przebojowa

Na tym jednak nie kończą się powody, które czynią ten serial godnym uwagi ze względu na odmienny odbiór widowni polskiej i amerykańskiej. Początek 2015 roku zaowocował informacją o decyzji stacji FOX, aby *Z Archiwum X* reaktywować w formie miniserialu¹⁰. Emisję 6 nowych odcinków zaplanowano na styczeń i luty 2016 (premiera 1. odcinka miała miejsce 24 stycznia 2016). Fakt ten oraz cyklicznie pojawiające się informacje z planu zdjęciowego¹¹, jak również liczne wywiady¹² udzielane przez obsadę aktorską spowodowały, że widzowie na nowo zaczęli interesować się swoim pierwszym serialowym doświadczeniem. Reaktywowane zostały dawno porzucone dyskusje na forach internetowych, publicyści wyjątkowo chętnie i licznie publikowali teksty wspomnieniowe na temat serialu¹³, a widzowie postanowili odświeżyć sobie wszystkie 9 sezonów, aby móc wkroczyć w rok 2016 z pełną wiedzą na temat mitologii *Z Archiwum X*. Rozpoczęło się istne szaleństwo, które swoje apogeum osiągnęło w Sieci. Tym razem nie widać różnicy między entuzjastycznym oczekiwaniem widzów amerykańskich i polskich.

Maratony serialu *Z Archiwum X* organizowane w latach 90. różniły się od tych współczesnych przede wszystkim tym, że widzowie (z oczywistych względów) nie wiedzieli, jaki będzie finał oglądanej historii, a więc mogli snuć własne scenariusze. Mogli także, nawet organizując prywatne domowe pokazy kilku odcinków serialu, powoli analizować świat przedstawiony, ponieważ ilość dostępnych odcinków była ograniczona (wciąż jest ograniczona, ale bardzo liczna – 202; nie sposób obejrzeć 9 sezonów serialu i 2 filmów kinowych w wolny weekend). Wraz z popularnością serialu wzrósł entuzjazm widzów wobec uczestnictwa w fanowskich zjazdach:

Brygada Testosteronowa Gillian Anderson, jednak wszystko wskazuje na to, że są nieco bardziej powściągliwi niż ich żeński odpowiednik”.

¹⁰ http://wyborcza.pl/1,75475,17652983,To_byla_13_letnia_przerwa_na_reklamy_Z_Archiwum.html [dostęp: 27.07.2015].

¹¹ <http://www.serialowa.pl/103267/mulder-i-scully-w-nowym-teaserze-z-archiwum-x/> [dostęp: 24.07.2015].

¹² <http://www.tvp.info/20407366/no-to-sie-zaczyna-ruszyly-zdjecia-do-serialu-z-archiwum-x> [dostęp: 10.06.2015], <http://www.ew.com/article/2015/05/26/x-files-david-duchovny> [dostęp: 26.05.2015].

¹³ http://wyborcza.pl/1,75475,17392159,Niech_nie_wraca_Z_Archiwum_X_ORBITOWSKI.html [dostęp: 11.02.2015].

Od pierwszego zjazdu w San Diego w czerwcu 1995, w którym uczestniczyło około 25 000 osób, jest ich coraz więcej i więcej. Do końca 1995 zaplanowano jeszcze dwadzieścia i przewiduje się, że weźmie w nich udział od 35 000 do 40 000 ludzi.

Na tych jednodniowych imprezach – organizowanych przez Creation Entertainment, firmę, która organizowała zjazdy miłośników *Star Trek*, i promowanych reklamami nadawanymi w miejscowych sieciach telewizyjnych związanych z Foxem – uderza przede wszystkim różnorodność uczestników. Przyjeżdżają starzy i młodzi, poruszający się z trudem starcy i młodzi rodzice z niemowlakami w wózkach i berbeciami na rękach. Przyjeżdżają ludzie wszelkich nacji i kolorów skóry, ponieważ łączy ich zainteresowanie serialem.

Na zjazdach można spotkać aktorów i twórców *Z Archiwum X*, można też odwiedzić muzeum rekwizytów, by obejrzeć zakrwawioną nogę dzikiej świni wysłaną więźniowi w *F. Emasculata* albo replikę zwłok kosmity z *Anasazi*. Dokądkolwiek by się poszło, trudno jest ukryć zaskoczenie pasją, z jaką fani podchodzą do serialu (Lowry 1997: 228).

Obecnie odpowiedź na zjazdy organizowane w latach 90. stanowi częsty udział twórców i obsady aktorskiej serialu w wydarzeniach typu *Comic-Con International: San Diego*¹⁴, czy *New York Comic Con*. Już w 2013 odbył się w San Diego (mimo że oficjalnie nie planowano wówczas reaktywacji serialu) godzinny panel dyskusyjny z gwiazdami serialu i wszystkimi scenarzystami. Na spotkanie przybyła ogromna liczba fanów w różnym wieku, tych którzy oglądali serial w latach 90., jak i tych, którzy stali się fanami znacznie później i poznawali *Z Archiwum X* na własną rękę według indywidualnie ustalonego grafiku emisji.

Niewątpliwie świat przedstawiony serialu – pełen spiszków rządowych tropionych przez agenta specjalnego FBI Foxa Muldera (w tej roli David Duchovny) i towarzyszącą mu patolog i agentkę specjalną FBI Danę Scully (Gillian Anderson) – pozwala na ograniczone jedynie wyobraźnią kontynuowanie historii i budowanie alternatywnych scenariuszy. Warto jednak w tym miejscu zastanowić się nad tym, na ile maraton serialowy pozwala dobrze zrozumieć tak specyficzny i skomplikowany serial,

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=scnPMpDHmrM> [dostęp: 19.07.2013].

w którym mnogość niuansów wpływa na kształt ostateczny i właściwe zrozumienie sytuacji bohaterów.

Posłużę się własnym doświadczeniem i elementem auto-etnograficznej analizy oraz wyprowadzę wnioski z dwóch sposobów oglądania serialu. Podobnie jak większość widzów urodzonych w połowie lat 80., także oglądałam serial *Z Archiwum X* w drugiej połowie lat 90., gdy emitowała go premierowo TVP2. Wówczas z uwagi na małe doświadczenie w obcowaniu ze światem telewizyjnych narracji, wyżej ceniłam sobie odcinki, które nazywamy *Monster-of-the-Week*, ponieważ nie były one związane z mitologią serialu, a tym samym możliwe było pełne zrozumienie przebiegu fabularnego bez znajomości skomplikowanych układów i zobowiązań, w które uwikłani byli agenci Mulder oraz Scully. Z tego też powodu chętnie, wraz ze szkolnymi kolegami, poddawałam szczegółowej analizie odcinki takie jak *Squeeze* (sezon 1, odcinek 3; w którym po raz pierwszy pojawia się Eugene Tooms, potrafiący wciskać się w najwęższe szczeliny i co trzydzieści lat budzący się z hibernacji, aby po raz kolejny zabijać), albo *Fire* (sezon 1, odcinek 12; w którym Mulder i Scully spotykają zamachowca potrafiącego rozniecać ogień za pomocą własnej dłoni), czy też *Miracle Man* (sezon 1, odcinek 18; w którym agenci prowadzą śledztwo w sprawie młodego uzdrowiciela wykorzystującego swoją moc do uczynków dobrych, jak i złych), ponieważ były to zamknięte historie, nad którymi łatwiej mogłyśmy zapanować niż nad wielowarstwową, wymagającą dobrej znajomości historii Stanów Zjednoczonych (z uwzględnieniem osiągnięć astronomii i informatyki) i mnogości kontekstów, których wówczas nie znałyśmy, mitologią serialu stanowiącą misterną strukturę świata przedstawionego *Z Archiwum X*.

Nie można zapomnieć o tym, że lata 90. to także w Polsce okres, kiedy opinia publiczna interesowała się zjawiskami nadprzyrodzonymi, paranormalnymi, a tym samym emisji serialu sprzyjał społeczny klimat do dyskusji o tym, czy wiara Muldera w UFO ma jakiekolwiek umocowanie w rzeczywistości. Widzowie z zainteresowaniem śledzili relacje na temat kręgów w zbożu i innych, mających choćby pozory wiarygodności wydarzeń rzekomo świadczących o istnieniu obcych cywilizacji.

Porównując oglądanie naiwne, nieregularne i rozłożone w czasie z lat 90. z maratonami, który odbyłam na przełomie

2014 i 2015 w ciągu kilku miesięcy (w czasie których obejrzałam 202 odcinki serialu i dwa filmy kinowe) zauważam, że:

- 1) porzucając kalendarz emisji telewizyjnej rozłożony na kilka lat tracimy z uwagi szczegóły, jak na przykład zmieniające się pory roku, grafik świąt obchodzonych przez bohaterów, proces ich starzenia – z tego powodu nie dostrzegamy np. zmian następujących między jednym Świętem Dziękczynienia a kolejnym, bowiem 20 odcinków obejrzanych w 5 dni nie pozwala na odbycie naturalnej podróży przez cały rok wraz z bohaterami;
- 2) pamiętamy własną reakcję na wiele ważnych wydarzeń z życia postaci, ponieważ najprawdopodobniej śledziliśmy je kilka godzin wcześniej (mimo że ramówkowa emisja zakłada miesięczną przerwę między zaistnieniem wydarzenia A i B);
- 3) tracimy czas na refleksję, która w przypadku seriali nowej generacji bywa niezbędna (*Z Archiwum X* wymagało od widza uwagi i koncentracji, a także odpowiedniej interpretacji detali, które pojawiały się niejako mimochodem w świecie przedstawionym);
- 4) najbardziej oczywiste wydaje się to, że oglądając serial emitowany przez dekadę i skracając indywidualnie okres emisji do kilku miesięcy, nie zauważamy, że zaczynaliśmy przygodę z postaciami mającymi 30 lat, a kończymy z ludźmi 40-letnimi (nie dostrzegamy zmian fryzur, drobnych zmarszczek, powolnego procesu łysienia, zmian stylu ubierania, zmian w zachowaniu, procesu dojrzewania, o ile nie jest on manifestowany w sposób ewidentny);
- 5) oglądając „hurtowo” zauważamy zmiany nawyków, np. że bohater przeniósł się w końcu z kanapy do sypialni, ale nie widzimy różnicy między kolorami koszul, które zakłada, nie dostrzegamy, czy charakterystyka postaci sugeruje nagłą chorobę, dostrzegamy sygnalizowane zmiany, ale nie potrafimy odnotować niuansów;
- 6) niewątpliwą zaletą maratonów jest możliwość „utonięcia” w świecie bohaterów, pełnej identyfikacji z ich problemami niezakłóconej przygotowywaniem przez nas obiadu, czy też wyjściem po zakupy albo zwyczajnym zapomnieniem o tym, co wydarzyło się miesiąc temu;

- 7) problem stanowi natomiast brak dystansu wobec oglądanych wydarzeń – przy 4. odcinku oglądanym danego dnia, gdy poprzedni tydzień spędziliśmy podobnie, tracimy ostrość sądów, w pełni zawierzamy (albo zdecydowanie je dyskredytujemy) decyzjom bohaterów, nie dajemy sobie możliwości zdystansowanej i wyważonej oceny wydarzeń.

3. Seriale kultowe. *Miasteczko Twin Peaks* – różnice ocen podczas emisji premierowej i powtórkowej

„Kłopot z telewizją jest taki, że człowiek musi siedzieć i wpatrywać się w ekran; przeciętna rodzina amerykańska nie ma na to czasu” (cyt. za Łuczaj 2013: 51) – „New York Times” najpewniej w latach 30. tak skomentował pojawiające się pierwsze transmisje telewizyjne i nową sytuację amerykańskiego widza. Dzisiaj jesteśmy zdumieni, że tak dalece można było pomylić się w ocenie potencjału, jaki drzemał w telewizyjnym medium. Jednakże w tym werdykcie jest sporo prawdy – „człowiek musi siedzieć i wpatrywać się w ekran”.

Trudność jest tym większa, im większa presja spoczywa na widzu. Tak dzieje się w przypadku seriali określanych mianem kultowych. Najlepszy przykład stanowi *Miasteczko Twin Peaks*, obraz który mimo 25 lat jakie upłynęły od premiery wciąż cieszy się niesłabnącą popularnością¹⁵. Jest to serial, którego nie wypada nie znać i na ogół nie jest mile widziane poddawanie go drastycznej krytyce. Przeglądając materiały pojawiające się w mediach przy okazji informacji o decyzji Davida Lyncha o realizacji nowych odcinków serialu, z łatwością zauważymy, że dziennikarze pisali o *Miasteczku* w samych entuzjastycznych słowach. Naturalnie narzuca się pytanie, czy aby wszyscy, którzy musieli zadość uczynić dziennikarskiemu obowiązkowi, w istocie serial oglądali.

¹⁵ Także *Miasteczko Twin Peaks* doczekało się decyzji o reaktywacji produkcji; nowe odcinki serialu wyemituje stacja Showtime w 2017.

3.1 Kto zabił Laurę Palmer? Recepcja serialu po polskiej premierze w TVP1

Sytuacja *Miasteczka Twin Peaks* jest analogiczna do serialu *Z Archiwum X* – widzowie urodzeni w latach 80. mieli szansę oglądać choćby przez przypadek odcinek *Miasteczka* i zastanawiać się nad fabułą tej mrocznej i pełnej tajemnic produkcji. Wielu widzów z rozrzewnieniem wspomina czasy, gdy przez nieuwagę rodziców oglądali serial, który bardzo im się podobał i przerażał równocześnie, mimo że nie do końca jako dzieci byli świadomi, z czym mają do czynienia. *Kto zabił Laurę Palmer?* Wszyscy słyszeliśmy to hasło promujące, deklamowane przez lektora zachęcającego do obejrzenia kolejnego odcinka. Dla wielu widzów serial ten stał wzorem produkcji telewizyjnej niczym idealny kilogram znajdujący się w Sevrès pod Paryżem. Nie przez przypadek serial doczekał się miana „kultowego”, jak i wyznaczył cezurę oddzielającą telewizję zdominowaną przez opery mydlane od telewizji emitującej seriale nowej generacji.

Niedzielną emisję serialu była dla dzieci czymś wyjątkowym. Bywało, że cały dzień młody widz spędzał na tym, aby wymóc na rodzicach zgodę na oglądanie serialu albo obmyślał strategię, jak obejrzeć odcinek bez ich wiedzy i aprobaty¹⁶. Tamte młodzieńcze emisje znacząco wpłynęły na dzisiejszy, pozytywny odbiór. Wielu widzów, w latach 90. zbyt młodych, aby zrozumieć wielowarstwową fabułę produkcji, dzisiaj oczekuje powrotu serialu. Wpływ na to mają wspomnienia z okresu, gdy niedzielne wieczory wiązały się z zakazanim pokazem:

Telewizja [a konkretnie niedzielna emisja *Miasteczka Twin Peaks* – przyp. M.M.] strukturyzowała więc ich czas. Konkretny serial pełniłby w tej perspektywie funkcję punktu orientacyjnego, dzięki któremu nie jesteśmy narażeni na zagubienie się w świecie. (...) Świat ulubionego serialu może być sposobem ucieczki od problemów, który pozwala uwolnić się od jak najbardziej realnych problemów codzienności (Giddens 2010: 58-66, za Łuczaj 2013: 61).

¹⁶ <http://www.filmweb.pl/serial/Miasteczko+Twin+Peaks-1990-37-003/discussion/Ten+serial+zniszczy%C5%82+mi+psychik%C4%99+w+-dzieci%C5%84stwie.1819741> [dostęp: 27.07.2015].

Świat *Miasteczka Twin Peaks* dopełniał marzeń o przygodzie i tajemnicy, których młodzi widzowie chętnie wypatrywali w czasie letnich wakacji.

W przypadku recepcji serialu przez najmłodszych widzów, do których serial nie był skierowany, nie ma mowy o skupianiu się na wszystkich elementach bogatego świata przedstawionego. Niewątpliwie jednak dzieci oglądały *Miasteczko Twin Peaks* po części jako serial spokrewniony ze światem Narnii – Twin Peaks to również kraina pełna tajemnic i ekscentrycznych mieszkańców, których wizerunek (Dama z Pieńkiem) i styl życia był nietypowy dla postaci z „dorosłego” serialu obyczajowego. Dzieci oglądały serial z powodu tajemnicy, z pewnością także tropiąc zagadkę kryminalną, ale głównie z powodu osobliwości świata przedstawionego mającego wiele cech wspólnych z baśnią.

U widzów dorosłych na decyzję o obejrzeniu serialu wpłynął prawdopodobnie fakt, że *Miasteczko Twin Peaks* wyreżyserował i stworzył David Lynch – ceniony reżyser, słynący z nietuzinkowych rozwiązań fabularnych i niecodziennych światów przedstawionych swoich dzieł oraz, podobnie jak w przypadku polskiej emisji *Dynastii* (1981–1989), wielka popularność tych seriali na zachodzie Europy i wśród amerykańskiej publiczności.

Obecnie serial cieszy się powodzeniem również dlatego, że obejrzenie 30 odcinków dwóch sezonów możliwe jest do zrealizowania w niespełna tydzień, a zatem nie wymaga to tak wielkiego wysiłku, jakim jest wygospodarowanie wolnego czasu na obejrzenie np. *Z Archiwum X*. Zatem nawet jeśli ktoś nie oglądał dotychczas serialu, a odczuwa presję otoczenia sugerującego, że jest to pozycja obowiązkowa dla fana popkultury, może dość szybko ten brak uzupełnić, co w epoce permanentnego deficytu czasu i rozważnego nim dysponowania jest wielką zaletą.

Znajomość serialu Lyncha daje wiele przywilejów. Nie chodzi jedynie o czerpanie przyjemności z oglądania jego dzieła, ale przede wszystkim o wzbogacanie własnego kapitału kulturowego (więcej na ten temat w tekście Major 2013). Z tego powodu obecnie, gdy dany serial określany jest mianem kultowego, niezwykle trudno przyznać się do jego nieznajomości, a równie trudno jest przebić się w medialnym szumie z oceną krytyczną omawianego tytułu. Zauważyli to redaktorzy satyrycznego

dziennika „Aszdzienik” i stworzyli listę 7 fikcyjnych seriali, o których możemy opowiadać natarczywym znajomym, gdy pocujemy się przygniecieni przez nich presją dotyczącą obejrzenia kolejnych „kultowych” tytułów, które nam polecają¹⁷.

W przypadku *Miasteczka Twin Peaks* mimo entuzjazmu wobec serialu, część widowni poprzestała na obejrzeniu 1. sezonu. Obecnie jednak media i sami fani serialu starają się o tym zapomnieć, a przecież w czasie emisji 2. sezonu serialu pojawiło się wiele krytycznych głosów i nie da się tego zbagatelizować. Z tego powodu część fanów *Miasteczka Twin Peaks* obawia się nowych odcinków serialu, które mogą rozczarować widzów spodziewających się wyśrubowanego i być może niepowtarzalnego poziomu 1. sezonu.

Wiadomo już, że serial nie powróci wraz z całą oryginalną obsadą. Kilku aktorów przedwcześnie zmarło (Catherine Coulson – Dama z Pieńkiem, Frank Silva – Bob, Jack Nance – Pete Martell, Don S. Davis – Garland Briggs, Dan O'Herlihy – Andrew Packard i John Boylan – Dwayne Milford), a niektórzy jak Michael Ontkean (czyli szeryf Harry S. Truman) zakończyli kariery i nie chcą wracać do zamkniętych projektów.

4. Torrenty vs. ramówka telewizyjna

4.1. Podsumowanie

W kwestii wyboru metody obcowania z treściami telewizyjnymi narosło wiele mitów, ale wciąż jeszcze zbyt mało wiemy na temat najnowszych zwyczajów polskich widzów, aby przesądzać o kierunkach, które wybiorą w najbliższej przyszłości. Głosy publicystów i badaczy sugerują, że torrenty są narzędziem, z którego najchętniej korzystają młodzi internauci. Oczywiście jest, że czerpanie z nieautoryzowanych kanałów dystrybucji wymaga pewnej znajomości środowiska internetowego i kompetencji, aby dokonać pobrania serialu na dysk. Równocześnie korzystanie z torrentów niewątpliwie sugeruje, że mamy do czynienia z wielbicielami serialowych maratonów, bo to właśnie torrenty dają możliwość obcowania z dowolnie wybranym serialem w dowolnej liczbie jego odcinków.

Należy jednak pamiętać, że pomiędzy torrentami a programem ramówkowym znajduje się wiele rozwiązań pośred-

¹⁷ <http://aszdzienik.pl/115369,7-fikcyjnych-seriali-ktorymi-zamkniesz-usta-namolnym-imprezowym-polecaczom-seriali> [dostęp: 21.10.2015].

nich, jak płyty DVD, platformy umożliwiające darmowe i legalne oglądanie wyemitowanych już filmów i seriali, a także VOD dostępne na stronach poszczególnych stacji telewizyjnych. Na ogół to właśnie możliwość korzystania z szerokiego spektrum rodzajów dostępu do treści łączy grupy młodych widzów, jak i tych nieco starszych. Ze wzrostem kompetencji widza możliwe jest budowanie indywidualnej ramówki telewizyjnej przy użyciu rozmaitych metod, nie znaczy to jednak, że najbliższe lata podzielą widzowie na dwa obozy: internetowy i tradycyjny. Zauważamy raczej postępującą fragmentaryzację widowni, ale w różnych kierunkach, a nie jedynie dwóch najchętniej omawianych. Jak wskazuje Filiciak:

Należy również zachować świadomość, że „jakościowy” dyskurs towarzyszący produkcjom amerykańskich sieci kablowych podszyty jest elityzmem, bo drugą jego stronę stanowi wysoka ekonomiczna „jakość” ich odbiorców. Wydaje się, że ten temat sam w sobie może być przyczynkiem do badań mediów i do dyskusji o widoczności w publicznych dyskusjach programów, które są nie tyle najbardziej popularne, co popularne wśród uprzywilejowanych, kontrolujących dominujący medialny dyskurs. (...) Telewizory wciąż zajmują centralne miejsce w wielu polskich domach. Jak wynika z raportu *Diagnoza społeczna*, w roku 2013 aż 64, 5% Polaków posiadało w domu telewizor plazmowy lub LCD (Filiciak 2014: 236-237).

Być może więc przedwcześnie ogłosiliśmy śmierć tradycyjnie rozumianej telewizji?

Bibliografia:

- Filiciak Mirosław, 2014, *Polscy cord-cutters, amerykańskie seriale i studia nad telewizją w: Władcy torrentów. Wokół angażującego modelu telewizji*, Gdańsk, s. 235.
- Filiciak Mirosław, Tarkowski Alek, 2014, *Dwa zero. Alfabet nowej kultury i inne teksty*, Warszawa.
- Godzic Wiesław, 2002, *Telewizja jako kultura*, Kraków.
- Jenkins Henry, 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa.
- Lowry Brian, 1997, *Prawda leży daleko. Oficjalny przewodnik po serialu „Z Archiwum X”*, tłum. Jan Kraśko, Kraków.
- Łuczaj Kamil, 2013, *Świat z drugiej strony ekranu. Studium recepcji treści kultury popularnej przez kobiety wiejskie*, Kraków.

- Major Małgorzata, 2013, *All „bad” things must come to an end. Wokół problematyki dramatu jakościowego (na przykładzie serialu „Breaking Bad”)*, „Kultura Popularna”, tom 2, numer 36, s. 70-81, http://kulturopopularna-online.pl/abstracted.php?level=4&id_issue=870522 [dostęp: 14.07.2014].
- Orbitowski Łukasz, 2015, *Niech nie wraca „Z Archiwum X”*, wyborcza.pl, http://wyborcza.pl/1,75475,17392159,Niech_nie_wraca_Z_Archiwum_X_ORBITOWSKI_.html [dostęp: 11.02.2015].
- Wawrzyn Marta, 2014, *Serialowe maratony mogą nas zabić. Dosłownie*, serialowa.pl, <http://www.serialowa.pl/78019/serialowe-maratony-moga-nas-zabic-doslownie/> [dostęp: 03.07.2014].

Strony internetowe:

- <http://aszdziennik.pl/115369,7-fikcyjnych-seriali-ktorymi-zamkniesz-usta-namolnym-impresowym-polecaczom-seriali> [dostęp: 21.10.2015].
- <http://lekturaobowiazkowa.pl/na-ekranie/binge-watching-jasne-i-ciemne-strony-szalu-ogladania/> [dostęp: 19.07.2015].
- <http://tiii.me/> [dostęp: 27.07.2015].
- <http://tvnights.pl/> [dostęp: 27.07.2015].
- <http://www.ew.com/article/2015/05/26/x-files-david-duchovny> [dostęp: 26.05.2015].
- <http://www.filmweb.pl/serial/Miasteczko+Twin+Peaks-1990-370-03/discussion/Ten+serial+zniszczy%C5%82+mi+psychik%C4%99+w+dzieci%C5%84stwie,1819741> [dostęp: 27.07.2015].
- <http://www.hollywoodreporter.com/news/binge-watching-tv-maybe-71522> [dostęp: 03.07.2014].
- <http://www.polskieradio.pl/9/3851/Artykul/1473132,Lancuchowe-ogladanie-seriali-czyli-maratonski-dystans> [dostęp: 09.07.-2015].
- <http://www.tvp.info/20407366/no-to-sie-zaczyna-ruszyly-zdjecia-do-serialu-z-archiwum-x> [dostęp: 10.06.2015].
- http://wyborcza.pl/1,75475,17652983,To_byla_13_letnia_przerwa_na_reklamy_Z_Archiwum.html [dostęp: 27.07.2015].
- <https://www.youtube.com/watch?v=scnPMpDHmrM> [dostęp: 19.07.2013].

Dominika Agata Myślak, Martyna Małgorzata Siudak

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

***Na Wspólnej* w mediach społecznościowych, czyli „drugie życie” serialowych bohaterów**

Abstrakt:

Artykuł przedstawia funkcjonowanie znanego polskiego serialu *Na Wspólnej* i jego bohaterów w przestrzeni internetowej, a dokładniej – na portalu społecznościowym Facebook. Materiały tam zamieszczane świadczą o istnieniu swoistej kontynuacji fabuły, nierzadko odmiennej od zamysłu scenarzysty. Analizie poddano ponad 100 fanpage’ów na Facebooku. Na tej podstawie wyodrębniono kategorie stron fanowskich dotyczących serialu *Na Wspólnej* oraz przedstawiono wybrane sposoby komunikacji administratorów stron z widzami za pomocą tego portalu społecznościowego.

Słowa kluczowe:

serial, *Na Wspólnej*, media społecznościowe, Facebook

(...) serial umocnił się jako gatunek i wyodrębnił jako tekst kultury. Nie jest już tylko towarem wypełniającym ramówkę telewizyjną, a nawet jeśli tak jest, to reprezentuje zdecydowanie inną jakość (Czas seriali 2014: 8).

Serial telewizyjny – geneza oraz przemiany gatunku

Od kilku lat można zaobserwować w polskim społeczeństwie zmianę w postrzeganiu seriali telewizyjnych, które dawniej były traktowane z przymrużeniem oka, dziś stają się obiektem intelektualnej mody. Jak zauważa Beata Łaciak, serial niemal od początku swojego istnienia był postrzegany jako produkcja telewizyjna o niskiej wartości. Winę za to ponosili nie tylko ich twórcy, którzy tworzyli słabe audiowizualne utwory, lecz także dziennikarze i sama publiczność, podkreślając, że serial „to tylko rozrywka, prosta, łatwa, docierająca bez problemów do każdego odbiorcy, niewymagająca przygotowania czy kompetencji kulturowych” (Łaciak 2013: 9). Obecnie produkcje telewizyjne zaczynają wychodzić z cienia filmu, zmieniając swój status i coraz celniej oddając obraz współczesnego świata, podobnie zresztą jak

seriale, które szybciej reagują na zmiany zachodzące w społeczeństwie, kulturze czy polityce (*Czas seriali* 2014: 7). Współcześnie „(...) doświadczamy prawdziwej eksplozji błyskotliwych seriali telewizyjnych, łamiących stereotypowe postrzeganie tej formy i zdobywających uznanie widzów oraz krytyków na całym świecie – w tym w Polsce” (*Post-soap* 2011: 7), a problemy poruszane w serialach stają się mocnym głosem w dyskursie poświęconym społecznym zagadnieniom.

Od dłuższego czasu telewizji w jej tradycyjnej formie wróżyć śmierć, na które to proroctwo odpowiedziała ona nowymi produkcjami, przywracającymi wiarę w żywotność tego medium, jak również w jeden z jej gatunków, czyli serial. To on, oprócz programów informacyjnych, gromadzi najliczniejszą widownię wśród telewizyjnych propozycji. Poza tym forma serialu nabrała nowego znaczenia i, jak zauważa Arkadiusz Lewicki, współcześnie jest to taki gatunek telewizyjny, który

...świetnie ilustruje zmiany, jakie zachodzą nie tylko w dzisiejszym pejzażu kulturowym, ale i życiu społeczno-obyczajowym. (...) Popkultura jest bowiem zarówno narzędziem kształtowania różnych postaw i sposobów myślenia, jak i odzwierciedleniem ewolucji, jakie zachodzą w społeczeństwach (Lewicki 2011: 5).

Dlatego nikogo nie powinien dziwić fakt, że seriale zaczęły odgrywać coraz większą rolę we współczesnym świecie, ukazywać zmiany w nim zachodzące i dostarczać wiedzy o tym, co dzieje się wokół nas. Mają więc, na swój sposób, funkcję globalizacyjną, są bowiem odbiciem społeczeństwa (Ojcewicz 2014a: 58). Agnieszka Holland natomiast stawia śmiałą tezę, że seriale są „znacznie ciekawsze niż kinowe produkcje”, pełnią bowiem funkcję XIX-wiecznej powieści¹.

Wcześniej serial był rozumiany jako

program telewizyjny, najczęściej fabularna opowieść filmowa (rzadziej dokument lub film animowany), prezentowana w regularnych odstępach czasu. Ukazuje, w skończonej liczbie odcinków, jedną opowieść, tworzącą zamkniętą fabularnie całość (Pisarek 2006: 194).

¹ http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,9625424,Holland_Wspolczesne_seriale_sa_znacznie_ciekawsze.html [dostęp: 15.07.2014].

Definicję tę można śmiało nazwać nieaktualną, chociażby dlatego, że w Polsce coraz więcej powstaje seriali klasyfikowanych jako *mock documentary*² oraz *docusoap*³, wywodzących się z tradycyjnego filmu dokumentalnego⁴. Poza tym powstają także seriale animowane, także dla dorosłych, cieszące się coraz większą popularnością (Twardoch 2011: 105-122). Inną definicję serialu podaje Wiesław Godzic⁵, który zwraca uwagę nie tylko na społeczny charakter seriali, poruszających najbardziej aktualne problemy życia codziennego i łamiących tabu, lecz także podkreśla jego edukacyjne funkcje (Godzic 2004: 39).

Początków serialu w telewizji można dopatrywać się już wtedy, gdy zaczęto dzielić dłuższe filmy na części. W obrębie seriali jako gatunku, można dokonać podziału na serie telewizyjne i seriale, czyli: seriale właściwe, opery mydlane i telenowełe⁶. Cechą charakterystyczną serialu jest zakończenie poszczególnych odcinków w formie *cliffhanger*, czyli zawieszenia akcji w najbardziej emocjonującym momencie. Celem tego chwytu

² Inaczej 'fałszywy dokument', łączy w sobie zarówno film fabularny, jak i dokumentalny. Cechą charakterystyczną jest użycie konwencji specyficznej dla dokumentu, co powoduje, że powstaje szczególna relacja przekaz medialny – rzeczywistość. Widz ma świadomość, że ogląda przekaz fikcyjny, ale jednocześnie wierzy, że jest on jak najbardziej prawdziwy, ponieważ *mock documentary* ukazuje zdarzenia prawdziwe, stapia bowiem prawdę i fikcję w jednym przekazie (Lewicki 2011: 21).

³ *Documentary soap*, tj. telenowela dokumentalna, to szczególny rodzaj serialu dokumentalnego, którego charakterystyczną cechą jest m.in. stojąca w opozycji do poważnych treści dokumentu rozrywka, a także ważne postacie oraz ekspresowy montaż jak w telenoweli, autorytatywny głos zza kadru i wszechobecna codzienność, górująca nad kwestiami społecznymi, zob. Lewicki 2011: 5 oraz Bruzzi 2000: 76 (cyt. za: Godzic 2004: 202).

⁴ W Polsce największą popularnością cieszy się *W11 – Wydział Śledczy* (TVN, widownia 1,9 mln osób) oraz *Malanowski i partnerzy* (Polsat, widownia 1,59 mln widzów). Por. <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/w11-najpopularniejszym-serialem-paradokumentalnym-slabo-szkola-zycia-top9#> [dostęp: 15.07.2014].

⁵ Według Godzica serial to narracyjna forma typowa dla telewizji, prezentująca w regularnych odstępach czasu epizody, zawierające rozgrywane się symultanicznie historie stałej grupy bohaterów. Serialami są zarówno opery mydlane, telenowełe, fabularne serie, miniseriale, jak i telenowełe dokumentalne (Godzic 2004: 37).

⁶ Dokładny opis i podział gatunków wewnątrz-serialowych można znaleźć w następujących opracowaniach: Lewicki 2011: 13-16, Nowicki 2006: 51.

jest nie tylko zaciekawienie i zaintrygowanie widzów dalszym rozwojem akcji, lecz także wywołanie poczucia „niedosytu wrażeń”, co powoduje, że wrócą przed ekran, niecierpliwie wyczekując kolejnego odcinka serialu – rozstrzygnięcia wydarzeń⁷. Wspomniane zawieszenie akcji można wykonać następująco:

- 1) „urwać” historię tuż przed samym jej rozwiązaniem;
- 2) przerwać akcję w chwili, kiedy dopiero się zaczęła;
- 3) przerwać „na niespodziankę”;
- 4) wprowadzić punkt zwrotny⁸.

Niektórzy badacze wiążą *cliffhanger* z „efektem Zeigarnik”⁹, polegającym na tym, że lepiej zapamiętane zostają sytuacje niedokończone, prowokujące napięcie i chęć poznania końcowego rozwiązania. W ten sposób utrzymuje się właśnie uwagę odbiorcy, ponieważ przez pełne napięcia zawieszenie powoduje się, że chce się dowiedzieć jeszcze więcej (Lakhani 2008: 189-190).

Nowe media a serial

Współcześnie dość często mamy do czynienia z pewnym fenomenem społeczno-odbiorczym związanym z „drugim życiem” serialu telewizyjnego. To „drugie życie” gatunku odbywa się w mediach społecznościowych. Zarówno fani, jak i osoby zajmujące się marketingiem w poszczególnych produkcjach, zakładają strony internetowe oraz profile seriali czy jego bohaterów, nie zawsze traktując je jako twór *stricte* medialny, a co za tym idzie – fikcyjny. Dzieje się tak dlatego, że media są pewnym ekwiwalentem rzeczywistości, przez co ludzie dość często myślą je właśnie z samą rzeczywistością. Związane jest to zarówno z wiekiem odbiorców, jak i z ich doświadczeniem oraz poziomem zaangażowania w przekaz medialny. Utożsamianie przekazu medialnego z prawdziwym światem, czyli tzw. *media equation*¹⁰ jest

⁷ *Cliffhanger* powstał w 1914 roku. Pierwotnie nosił nazwę „techniki intrygowania widza”. Polegała ona na tym, że urywano film w najbardziej ciekawym momencie, a następnie zapraszano na kolejny odcinek za tydzień (Płazewski 1995: 21; Lewicki 2011: 15).

⁸ Zob.: Nowicki 2006: 61 oraz Ojcewicz 2014a: 59.

⁹ Nazwa pochodzi od nazwiska rosyjskiej psycholog klinicznej Blumy Zeigarnik.

¹⁰ *Media equation* to wynik projektu badawczego Byrona Reevesa i Clifforda Nassa pt. *Społeczne reakcje na technologie komunikacyjne*. Więcej: Reeves, Nass 2000: 15.

zjawiskiem nie tylko występującym powszechnie, lecz także dotyczącym prawie każdego, gdyż wszystkie interakcje między ludźmi a mediami są takie, jak w prawdziwym życiu: automatyczne, nieświadome, społeczne i naturalne. Media są więc dla ludzi czymś o wiele więcej niż tylko narzędziami, mogą bowiem

wtargnąć w naszą przestrzeń osobistą i posiadać osobowość, która pasuje do naszej, mogą być członkami zespołu i uaktywniać stereotypy związane z płcią. Media wywołują reakcje emocjonalne, wymagają koncentracji uwagi, zagrażają nam, wpływają na naszą pamięć i zmieniają pojęcie tego, co naturalne. Media są pełnymi uczestnikami życia społecznego (Reeves, Nass 2000: 4. strona okładki).

Stąd też za punkt obserwacji i odniesienia w niniejszym artykule obrane zostały informacje zawarte w portalu społecznościowym Facebook, które dotyczą czysto pozaserialowych kwestii funkcjonowania bohaterów serialu *Na Wspólnej*. Materiały tam zamieszczane świadczą o istnieniu swoistej kontynuacji fabuły za prezentowanej podczas emisji kolejnych odcinków, odmiennej od zamysłu scenarzysty.

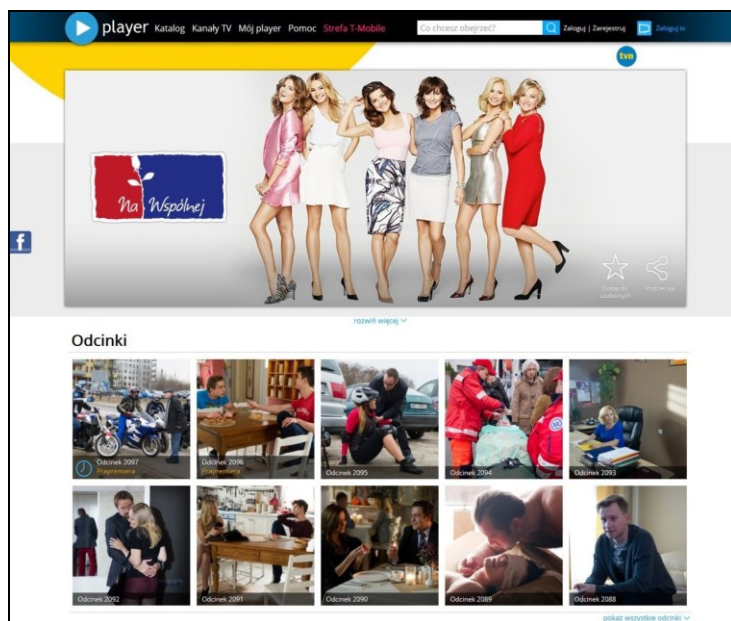
Dużą rolę w kształtowaniu „drugiego życia” serialowych bohaterów odgrywa nie tylko wyobraźnia osób zaangażowanych w kreowanie uzupełnień fabularnych wobec świata filmowego, lecz także możliwości techniczne stworzone przez media. Trudno jednoznacznie ocenić skutki fenomenu „drugiego życia” serialowych bohaterów, wiadomo jednak, że zarówno fabuła właściwa, zgodna z zamysłem scenarzysty i prezentowana w następujących po sobie odcinkach serialu, jak i fabuły dopisywane przez scenarzystów-amatorów, istnieją obok siebie i w jakiś sposób na siebie oddziałują.

***Na Wspólnej* – informacje wstępne**

Na Wspólnej to polski serial obyczajowy emitowany w telewizji TVN od 27 stycznia 2003 roku¹¹, obecnie od poniedziałku do czwartku o godz. 20.10. W tym roku oglądamy już 11. sezon, czyli do tej pory ukazało się ponad 2000 odcinków. Serial ten moż-

¹¹ Serial ten powstał na bazie międzynarodowej licencji firmy Fremantle Media, a jego pierwowzorem jest niemiecki serial *Unter Uns* (w tłumaczeniu: *Między nami*). Oryginalną wersją formatu jest serial węgierski *Barátok közt* (w tłumaczeniu: *Wśród przyjaciół*), https://pl.wikipedia.org/wiki/Na_Wspolnej [dostęp: 3.07.2015].

na także oglądać z wyprzedzeniem o jeden odcinek na platformie *player.pl*¹², będącej usługą medialną na żądanie i wchodzącą w skład grupy TVN S.A. (fot. 1).



Fot. 1. *Na Wspólnej* na platformie player.pl

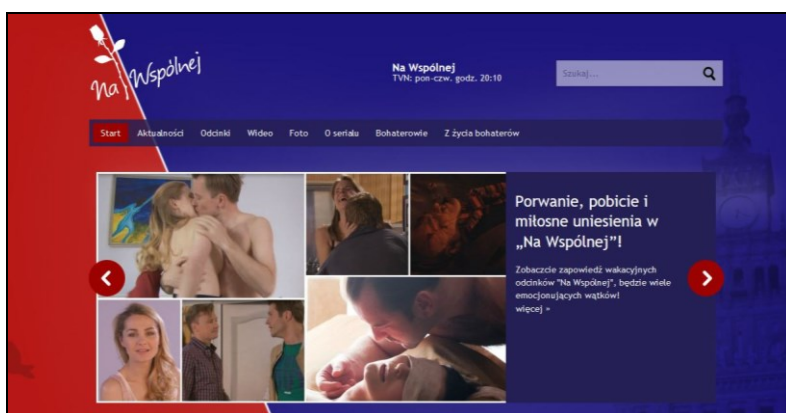
Pod względem gatunkowym serial *Na Wspólnej* jest operą mydlaną¹³. *Soap opera* wywodzi się z radia, a jego cechą charakterystyczną jest zarówno wieloodcinkowość, jak również wielowątkowość. Fabuła natomiast wzoruje się na sagach rodzinnych. Punktem zwrotnym tego gatunku jest życie rodzinne i uczuciowe bohaterów, którzy są ze sobą spokrewnieni. Pojedynczy od-

¹² Współcześnie stacje telewizyjne mają swoich internetowych reprezentantów – portale, na których można obejrzeć filmy, seriale, programy publicystyczne czy bajki dostępne nie tylko w tradycyjnej formie telewizyjnej. W przypadku TVN jest to właśnie *player.pl*, natomiast Polsat posiada platformę *ipla.tv*. Więcej: Ojcewicz 2014b: 153.

¹³ Serial *Na Wspólnej* zakwalifikowaliśmy do oper mydlanych na podstawie rozróżnienia podanego przez Arkadiusza Lewickiego (Lewicki 2011) oraz Wiesława Godzica (Godzic 2004). Natomiast Beata Łaciak określa *Na Wspólnej* jako telenowelę, podkreślając jednocześnie, że w Polsce brak klasycznych telenowel, a seriale, które można do tego gatunku zaliczyć to jedynie *Adam i Ewa* (Polsat, 2000–2001) oraz *Julia* (TVN, 2011–2012) (Łaciak 2013: 25).

ciniek *soap opera* trwa ok. 20–50 min, a całość produkcji nie ma jasno określonego zakończenia (Lewicki 2011: 15).

Fabula *Na Wspólnej* opiera się na losach siedmiorga przyjaciół: Wiktora, Michała, Andrzeja, Basi, Leszka, Weroniki i Gabrieli, którzy wychowywali się w domu dziecka. Przyrzekli sobie, że do końca życia będą się wspierać. Gdy dorośli, założyli spółdzielnię, zarządzającą blokiem przy ul. Wspólnej 17 w Warszawie. Jak można dowiedzieć się z oficjalnej strony internetowej serialu, „punktem zwrotnym w życiu wszystkich okazała się tragiczna śmierć Wiktora”¹⁴, będącego bogatym i szanowanym biznesmenem, a dla swoich przyjaciół także nieformalnym przywódcą i opiekunem. To on kupił dom przy ul. Wspólnej 17, zapewniając tym samym bliskim mu ludziom mieszkanie.



Fot. 2. Oficjalna strona internetowa serialu *Na Wspólnej*

Warto przypomnieć, że *Na Wspólnej* było wielokrotnie nominowane do Telekamer: w 2005 roku w kategorii *serial*, natomiast w latach 2006, 2007 i 2008 – w kategorii *serial obyczajowy* i w tej kategorii zdobyło Telekamerę w 2008 roku. Trzy lata później produkcja nominowana była w kategorii *serial codzienny*.

Każdy odcinek *Na Wspólnej* kończy się wcześniej wspomnianym *cliffhangerem* i emocjonującą w formie zapowiedzią tego, co się wydarzy w następnym odcinku. Mimo że w porównaniu do roku ubiegłego oglądalność serialu spadła, to nadal od-

¹⁴ <http://nawspolnej.tvn.pl/o-seriale,97042,n.html> [dostęp: 03.07.-2015].

nosi on ogromne sukcesy zarówno pod względem gromadzonej widowni¹⁵, jak i dochodów reklamowych¹⁶, co jest zapewne spowodowane tym, że każdy z głównych bohaterów serialu to postać zróżnicowana pod względem charakteru i typu osobowości, a to jest – według Anny Petelenz – najbardziej istotną kwestią przy kreowaniu bohaterów w serialach (Petelenz 2008: 41-42). Poza tym w lipcu i sierpniu 2015 roku po raz pierwszy istniała możliwość oglądania w telewizji premierowych odcinków *Na Wspólnej*. Było to nowością na rynku telewizyjnym, ponieważ ramówka w okresie wakacyjnym była zazwyczaj przepełniona powtórkami¹⁷.

„Drugie życie” serialu w mediach społecznościowych – analiza

Przeprowadzona przez nas analiza opiera się na poszczególnych profilach bohaterów na Facebooku, ale swoje rozważania rozpoczniemy od informacji na temat oficjalnego fanpage’u.



Fot. 3. Oficjalny profil *Na Wspólnej* na Facebooku

¹⁵ W bieżącym roku, w okresie od kwietnia do stycznia, serial ten zgromadził 2,63 mln widzów. Patrz: www.wirtualnemedial.pl/artykul/na-wspolnej-z-mniejsza-widownia-tvn-przegrywa-tylko-z-tvp2 [dostęp: 03.07.-2015].

¹⁶ Z danych z marca 2015 roku wynika, że serial przez ostatnie 10 lat emisji zarobił ponad 2 mld zł, co jest jednoznaczne z byciem liderem wśród polskich seriali. Zob. www.wirtualnemedial.pl/artykul/na-wspolnej-najbardziej-dochodowym-reklamowo-serialem-dekady-a-pierwsza-milosc-2014-roku-top-10 [dostęp: 03.07.2015]

¹⁷ Zob. www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-latam-powalczy-o-widzow-na-wspolnej-z-premierami-lepsza-sytuacja-na-rynku-reklamowym [dostęp: 03.07.2015].

Na fanpage'u, mającym ponad 190 000 polubień (fot. 3), podobnie zresztą jak na oficjalnej stronie internetowej serialu, zamieszczane są nie tylko zapowiedzi najnowszych odcinków, opatrzone komentarzem czy filmem wideo, lecz także kadry z serialu z pytaniami do fanów. Użytkownicy Facebooka mają możliwość komentowania i wyrażania własnej opinii pod wpisami, z czego zresztą w pełni korzystają. Często też są zamieszczane zdjęcia z dość tajemniczym, a nawet szokującym opisem dotyczącym sytuacji w serialu, jak np. „Krzysztof pobity przez kibiców” czy „Kinga w szoku – Michał ją zdradził?!”, które mają zwiększyć zainteresowanie widzów poszczególnymi odcinkami, co – biorąc pod uwagę komentarze – jest skuteczne. Ten zabieg można porównać do wspomnianego wcześniej chwytu stosowanego powszechnie w serialach, *cliffhanger*a (fot. 4).



Fot. 4. Wpis z oficjalnej strony *Na Wspólnej* na Facebooku

W pracy przyjęłyśmy następujący klucz kategoryzacyjny. Wybierałyśmy tylko fanpage'e na Facebooku, wszystkie profile osobowe jak „Dodaj znajomego” odrzucałyśmy. Kolejnym krokiem było wybranie tych stron, które w nazwie miały człon z *Na Wspólnej* oraz te, które były pokrewne sytuacyjnie, czyli odcin-

kowo, jak np. profil *Roman Hip-Hop'owiec z Na Wspólnej*¹⁸, nawiązujący tematycznie jedynie do wybranych wątków prezentowanych w poszczególnych odcinkach serialu. W sumie przeanalizowałyśmy 102 profile.

Biorąc pod uwagę zawartość wspomnianych stron, podzieliłyśmy je na pięć kategorii. Pierwsza z nich to **profile osobowe**. Zakwalifikowano tu strony, które zostały poświęcone poszczególnym bohaterom serialu. Ich nazwy to głównie imię bohatera oraz człon z „*Na Wspólnej*”. Takich stron znalazłyśmy najwięcej. Przykładami mogą być fanpage: *Ola z „Na Wspólnej”* czy *Antosia z „Na Wspólnej”*.

Druga kategoria to zbiór **profilu dotyczących określonego miejsca**. Fani serialu nie wyobrażają sobie fabuły bez miejsc takich jak patio czy bar z *Na Wspólnej*. I to właśnie takim fikcyjnym miejscem poświęcono te strony.

Największą liczebnie grupę, tuż po profilach osobowych, stanowią w niniejszej analizie **profile wątkowe**. Ta kategoria dotyczy określonych sytuacji ukazywanych w serialu. Z naszych obserwacji wynika, że takie strony cieszą się największą popularnością wśród internautów. Przykładem fanpage'a z tej kategorii może być *Denerwuje mnie Igor z „Na Wspólnej”, bo zdradza Magdę*, gdzie zostały pokazane burzliwe perypetie miłosne dziennikarza, w którego rolę wciela się Jakub Wesołowski. Innym profilem z tej kategorii może być *Chcę wciągać z Olą Zimińską*, gdzie śledzimy losy młodej bohaterki, granej przez Martę Wierzbicką, zmagającej się z problemem uzależnienia od narkotyków.

Czwartą kategorią, którą wyróżniłyśmy, są **profile prześmiewczo-problemowe**. Autorzy tych stron skupiają się na jakimś problemie określonego bohatera serialu, a następnie obudowują go otoczką żartu, czasami balansującego na granicy dobrego gustu. Sztandarowym przykładem takiego profilu może być *Gruby z Na Wspólnej*, na którym internauci śmieją się zarówno z nadwagi, jak i uwielbienia do jedzenia nastoletniego Kuby.

Ostatnią kategorią są **profile związane z pupilami**, gdzie fani serialu mogą jeszcze raz zobaczyć zwierzęta, które wystąpi-

¹⁸ W przytaczanych przykładach zachowujemy oryginalną pisownię.

ły w tvn-owskiej produkcji. Poniższy diagram przedstawia, jak wyglądała liczebność stron w omawianych kategoriach (fot. 5).



Fot. 5. Profile związane z *Na Wspólnej*
Źródło: opracowanie własne

Na podstawie aktywności internautów oceniliśmy również atrakcyjność badanych stron. Porównując liczbę kliknięć „Lubię to”, ułożyliśmy ranking 10 najpopularniejszych stron (tab. 1).

Nazwa strony	Ostatnia aktualizacja	Like
Plantacja Maryhuany Romana z <i>Na Wspólnej</i>	11.02.2015	87202
Brwi Antosi z <i>Na Wspólnej</i>	24.06.2014	29297
Ola z <i>Na Wspólnej</i>	11.02.2015	16796
Buntowniczy grubasek, czyli Kuba z <i>Na Wspólnej</i>	1.03.2015	16147
Piekarnia Romana z <i>Na Wspólnej</i>	5.04.2015	5807
Najebana Marta Hoffer z <i>Na Wspólnej</i>	1.05.2015	5201
Ula z <i>Na Wspólnej</i>	10.02.2015	5079
Włodek z <i>Na Wspólnej</i>	13.03.2015	5009
Ruchacz z <i>Na Wspólnej</i>	12.03.2015	4815
Antosia z <i>Na Wspólnej</i>	10.01.2015	4707

Tab. 1 – Ranking najpopularniejszych stron na Facebooku (stan na 1.05.2015)
Źródło: opracowanie własne

W powyższym zestawieniu przeważają profile osobowe, choć najczęściej kliknięć odnotowują te wątkowe. Bezkonkurencyjna w tym względzie jest strona poświęcona *Plantacji Maryhuany Romana z „Na Wspólnej”*, która ma prawie 90 tys. polubień (fot. 6). Warto zwrócić uwagę na to, że większość stron, które znalazły się w rankingu najpopularniejszych, nie jest jednak na bieżąco modyfikowana.

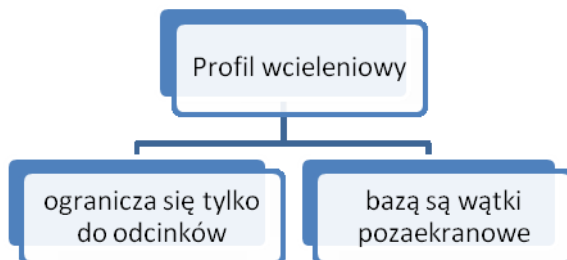


Fot. 6. Fanpage *Plantacja Maryhuany Romana z „Na Wspólnej”*

Wybrane sposoby komunikacji serialowych bohaterów z widzami za pomocą portalu społecznościowego

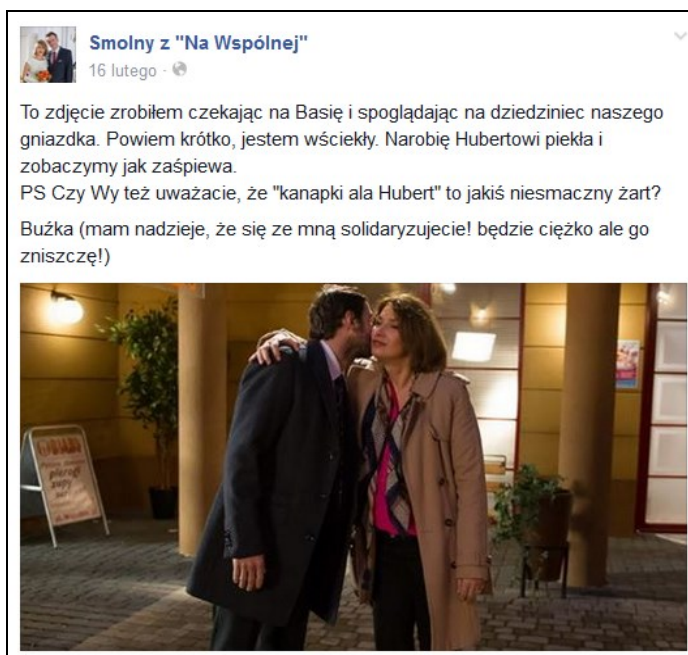
Zanalizowane i skategoryzowane przez nas strony Facebooka różnią się między sobą. Twierdzenie oczywiste, aczkolwiek nie chodzi tu o takie różnice jak np. częstotliwość zamieszczania wpisów czy liczbę popularnych polubień. Cechą dominującą, która odróżnia fanpage, jest odmienny sposób komunikacji między administratorem strony a jej użytkownikami. W związku z tym wyróżniłyśmy trzy grupy reprezentujące różne sposoby komunikowania się z widzami/fanem omawianego serialu.

Najpopularniejszym sposobem prowadzenia strony jest nazwany przez nas **profil wcieleniowy**. Jego istota polega na tym, że administrator utożsamia się z bohaterem serialu i w jego imieniu publikuje wpisy.



Fot. 7. Profil wcieleniowy – podział
Źródło: własne

Z racji odmiennej zawartości profili wyróżniłyśmy dwie podkategorie w tym zbiorze (fot. 7). Profile wcieleniowe, których treść ogranicza się tylko do odcinków, stanowią większą część omawianych stron. Publikowane na nich wpisy/grafiki nie wychodzą poza sytuacje, które pokazano w serialu. Przykładem takiej strony może być *Smolny z „Na Wspólnej”* (fot. 8). Znajdziemy tu teksty czy grafiki, które bazują na fabule serialu.



Fot. 8. Fanpage *Smolny z „Na Wspólnej”*

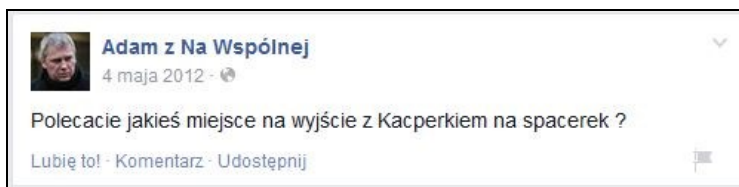
Inną podgrupą wchodzącą w skład profili wcieleniowych stanowią fanpage'e, których bazę tworzą wątki pozaekranowe.

Na tych stronach znajdują się grafiki, zdjęcia i filmy często nie związane z fabułą serialu. Dobrym przykładem będzie tutaj, wspominana już strona *Plantacja Maryhuany Romana z „Na Wspólnej”*. Administratorzy zamieszczają na stronie odnośniki do klipów z muzyką hip-hop czy koncertów organizowanych na całym świecie (fot. 9).



Fot. 9. Wpis ze strony *Plantacja Maryhuany Romana z „Na Wspólnej”*

Podobnie z profilem Antosi (*Antosia z „Na Wspólnej”*) czy sytuacyjnym odnoszącym się w wulgarny sposób do problemu alkoholowego jednej z bohaterek – Marty (*Najebana Marta Hoffer z „Na Wspólnej”*). Do tej podkategorii można zaliczyć również profil Adam z *„Na Wspólnej”*, gdzie są publikowane posty, które niejako kontynuują pozaserialowe życie bohaterów. W przypadku Adama z *„Na Wspólnej”* można zobaczyć takie wpisy, jak np. pytanie do „znajomych”, gdzie może wyjść na spacer ze swoim serialowym synkiem (fot. 10). W ten sposób tworzy się znów iluzję rzeczywistości medialnej.



Fot. 10. Fanpage *Adama z Na Wspólnej*

Większość administratorów stron do komunikacji z fanami korzystała z grafik czy filmów wideo, które stanowiły dodatek do pozostawionego na stronie tekstu. Dużą popularnością cieszyły się **memy internetowe**¹⁹ i to je wyróżniłyśmy jako drugi sposób komunikacji z użytkownikami fanpage'ów. Z obserwacji omawianych stron wynika, że administratorzy prześcigają się wręcz w tworzeniu charakterystycznych grafik opatrzonych śmiesznymi komentarzami. Często bywa tak, że mem jest powielany na innych fanpage'ach związanych z serialem. Przykładem strony, która korzysta w dużej mierze właśnie z memów, jest chociażby *Buntowniczy Grubasek*, czyli – Kuba z „*Na Wspólnej*”. Memy tu zamieszczane kpią nie tylko z nadwagi bohatera i jego zamiłowania do jedzenia, lecz także odnoszą się do konkretnych scen serialu, tworząc inną, ale śmieszną alternatywę dla dalszych wydarzeń i zarazem pełniąc funkcję ich komentarza.



Fot. 11. Mem z profilu *Buntowniczy Grubasek*, czyli – Kuba z „*Na Wspólnej*”

¹⁹ Jakub Sroka definiuje mem internetowy jako twór przybierający formę począwszy od obrazka, skończywszy na wiadomości e-mail lub pliku wideo, reprezentację pojęcia lub idei, który w sposób wirusowy rozprzestrzenia się pomiędzy osobami za pośrednictwem Internetu. Najpopularniejszą formą memu jest obraz osoby lub zwierzęcia opatrzone zabawnym lub uszczypliwym podpisem. Większość posługuje się humorem i apeluje głównie do nastolatków i młodych dorosłych, którzy wykazują większe prawdopodobieństwo ich odkrycia, zrozumienia humoru, a także przekazania dalej swoim znajomym (zob. Sroka 2014: 33-34).

Ostatnim typem profilu przez nas wyodrębnionym jest fanpage bohatera serialu służący **promowaniu rzeczywistej osoby**. Administrator strony udostępnia wpisy z konta odtwórcy serialowej roli. Najlepszym przykładem jest tu profil *Jasiek z „Na Wspólnej” FANI*, na którym zamieszczane są wpisy z rzeczywistego konta Sebastiana Sępki, odtwórcy roli Jaśka. Sępka to młody tancerz, choreograf i aktor, który zaczął być szerzej rozpoznawalny właśnie dzięki drugoplanowej roli w *Na Wspólnej*. Oczywiście, na profilu znajdziemy także wpisy z wideo albo zdjęciem z serialu, z odcinkiem, w którym akurat gra Sępka. Jednak nawet i w takich wpisach mamy do czynienia z „prywatą” i promowaniem Sępki (fot. 12).



Fot. 12. Post z profilu *Jasiek z „Na Wspólnej” FANI*

Wnioski końcowe

Choć przebadaliśmy ponad setkę profili, większość z nich nie jest aktualizowana na bieżąco. Z reguły strony tworzone są po pokazaniu na ekranie określonego wątku. Ich liczebność wzrasta wraz z poszerzaniem fabuły serialu. Na atrakcyjność profilu wpływa jego zarządzanie. Jeżeli nie jest na bieżąco aktualizowany, szybko zanika wśród innych. Najpopularniejsze są te, które

prezentują różne formy komunikacji z potencjalnym widzem. Na podstawie zawartości, można wyróżnić kilka rodzajów profili: osobowe, wątkowe, prześmiewczo-problemowe, dotyczące określonego miejsca.

Profile osobowe najczęściej są kontynuacją życia danego bohatera, nawet jeśli on już nie żyje (fanpage *Uśmiercona Magda* z „*Na Wspólnej*” czy *Duch Wiktora* z „*Na Wspólnej*”). Sporo profili osobowych bohaterów ukazuje ich dalsze „poodcinkowe” życie. Administratorzy stron, wcielając się w serialowe postaci, komentują odcinki, wklejają zdjęcia, dyskutują z pozostałymi bohaterami *Na Wspólnej*. Zdarzają się oczywiście strony, na których nie ma żadnych wpisów (*Nauczyciel Darii* z „*Na Wspólnej*”). Na fanpage’u mamy także do czynienia z kreowaniem medialnej rzeczywistości przez wpisy, które niejako tę rzeczywistość sygnalizują – oznaczenia osób, jak w realnym życiu, zdjęcia ze swoją drugą połówką, oznaczanie miejsc (fot. 13).



Fot. 13. Post z profilu *Basia z „Na Wspólnej”*

Co warto podkreślić, przy tworzonym przez nas rankingu 10 najpopularniejszych fanpage’ów, wydawać by się mogło, że najwięcej polubień będą mieć te strony, które są poświęcone bohaterom obecnym w serialu od początku jego emisji, jak np. Włodek Zięba. Jednak jak się okazuje — największym zainteresowaniem fanów cieszą się te dość „świeże”, wątkowe fanpage’e, jak np. *Plantacja Maryhuany Romana* z *Na Wspólnej*, historii której było poświęconych kilka odcinków czy inny profil – *Brwi Antosi* z *Na Wspólnej*, którego autorzy w sposób prześmiewczy odnoszą się do cech fizycznych małej aktorki.

Bez wątpienia, nowe media ułatwiają rozwój fenomenu społeczno-odbiorczego związanego z „drugim życiem” serialu te-

lewizyjnego. Materiały zamieszczane na fanpage'u świadczą bowiem nie tylko o istnieniu swoistej kontynuacji fabuły zaprezentowanej podczas emisji kolejnych odcinków, odmiennej od zamysłu scenarzysty, lecz także o potędze wyobraźni osób zaangażowanych w kreowanie tych uzupełnień fabularnych. Następstwa tych działań nie są jednoznaczne wobec świata filmowego, a powstają dzięki możliwościom technicznym stworzonym przez media. Trudno też ocenić skutki fenomenu „drugiego życia” serialowych bohaterów, wiadomo jednak, że zarówno fabuła właściwa, zgodna z zamysłem scenarzysty i prezentowana w następujących po sobie odcinkach serialu, jak i fabuły dopisywane przez scenarzystów-amatorów istnieją obok siebie i w jakiś sposób na siebie oddziałują. Dobrze prowadzony fanpage z pewnością zwiększa oglądalność poszczególnych odcinków, ale na pewno nie jest zagrożeniem dla bytu serialowej – czyli telewizyjnej – rzeczywistości.

Bibliografia:

- Bruzzi Stella, 2000, *New Documentary: A Critical Introduction*, London, New York.
- Czas seriali*, 2014, red. Agnieszka Szczepanek, Sandra Wojciechowska, Piotr Buśko, Gdańsk.
- Godzic Wiesław, 2004, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków.
- Lakhani Dave, 2008, *Perswazja podprogowa. Zakazane techniki wpływu na ludzi*, Gliwice.
- Lewicki Arkadiusz, 2011, *Od House'a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wrocław.
- Łaciak Beata, 2013, *Kwestie społeczne w polskich serialach – prezentacje i odbiór*, Warszawa.
- Nowicki Paweł, 2006, *Co to jest telenowela*, Warszawa.
- Ojcewicz Dominika, 2014a, *Product placement jako nowoczesna forma reklamy w serialu telewizyjnym*, praca magisterska, UWM Olsztyn, 150, c.p.s.
- Ojcewicz Dominika, 2014b, *Strategia skrytej „kanibalizacji”, czyli o wchłanianiu telewizji przez Sieć – uwag parę*, w: *Film, telewizja i sztuki wizualne w dobie nowych mediów*, red. Mariola Marchak, Olsztyn, s. 153-164.
- Petelenz Anna, 2008, *Cashmere mafia*, „Zadra”, nr 3-4, s. 41-42.
- Pisarek Walery, 2006, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków.
- Płazewski Jan, 1995, *Historia filmu*, Wrocław, Warszawa, Kraków.

- Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, 2011, red. Mirosław Filiciak, Barbara Giza, Warszawa.
- Reeves Byron, Nass Clifford, 2000, *Media i ludzie*, tłum. Hanna Szczerkowska, Warszawa.
- Sroka Jakub, 2014, *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa.
- Twardoch Ewelina, 2011, *Seriale animowane dla dorosłych jako alternatywna wizja świata i mediów*, w: *Post-soap...*, s. 105-122.

Źródła internetowe:

- http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114873,9625424,Holland_Wspolczesne_seriale_sa_znacznie_ciekawsze.html [dostęp: 03.07.2015].
- pl.wikipedia.org/wiki/Na_Wsp%C3%B3lnej [dostęp: 3.07.2015].
- www.nawspolnej.tvn.pl/o-serialu,97042,n.html [dostęp: 03.07.2015].
- www.wirtualnemedial.pl/artykul/na-wspolnej-najbardziej-dochodowym-reklamowo-serialem-dekady-a-pierwsza-milosc-2014-roku-top-10 [dostęp: 03.07.2015].
- www.wirtualnemedial.pl/artykul/na-wspolnej-z-mniejsza-widownia-tvn-przegrywa-tylko-z-tvp2 [dostęp: 03.07.2015].
- www.wirtualnemedial.pl/artykul/tvn-latem-powalczy-o-widzow-na-wspolnej-z-premierami-lepsza-sytuacja-na-rynku-reklamowym [dostęp: 03.07.2015].
- www.wirtualnemedial.pl/artykul/w11-najpopularniejszym-serialem-paradokumentalnym-slabo-szkola-zycia-top9# [dostęp: 15.07.2014].

Pola Sobaś-Mikołajczyk

Uniwersytet SWPS w Warszawie

Porażka projektu literackiego Hannah Horvath z serialu *Dziewczyny* jako polemika z recepcją debiutu literackiego Leny Dunham

Abstrakt:

Celem artykułu jest udowodnienie, że 2., 3. i 4. odcinek 4. serii *Dziewczyny* zawiera polemikę z krytyczną recepcją debiutu literackiego Leny Dunham, czyli zbioru *Nie taka dziewczyna. Młoda kobieta o tym, czego „nauczyło” ją życie*.

Słowa kluczowe:

Dziewczyny, Lena Dunham, *Nie taka dziewczyna. Młoda kobieta o tym, czego „nauczyło” ją życie*, *écriture féminine*, Hélène Cixous

W niniejszym artykule chciałabym udowodnić, że 2., 3. i 4. odcinek 4. serii *Dziewczyny* zawierają element polemiki z recepcją książki *Nie taka dziewczyna. Młoda kobieta o tym, czego „nauczyło” ją życie* Leny Dunham, przez co stają się interesującym i ważkim głosem w debacie na temat możliwości uprawiania tzw. *écriture féminine*. Chciałabym przy tym sięgnąć do rozważań Hélène Cixous na temat specyfiki kobiecego pisarstwa oraz socjologii refleksyjnej Pierre’a Bourdieu.

Osią 3 pierwszych serii *Dziewczyny* jest wątek walki głównej bohaterki serialu, Hannah Horvath, o publikację zbioru jej autobiograficznych esejów. Tę dramatyczną i rozpiętą na 31 odcinków batalię *deux ex machina* przerywa propozycja stypendium i prestiżowego kursu dla młodych literatów na Uniwersytecie Iowa, jaką młoda autorka otrzymuje w finałowym, a więc 32. odcinku.

Na podstawie skąpych tropów zawartych w scenariuszu serialu, można domniemywać, że twórczość Hannah jest silnie zakorzeniona w autobiograficznym doświadczeniu kobiecej cielesności, a więc realizuje postulat „pisania ciałem”, jakie kobiecemu

pisarstwu stawia Hélène Cixous w manifeste *Śmiech Meduzy*¹, twierdząc że: „Kobieta powinna pisać poprzez doświadczenie ciała, wynaleźć niezdojły język, który rozsądzi ograniczenia, klasy i retoryki, porządki i kodyfikacje” (Cixous 1993: 158).

W tym samym źródle znalazła się zachęta do pokonania przeszkód, jakie na swojej drodze z pewnością napotkają pisarki uprawiające literaturę postulowaną przez Cixous, czyli *écriture féminine*:

[p]isz tak, aby nikt cię nie krępował, nie więził: ani mężczyzna ani idiotyczny mechanizm kapitalizmu, w którym wydawnictwa są podstępными i uniżonymi sługami ekonomicznej konieczności działającej przeciwko nam i usadowionej na naszych barakach (Cixous 1997: 149).

Perypetie Hannah, usiłującej odnaleźć swoje miejsce na rynku książki, składają się z najrozmaitszych wariacji powyższego cytatu. Z „idiotycznym mechanizmem kapitalizmu” kobieta zderza się już w pilocie serialu, gdy znienacka traci dostęp do rodzinnych funduszy i zmuszona jest znaleźć pracę. Jak pisze Emilia Konwerska:

Hannah chce być pisarką, podjęcie innej pracy (najpierw w biurze, później w kawiarni, a na końcu w redakcji lifestylowego magazynu) jest więc dla niej swoistą degradacją ze świata wyobraźni do twardej rzeczywistości (Konwerska 2014: 25).

Destrukcyjny charakter wykonywanej przez Hannah pracy polega jednak nie tylko na wskazanym przez Konwerską poczuciu degradacji. Znacznie poważniejszym problemem jest fakt, że każde z wymienionych zajęć odbiera bohaterce czas, który pragnęłaby poświęcić na własną twórczość. To dlatego jej decyzja o rezygnacji z dobrze płatnej, lecz ograniczającej pracy urasta do zwycięstwa nad systemem stale terroryzującym młodych artystów widmem biedy.

Hannah spontanicznie odchodzi z pracy, ponieważ ubóstwo nie jest jej najsilniejszym lękiem. Talent zaprzeczony w imię poczucia bezpieczeństwa i stabilności finansowej byłby, według

¹ O zbieżności założeń projektu literackiego Hannah Horvath z postulatami wyrażonymi przez Hélène Cixous w *Śmiechu Meduzy* pisałam w artykule *Fantomowe ciało i fantazmatyczny tekst Hannah Horvath* (Sobaś-Mikołajczyk 2014).

bohaterki *Dziewczyn* i jej rówieśników, największą zbrodnią (Konwerska 2014: 26).

Przyznanie Hannah stypendium sugerowało nadchodzący kres jej finansowych problemów i prawdopodobny kres całego „okołowydawniczego” wątku. Ten niezbyt subtelny happy end był także aluzją do biografii autorki serialu, Leny Dunham, gdy bowiem Hannah Horvath w wyemitowanym 25 marca 2014 r. odcinku oddawała się fantazjom na temat swojego przyszłego arcydzieła, twórczyni tej postaci trzymała już w szufladzie umowę na wydanie zbioru esejów pod tytułem *Nie taka dziewczyna. Młoda kobieta o tym, czego „nauczyło” ją życie*. W kontrakcie z wydawnictwem Random House ujęto rekordową zaliczkę w wysokości 3,5 mln dolarów (Perczyńska 2013; Chudzińska 2014).

Nietrudno dostrzec podobieństwa między książką, którą pragnęła wydać Hannah Horvath, i utworem, który wyszedł spod pióra Leny Dunham. Bohaterka *Dziewczyn* usiłowała opublikować zbiór 9 autobiograficznych esejów, Dunham napisała aż 30 krótkich autobiograficznych form prozatorskich, wśród których przeważają właśnie eseje.

Oprócz gatunku i stylu prozę Dunham i twórczość jej bohaterki łączy przede wszystkim feministyczny projekt literacki, zakładający konieczność zapisania doświadczenia kobiecej cieleśności przy najwyższej dbałości o zachowanie autentyzmu relacji.

Innymi słowy, zarówno Lena Dunham, jak i kreowana przez nią bohaterka realizują wyrażony przez Cixous w *Śmiechu Meduzy* postulat „pisanego ciałem”. Konsekwencją tego założenia jest dobór tematyki esejów, wśród których znalazły się między innymi problematyka dziewczęcego dorastania, dziecięcy onanizm, problemy ginekologiczne, menstruacja, lesbijska miłość, itp.

Istotne jest również, że są to autobiografie o dość restrykcyjnych założeniach w zakresie autentyczności zapisu. Hannah wszystkie te kwestie deklaruje dość mgliście w pilotowym odcinku *Dziewczyn*, sygnalizując, że pierwszym etapem tworzenia jej autobiograficznej prozy jest już samo przeżycie własnej biografii². Dunham natomiast wyklada ów program literacki we wstępie do swojej książki. Przy tym daje w nim do zrozumienia, że to

² W odcinku pilotowym wspomina: „Poleruję 4 eseje. Chciałabym, żeby było ich 9, ale najpierw muszę je przeżyć”.

radikalna szczerość w zapisie kobiecego autobiograficznego doświadczenia decyduje o jego transgresyjnym potencjale:

Nie ma według mnie nic odważniejszego niż stwierdzenie, że to właśnie twoja historia zasługuje na to, by ją opowiedzieć, szczególnie jeśli jesteś kobietą. Tak ciężko pracowałyśmy, tyle udało się osiągnąć, ale wciąż ktoś próbuje nam wmówić, że babskie zmartwienia są małostkowe, opinie niepotrzebne, a historie nie dość ważne, by je opowiadać. (...)

Chciałabym jednak opowiedzieć swoje historie, a zresztą muszę to zrobić, żeby nie oszaleć: opowiedzieć o tym, jak obudziłam się w ciele dorosłej kobiety przerażona i zniesmaczona. O tym, jak na stażu ktoś dotykał mojej pupy (...) O mojej matce, babci, pierwszym facecie, którego pokochałam, ale okazał się półgejem i pierwszej dziewczynie, którą pokochałam, ale stała się moim wrogiem (...) na następnej stronie przeczytacie pełne nadziei meldunki z pierwszej linii frontu (Dunham 2015: 16-17).

Książce towarzyszyła kampania promocyjna, zaplanowana na wzór tras koncertowych towarzyszących wydaniu nowej płyty, a każde ze spotkań autorskich miało strukturę rockowego koncertu – czytanie przez autorkę fragmentów *Nie takiej dziewczyny* było gwoździem programu poprzedzonym przez liczne supporty: występy lokalnych kapel, przemowy aktywistów fundacji Planned Parenthood oraz prezentacje fragmentów twórczości afroamerykańskich literatów. Te ostatnie miały szczególne znaczenie w obliczu odgrzewanych przy okazji premiery książki zarzutów o strukturalny rasizm *Dziewczyn*, którego wyrazem miał być brak afroamerykańskich aktorek wśród odtwórczyń głównych ról (por. Graff 2015).

Emocje wokół tego tematu szczególnie silnie narosły po komentarzu, jaki 12 kwietnia 2012 r. w kontekście zarzutów o rasizm *Dziewczyn* zamieściła na swoim twitterowym profilu współscenarzystka serialu oraz odtwórczyni epizodycznej roli, Lesley Arfin. Brzmiał on: „Tym, co najbardziej mnie niepokoi w *Hej skarbie*³, jest fakt, że nie ma w nim reprezentacji MNIE” (Reeve 2012).

³ Mowa o kultowym filmie z 2010 roku w reżyserii Lee Danielsa.

Skandal, jaki rozpętał się po publikacji komentarza Arfin, do tego stopnia zagroził wizerunkowi serialu, że Lena Dunham poczuła się zobligowana do następujących przeprosin:

[j]estem w połowie Żydówką i w połowie WASP, więc napisałam serial, w którym są dwie Żydówki i dwie dziewczyny WASP. Chciałam uniknąć tokenizmu przy obsadzie. (...) Nie chodzi mi o to, że doświadczenie afroamerykańskiej dziewczyny jest jakoś dramatycznie odmienne od przeżyć białej, ale jest jednak w nim coś, do czego nie byłabym w stanie się odnieść. Naprawdę pisałam ten serial z głębi własnego doświadczenia, więc każda z postaci była oparta na jakiejś części mojego charakteru lub charakteru moich bliskich. Dopiero potem zdałam sobie sprawę, że jest o 4 białych dziewczynach⁴ (Dunham, Gross 2012).

O tym, że przeprosiny te były nieskuteczne, najlepiej świadczy fakt, że 2 lata po niefortunnym komentarzu Arfin, wciąż jednym z największych wyzwań, z jakim musieli się zmierzyć twórcy kampanii promocyjnej *Nie takiej dziewczyny...*, było udowodnienie krytykom jej autorki, że leży jej na sercu kwestia właściwej reprezentacji społeczności afroamerykańskiej w mediach i na rynku literackim. Trasa promocyjna obfitowała więc w czytania młodej afroamerykańskiej literatury i dyskusje na temat powinności, jakie mają wobec niej uznani biali twórcy.

O niskiej skuteczności tej strategii dowodzi pierwsza polskojęzyczna recenzja tej książki, opublikowana przez Grzegorza Stępniaaka na łamach *Dwutygodnika* w szkicu *Nie ten rodzaj dziewczyny*. Recenzent już w pierwszym akapicie skupia się na aspekcie rasowego i ekonomicznego uprzywilejowania autorki:

Dunham, zdeklarowana feministka (...) wciąż jest do bólu zafiksowana na swojej uprzywilejowanej rasowo, klasowo i genderowo pozycji białej, cisgenderowej „dziewczyny” z nieźle sytuowanej rodziny. Można było się spodziewać, że w obliczu fali rasowej krytyki jej serialu, wyrastającej z tego, że właściwie nie pojawiają się w nim postaci o innym, niż biały, kolorze skóry, pisarka będzie bardziej wyczulona na kwestie dotyczące feminizmu i jego społeczno-obyczajowych uwikłań (Stępniaak 2015).

⁴ Cytaty zamieszcza się w tłumaczeniu Poli Sobaś-Mikołajczyk – przyp. red.

Rzeczywiście, przemyślenia na temat uprzywilejowania autorki wynikającego z jej przynależności do dominującej grupy etnicznej w *Nie takiej dziewczynie...* pojawiają się bardzo rzadko. Właściwie jedynym godnym wspomnienia przykładem takiej refleksji jest esej *I to ma być fajne? Jak korzystać ze swojego wykształcenia*.

Historię osobliwej metody wychowawczej, jakiej poddano klasę Leny Dunham podczas wycieczki mającej na celu uświadomienie dzieciom potworności niewolnictwa, opatrzono w nim komentarzem: „Byłam za mała, zbyt zajęta sobą i osobna, by się zastanawiać, jaki wpływ miało to wydarzenie na moich czarnoskórych kolegów i koleżanki” (Dunham 2015: 177).

Stępniak, podnosząc kwestię „klasowego i genderowego zafiksowania” Dunham, pomija lub nie zauważa, że to ściśle umocowanie podmiotu mówiącego w konkretnej pozycji klasowej i genderowej wynika z wyłożonych we wstępie politycznych założeń książki, a są nimi: deklaracja wprowadzenia w obszar pola literackiego wciąż według niej dezawuowanych „babskich historii i zmartwień” oraz obietnica złożenia czytelnikowi „meldunku z pierwszej linii frontu”, przy czym tym frontem jest sam proces kształtowania się podmiotu mówiącego. Oczywiście Stępniak słusznie zauważa, że głos ten jest chwilami irytująco infantylny, lecz oczyszczenie go z tej infantylności byłoby sprzeniewierzeniem się paktowi autobiograficznemu.

Pozostaje kwestią dyskusyjną, czy takie kryteria w ogóle pozwalają na stworzenie tekstu, który zostałby uznany za wartościowy literacko, czyli czy mógłby zająć wysoką pozycję w strukturze pola literackiego rozumianego w myśl teorii socjologicznej Pierre’a Bourdieu (2001).

Ciekawej i wyczerpującej odpowiedzi na to pytanie udzieliła sama sprawczyni całego zamieszania w 2., 3. i 4. odcinku swojego serialu – to w tych epizodach wybrzmiały echa wszystkich przytoczonych powyżej skandali.

Przyjrzyjmy się choćby scenie warsztatów kreatywnego pisania z 2. odcinka 4. serii. Poprzedza ją sekwencja szaleńczej jazdy rowerem, podczas której Hannah daremnie próbuje nadrobić stracony czas, w czym łatwo odnaleźć aluzję do faktu, że jest jedną z najstarszych uczestniczek kursu. Do kręgu „nadziei świata literatury” dołącza więc jako ostatnia. Gdy niezdarnie dobiega do drzwi budynku, rozlegają się już ostatnie zdania sentymentalnej

i wtórnej powiastki z życia ubogiej afroamerykańskiej społeczności.

Po cięciu następuje półzbliżenie na korpus autora odczytywanego tekstu. Wygodnie usadowiony za wspólnym stołem Afroamerykanin August (Ato Essandoh) swobodnie wciela się w rolę bohaterów swojej prozy, resztę kadru zajmuje korpulentna trzydziestoparolatka (Zuzanna Szadkowsky) o pokerowym obliczu.

Z jej enigmatyczną miną mocno kontrastuje kadr obejmujący trójkę zasłuchanych dwudziestolatków w kompozycji przywodzącej na myśl renesansowe wizerunki uczniów Chrystusa. Znajdujący się w centrum kadru młodziutki Jeffrey (Peter Mark Kendall) spija Augustowi z ust każde słowo, po jego lewej stronie siedzi jeszcze młodszy, pogrążony w milczeniu chłopiec o orientalnych rysach (Jason Kim); a po prawej – blondynka (Marin Ireland), która dobiegającego zza kadru tekstu słucha z przymkniętymi oczyma i dłońmi splecionymi w niemal nabożnym i ekstatycznym skupieniu.

Na prośbę wykładowczyni o komentarz do odczytanego tekstu niemal wszyscy słuchacze zalewają Augusta lawiną coraz bardziej przesadzonych pochwał, kończącą się deklaracją ze strony chłopca w swetrze z monogramem, że gotów jest oddać autorowi rękę i wszystko, co posiada, byle tylko poznać dalszy ciąg tej historii. Tę słodką bańkę niespodziewanie przekłują Hannah słowami „Zakładam, że mama umiera”. Przebitka na groteskową minę Augusta pozwala się domyślić, że Hannah miała rację.

Kontrapunktem tej sekwencji jest następujący po niej rytuał oceny opowiadania Hannah. Jemu też wiele brakuje do wybitności, lecz nie jest pozbawione pewnych walorów – jest szczerze, nowatorskie, dobrze zrytmizowane, szkopuł jedynie w tym, że jego tematem jest młodzieńczy eksperyment z praktykami sado-masochistycznymi.

Przy tym, aby podkreślić autobiografizm tej sceny i uwypuklić metatekstową grę, jaką od początku serialu prowadzi ze swoimi widzami Lena Dunham, budując postać Hannah z własnych rysów i przeżyć doprowadzonych na skraj groteski, tym razem wzbogacono tę szkatułkową konstrukcję o jeszcze jedno pudełko. Hannah Horvath będąca alter ego Leny Dunham także tworzy swoje alter ego, którym jest bohaterka jej opowiadania o imieniu... Anna.

Naturalnie na młodą pisarkę spada grad niedorzecznych i wzajemnie sprzecznych zarzutów – jej tekst jednocześnie rze-
komo „trywializuje prawdziwą przemoc” i jest „siermiężnie femi-
nistyczny”. A jednak wykładowczyni, w której rysach i słowach
można się dopatrzyć nawiązań do wypowiedzi Roxane Gay (Gay
2014: 55-56), odbiera atakowanej studentce prawo głosu.

Infantyizm bohaterki polega przy tym na odmowie przy-
jęcia do wiadomości obowiązującego na tych warsztatach po-
rządku władzy, w którym odbiły się stosunki panujące w amery-
kańskim polu literackim. Hannah nie godzi się na paradoks doksy,
czyli „porządku świata taki, jaki jest, z jego obowiązującymi zna-
czeniami i znaczeniami zakazanymi” (Bourdieu 2004: 8), której
elementem jest przekonanie o wyższości afroamerykańskiej pro-
zy krytyczno-społecznej (niezależnie od jej cech formalnych) nad
choćby najbardziej odważną i nowatorską intymistyką.

Ignoruje też fakt, że nie znajduje się w pozycji, w której
mogłaby zakwestionować porządek obowiązujący w tym subpo-
lu. Wyrazem jej przeciwskutecznego oporu stały się pozostałe
sceny wątku: dialog z 2. odcinka z epizodyczną bohaterką o imie-
niu Logan; krytyczny monolog Hannah z 3. odcinka wprawiający
w zażenowanie obiekty jej krytyki oraz będąca nawiązaniem do
cytowanych powyżej przeprosin Leny Dunham znajdująca się
w 4. odcinku scena ostatnich warsztatów Hannah, podczas któ-
rych im mocniej bohaterka usiłuje przeprosić pozostałych adept-
tów literatury, tym mocniej czują się oni obrażeni.

Każda z wymienionych scen ilustruje postępującą degrada-
cję Hannah w hierarchii grupy, skutkującą jej przedłużającym się
kryzysem twórczym, a wreszcie rezygnacją z warsztatów oraz
kariery literackiej.

W jeszcze bardziej dramatycznych okolicznościach w ob-
szar pola literackiego usiłowała wkroczyć Lena Dunham. Premie-
rze *Nie takiej dziewczyny...* towarzyszyło kilka skandali na różne
sposoby neutralizowanych przez współpracujących z pisarką
specjalistów od zarządzania wizerunkiem⁵.

⁵ Najgłośniejszymi z nich były zatarg z młodym politykiem, który
rozpoznał się w postaci występującej w *Nie takiej dziewczynie...* jako „Barry”
oraz fala krytyki, jaka zalała twitterowy profil autorki po tym, jak Hamilton
Nolan wytknął jej próbę wykorzystania wolontariuszy podczas trasy promu-
jącej jej książkę. W pierwszym przypadku sprawa zakończyła się ugodą,

Wydarzeniem medialnym, które wymknęło się jednak spod kontroli, stał się zarzut pedofilii wynikający z interpretacji eseju *Grace*, w którym Dunham przyznaje się, że jako trzynastoletka masturbowała się w obecności swojej siostry oraz następującego fragmentu *Kto przesunął moją macicę*, opisującego ciekawość wówczas siedmioletniej autorki przyglądającej się waginie swojej kilkumiesięcznej siostry:

Grace siedziała obok, gaworząc i śmiejąc się, pochyliłam się więc między jej nóżkami i delikatnie rozchyliłam jej dziurkę. Nie opierała się, ale gdy zobaczyłam, co ma w środku, wrzasnęłam (...).

– Mamo! Mamo! Grace ma coś tam w środku! (...)

Szybko okazało się, że moja siostra włożyła sobie do środka sześć czy siedem kamyków (Dunham 2015: 137).

Daremnie młodej pisarki broniła Judith Levine, na łamach „Boston Review” argumentując, że to Dunham padła ofiarą zbiorowej hysterii skutkującej stygmatyzacją, a nawet penalizacją całkowicie zdrowych dziecięcych odruchów (Levine 2014). Autorka przypłaciła tę aferę załamaniem nerwowym, którego konsekwencją było przerwanie trasy promocyjnej w Niemczech.

Paradoksalnie historia tego skandalu jest wyraźnym dowodem na potrzebę kobiecego pisarstwa. Gdyby tematyka dziewczęcego dzieciństwa i związanych z nim zainteresowań erotycznych była silniej obecna w literaturze i stała się elementem wiedzy potocznej, najprawdopodobniej cały skandal nie miałby miejsca.

Gwoli naukowej uczciwości muszę jednak nadmienić, że wątek literackich prób Hannah Horvath na początku 4. serii kończy się rezygnacją ze stypendium i podjęciem pracy w szkole nie tylko ze względu na traumatyczne doświadczenia odtwórczyni roli Hannah, ale także, aby zrealizować formalne założenia tego serialu opierające się na postmodernistycznej grze literackiej, jaką jest pastisz *Małych kobietek* Louisy May Alcott⁶. Krótko mówiąc, Han-

w drugim – wygospodarowaniem dodatkowych funduszy na honoraria dla artystów, por. Nolan 2014, Stamper 2014.

⁶ Ciekawym studium wątków Alcottowskich w *Dziewczynach* jest *Most Pleasurable Reading We're Not Doing: Louisa May Alcott's Little Women* (Schweitzer 2014).

nah zawiesza swoje pisarskie aspiracje i zaczyna uczyć, także dlatego że w ten sposób rozwinął się wątek losów Joy.

Również przez wzgląd na naukową uczciwość muszę wspomnieć, że sama autorka *Śmiechu Meduzy* po latach wycofywała się z tez zawartych w swoim młodzieńczym tekście. W udzielonym Ewie Majewskiej wywiadzie wyraziła żal, że pozwoliła sobie na taki „krok wstecz”, jak założenie, że w ogóle istnieje coś takiego, jak kobiecy podmiot, który mógłby uprawiać specyficznie kobiece pisarstwo, ponieważ „czegoś takiego, jak »pisanie kobiece« w ogóle nie ma” (Cixous, Majewska 2004: 58).

Najwyraźniej też nie będzie, ponieważ okoliczności zawieszenia kariery literackiej Dunham stały się wyraźnym dowodem na problematyczność kwestii *écriture féminine*. Nie tylko bowiem próby zawarcia w książce Dunham specyficznie kobiecego doświadczenia zostały wielokroć zdewaluowane jako „nieliterackie”, ale spotkały się nawet z zarzutami kryminalnymi. Wypowiedzenie kobiecego podmiotu uniemożliwia więc nie tylko porządek symboliczny, lecz także prawny.

Lektura *Małych kobietek* pozwala przypuszczać, że Hannah Horvath, podobnie jak Joy, powróci do pisarstwa i zacznie uprawiać literaturę, która tym razem przypuszczalnie mocniej przypadnie do gustu granej przez Myrę Lucretię Taylor wykładowczyni. Trudniej jednak spekulować, czy do dłuższych form pisarskich powróci także Lena Dunham. Wprawdzie sama sugerowała żartem w eseju *Nie pieprzyliśmy się, a i tak na mnie wrzeszczeli*, że gdy tylko skończy 80 lat i będzie mogła sobie pozwolić na to, żeby „...zdradzać nazwiska. Smakowite, mściwe nazwiska”, prześle czytelnikom kolejny „meldunek z frontu”, w którym tym razem zamieści szczegółową relację z, według niej wciąż przesiąkniętej seksizmem, fabryką snów.

Jako badaczka popfeminizmu liczę, że Dunham swoją obietnicę spełni i „opowie wszystkim, co mężczyźni, których poznała w Hollywood, powiedzieli jej tego pierwszego szalonego roku” (Dunham 2015: 209), na długo, zanim nadejdzie 80. wiosna jej żywota. Jak bowiem udowodniłam w niniejszym artykule, pisarstwo i scenopisarstwo Leny Dunham doskonale się dopełniają i wzajemnie komentują. Nie wykluczam też, że pomimo porażki debiutu następna książka scenopisarki *Mebelków* dokona na literackim rynku feministycznego wyłomu porównywalnego do rewolucji, jaką wywołały *Dziewczyny* na rynku telewizyjnym.

Bibliografia:

- Alcott Louisa May, 1992, *Małe kobietki*, tłum. Ludmiła Melchior-Yahil, Warszawa.
- Bourdieu Pierre, 2004, *Męska dominacja*, tłum. Lucyna Kopciewicz, Warszawa.
- Bourdieu Pierre, 2001, *Reguły sztuki: Geneza i struktura pola literackiego*, tłum. Andrzej Zawadzki, Kraków.
- Chudzińska Joanna, 2014, *Po prostu „Dziewczyny”*, w: *Władcy torrentów. Wokół angażującego modelu telewizji*, red. Małgorzata Major, Justyna Bucknall-Hołyńska, Gdańsk.
- Cixous Hélène, 1993, *Śmiech Meduzy*, tłum. Anna Nasiłowska, „Teksty Drugie”, nr 4/5/6, s. 147-166.
- Cixous Hélène, Majewska Ewa, 2004, *Bez utopii, „Zadra”*, nr 1, s. 56-58.
- Dunham Lena, 2015, *Nie taka dziewczyna. Młoda kobieta o tym, czego „nauczyło” ją życie*, tłum. Dobromiła Jankowska, Wołowiec.
- Dunham Lena, Gross Terry, 2012, , *Lena Dunham Addresses Criticism Aimed At Girls*, (fragmenty wywiadu radiowego przeprowadzonego na antenie radiostacji NPR), www.npr.org/2012/05/07/152183865/lena-dunham-addresses-criticism-aimed-at-girls [dostęp: 04.11.2015].
- Gay Roxane, 2014, *Bad Feminist. Essays*, New York.
- Graff Agnieszka, 2014, *„Dziewczyny” na mapie amerykańskich sporów o kobiecość, seks i politykę płci. „Backlash”, postfeminizm czy post-postfeminizm*, w: *Seriale w kontekście kulturowym. Społeczeństwo i obyczaje*, red. Daria Bruszevska-Przytuła, Monika Cichmińska, Anna Krawczyk-Łaskarzewska, Olsztyn, s. 45-55.
- Konwerska Emilia, 2014, *White trash opera. Oblicza amerykańskiej biedy w serialach „Shameless”, „Breaking Bad” i „Dziewczyny”*, w: *Seriale w kontekście kulturowym. Historia i polityka*, red. Alina Naruszewicz-Duchlińska, Monika Cichmińska, Olsztyn, s. 18-27.
- Levine Judith, 2014, *Lena Dunham Wasn't a Pedophile, and Neither Were You*, „Boston Review”, www.bostonreview.net/blog/judith-levine-lena-dunham-sister-sexual-abuse [dostęp: 30.07.2015].
- Nolan Hamilton, 2014, *Lena Dunham Does Not Pay*, „Gawker”, www.gawker.com/lena-dunham-does-not-pay-1640249043 [dostęp: 04.11.2015].
- Perczyńska Aleksandra, 2013, *Dziewczyny w wielkim mieście*, „Dwutygodnik”, www.dwutygodnik.com/arttykul/4473-dziewczyny-w-wielkim-miescie.html [dostęp: 04.11.2015].
- Reeve Elspeth, 2012, *Girls Writer Responds to Critique of Girls with Horrible Joke*, „The Wire”, www.thewire.com/entertainment/

2012/04/girls-writer-responds-critique-girls-horrible-joke/51314/ [dostęp: 30.07.2014].

Schweitzer Ivy, 2014, *Most Pleasurable Reading We're Not Doing: Louisa May Alcott's „Little Women”*, „The Journal of Nineteenth-Century Americanists”, tom 2, nr 1, s. 13-24.

Sobaś-Mikołajczyk Pola, 2014, *Fantomowe ciało i fantazmatyczny tekst Hannah Horvath*, w: *Seriale w kontekście kulturowym. Społeczeństwo i obyczaje*, red. Daria Bruszewska-Przytuła, Monika Cichmińska, Anna Krawczyk-Łaskarzewska, Olsztyn, s. 212-222.

Stamper Laura, 2014, *Anger Abounds Over Lena Dunham's Book Tour Acts Not Getting Paid*, „Time”, www.time.com/3446154/anger-abounds-over-lena-dunhams-book-tour-acts-not-getting-paid/ [dostęp: 04.11.2015].

Stępnia Grzegorz, 2015, *Nie ten rodzaj dziewczyny*, „Dwutygodnik”, www.dwutygodnik.com/arttykul/5526-nie-ten-rodzaj-dziewczyny.html [dostęp: 30.07.2015].

Dominika Kozera

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Co fan może, a czego nie – dialog twórców *Nie z tego świata* z fanami w odcinku poświęconym *fan fiction*

Abstrakt:

Rola fana i jego miejsce w popkulturze zmieniły się diametralnie na przestrzeni dekad. Z jednej strony celem fanów jest złożenie hołdu ulubionemu utworowi czy artyście, co z drugiej strony jest dokonywane przy aktywnym angażowaniu się we współtworzenie treści autorskich, ingerując tym samym w przekaz i zawartość oryginału. Z powodu tego ostatniego, inwencja twórcza fanów, często nie do poskromienia, jest zarówno dla twórców, jak i producentów dużym wyzwaniem. Doskonałym zobrazowaniem dialogu prowadzonego z fandomem jest 5. odcinek 10. sezonu serialu *Nie z tego świata* (*Supernatural*), zatytułowany *Fan Fiction*. Na podstawie analizy właśnie tego odcinka, omówię zastosowane w nim strategie mające na celu docenienie twórczości fanów przy jednoczesnym ujarzmieniu ich nieograniczonej inwencji twórczej.

Słowa kluczowe:

fan, fandom, *fan fiction*, tekst medialny, twórczość

Rola fana i jego miejsce w popkulturze zmieniły się diametralnie na przestrzeni dekad. Proces ten był na tyle dynamiczny, iż doczekał się wielu publikacji naukowych (autorstwa m.in. Stephena Hinermana, Johna Fiske’a, Henry’ego Jenkinsa, Johna Sullivana), z których wyłonił się zróżnicowany obraz fana oraz kojarzonych z nim wartości. Pomimo różnic w przedstawianiu miłośników danego tekstu medialnego, zgodnie stwierdzono, że fan jest rodzajem specyficznego odbiorcy, którego „wyróżnia silna, symbiotyczna więź z produktami kultury” (Filiciak, Tarkowski 2012). Bardzo trudno jednak jednoznacznie ustalić, od kiedy można mówić o tak dużym zaangażowaniu w odbiór dzieła.

Są tacy, którzy uważają, „że za pierwsze produkcje fanowskie należy uznać opowiadania rozgrywające się w świecie lalek, które pisały, a nawet publikowały młode kobiety od końca XIX wieku” (Filiciak, Tarkowski 2012). Innym popularnym poglądem jest uznanie wielbicieli Sherlocka Holmesa za pierwszą społeczność fanowską. Według Scotta Browna (magazyn *Wired*) zwolennicy detektywa (ang. *Sherlockians*) nie poprzestawali wyłącznie na śledzeniu przygód ulubionego bohatera, dążąc do aktywniejszego udziału w kreowaniu świata stworzonego przez sir Conana Doyle’a. Sposobem realizacji ich celów było pisanie własnych opowiadań o kolejnych sprawach, które Sherlock miał rozwiązywać. Ich działalność miała charakter zbiorowy, co potwierdza chociażby publiczna demonstracja w 1893 roku poświęcona upamiętnieniu Holmesa po jego śmierci w ostatniej części serii (Brown 2009). Można by się pokusić o porównanie tego wydarzenia z zachowaniami fanów w XXI wieku.

Wielu innych badaczy kluczową rolę w utworzeniu kultury fanowskiej przypisuje z kolei wielbicielom science fiction. Piotr Siuda, socjolog prowadzący *popblog* (poruszający m.in. tematykę popkultury i społeczności fanowskich), przyjmuje właśnie, że powstanie pierwszych fandomów zapoczątkował „ruch fanów fantastyki naukowej funkcjonujący w pierwszej połowie XX w. w USA” (Siuda 2010: 88). Jednym z głównych ówczesnych działaczy był Hugo Gernsback, który m.in. założył w 1926 roku *Amazing Stories* – pierwszy magazyn poświęcony tematyce science fiction. Jak pisze Siuda (2010: 88), to właśnie Gernsback zachęcał „czytelników tego pisma do nadsyłania do redakcji listów komentujących zamieszczane tam treści”. Dzięki temu fani zaczęli nie tylko aktywnie uczestniczyć w tworzeniu zawartości pisma, ale też wymieniali się „adresami, które Gernsback publikował” i „zaczęli do siebie pisać listy lub – jeśli mieszkali dostatecznie blisko – spotykać się osobiście” (Siuda 2010: 88). Niemniej jednak za datę początkową ruchu fanów fantastyki uważa się 1939, kiedy to w Nowym Jorku odbyła się pierwsza edycja Worldcon (ang. *The World Science Fiction Convention*), czyli Światowego Konwentu Science Fiction.

Data ta jest o tyle ważna, iż nie dotyczy wyłącznie pierwszego profesjonalnie zorganizowanego zlotu miłośników fantastyki, ale jednocześnie wyznacza początek tzw. fali dewiacji – okresu, w którym fan został stereotypowo sprowadzony do

najniższego szczebla drabiny społecznej. Jak tłumaczy Piotr Siuda, fanów postrzegano wówczas jako „dewiantów, osoby anty-społeczne, mające trudności z nawiązywaniem kontaktów towarzyskich, seksualnych, niepotrafiące znaleźć pracy, czyli po prostu nieumiejące poradzić sobie w życiu” (Siuda 2010: 88). Ten nieprzychylny wizerunek mógł być związany z etymologią słowa *fan*, będącego skrótem od ang. *fanatic*. Słowo to od zawsze miało silne konotacje religijne o negatywnym wydźwięku, a przykładowo w XVII wieku było używane w celu określenia czynności lub mowy wynikającej z opętania przez bóstwo lub demona (Sullivan 2012: 192). Obok pojęcia fan szybko wykształcił się inny termin mający za zadanie określić działalność zbiorowości fanów – *kult*. Słowo to również ma religijny wydźwięk i pierwotnie odnosiło się do grupki ludzi przesadnie praktykujących obrzędy religijne uważane za złowrogie (Sullivan 2012: 192).

Nic więc dziwnego, że przez długi okres fenomen społeczności fanowskiej, jako nowy wytwór współczesnej kultury, był przedstawiany bardzo krytycznie w świecie akademickim. Przykładowo, Stephen Hinerman pisząc o radykalnych zachowaniach wielbicieli Elvise Presleya uznał, nawiązując do freudowskiej psychoanalizy, że uciekają oni w świat fantazji i ułudy, gdyż są zmuszeni „kompensować swoje życiowe traumy” (Siuda 2010: 89). Ich potrzeba kolekcjonowania przedmiotów związanych z Elvisem bądź fantazjowanie o nim powstawały z powodu zaburzeń psychicznych. W mniemaniu Hinermana, fani byli ofiarami. Podobne opinie można znaleźć u przedstawicieli szkoły frankfurckiej (m.in. Theodor Adorno, Max Horkheimer), którzy uznawali, że tacy odbiorcy to „ofiary manipulowane przez przemysł kulturalny, mający utrwalić istniejące nierówności społeczne oraz przekonać ludzi do pragnienia zaspokajania potrzeb fałszywych” (Siuda 2010: 91).

Jak trafnie zauważyła Joli Jenson w artykule *Fandom as Pathology*, fanów traktowano na dwa sposoby – albo prześmiewczo charakteryzując ich jako narwanych fanatyków i zakompleksionych kujonów, albo jako jednostki patologiczne przejawiające zachowanie całkiem irracjonalne, na pograniczu obłądu (Siuda 2010: 90). Dopiero rok 1992 przyniósł zmiany w odbiorze wizerunku fana. Można o nich przeczytać w artykule *Kulturowa ekonomia fandomu* napisanym przez wybitnego medioznawcę i kulturoznawcę Johna Fiske’a. Dla niego fandom

z jednej strony stanowi intensyfikację kultury popularnej tworzonej poza kulturą oficjalną i zazwyczaj występującej przeciwko niej, z drugiej zawłaszcza i przetwarza określone wartości i cechy kultury oficjalnej, przeciw której występuje (Fiske 1992: 34).

Fan stał się zatem aktywnym, niezależnym od nadawcy odbiorcą, który potrafił w zależności od swoich upodobań zinterpretować dane treści i przetworzyć je. W procesie tym kluczową rolę odgrywała społeczność – fan przestał być badany pod kątem indywidualności, jego siłą stała się zbiorowość.

Ogromną zasługę miał w tym Internet, który wzmocnił interakcje pomiędzy wielbicielami danych produktów medialnych. Rozwój technologii i powszechny dostęp do sieci internetowej nie tylko ułatwiły miłośnikom danego przekazu śledzenie losów ulubionych bohaterów, kibicowanie im czy organizowanie klubów fanowskich, ale również umożliwiły fanom skierowanie się w stronę bardziej kreatywnej działalności. Przejawiała się ona (i nadal przejawia) w postaci rosnącej popularności fanartu i fan fiction. Jak piszą Filiciak i Tarkowski (2012), przed erą Internetu twórczość fanów „rozpowszechniana była głównie w zamkniętym obiegu i na relatywnie niewielką skalę. A przez to była niewidoczna dla nie-fanów”. Ułatwiony dostęp do Internetu zachęcił do twórczej aktywności i jako, że „ludzie biorą media we własne ręce” (Jenkins 2007: vii), zmieniła ona kulturowy status fanów. Ich wizerunek przybrał wręcz prestiżowy charakter, ponieważ „zaczęli oni być widziani jako sprawnie wymykający się z uścisków dominującej ideologii odłam publiczności” (Siuda 2010: 95).

Przypisywanie działalności fanowskiej tego rodzaju właściwości było ściśle powiązane z kulturą remiksu (pojęcie wprowadzone przez Lawrence’a Lessiga) i użycia właśnie remiksu jako techniki do szeroko rozumianego wkładu twórczego jednostek należących do poszczególnych fandomów. W ten sposób fani stali się awangardą współczesnej kultury i tekstualnymi kłusownikami. Oba te określenia wprowadził Henry Jenkins, guru badaczy kultur fanowskich i *aca-fan* (akademik-fan), który nawiązał tym samym do teorii francuskiego uczonego Michela de Certeau, wyróżniającego odgórne i oddolne procesy wytwarzania przestrzeni miejskiej. Procesy, które Francuz wyodrębnił, to odpowiednio strategie, czyli „kalkulacje lub manipulacje sto-

sunkami władzy, które możliwe stają się wtedy, gdy podmiot władzy (przedsiębiorstwo, miasto, instytucja naukowa) jest w stanie odizolować się od otoczenia” (de Certeau 2008: 36) oraz taktyki – „działania, które nie mogą opierać się na własności czy władzy nad miejscem”(de Certeau 2008: 37). Aktywny odbiorca (a według Jenkinsa nie kto inny, tylko fan) miał wykorzystywać taktyki w opozycji do strategii, stając się zarazem tekstualnym kłusownikiem najeżdżającym na prywatny teren tekstu i zabierającym wszystkie użyteczne dla siebie treści (naruszając przy tym normy tego tekstu i czerpiąc z tego przyjemność).

Tekstualne kłusownictwo stało się wyrazem protestu przeciwko dominującym przemysłom medialnym, a jego praktycy zostali porównani do nieposłusznych dzieci, które buntują się przeciwko czytaniu tekstu według narzuconych zasad, traktując cały ten proces jak pewno rodzaju zabawę (Jenkins 2013: 9). Fani przekształcili się zatem w uprzywilejowane grupy posiadające nie tylko zapożyczone fragmenty podłapane z dominującej kultury (ang. *cultural scavengers*), ale tworzące też własną kulturę (a w zasadzie subkulturę) zbudowaną z semiotycznych, nie przetworzonych jeszcze materiałów dostarczanych przez media (Jenkins 2013: 9-11). Proces przywłaszczania sobie tekstów medialnych i ich odczytywanie na nowo zostały sklasyfikowane przez Jenkinsa jako przejaw „przekształcania kultury masowej w kulturę popularną” (2013: 10).

Skala tego procesu rozwinęła się ze względu na fakt, iż wszelka działalność fanów miała i nadal ma charakter zbiorowy, tzn. jest tworzona po to, by dzielić się wiedzą i odczuciami związanymi z oryginałem. Ze zjawiskiem tym wiążą się jednak pewne nieścisłości, gdyż z jednej strony celem fanów jest przeważnie złożenie hołdu ulubionemu utworowi czy artyście, ale z drugiej strony dokonują tego aktywnie angażując się we współtworzenie treści autorskich, ingerując tym samym w przekaz i zawartość oryginału. Odnotowując, że „wiedzowie domagają się prawa do wywierania wpływu na produkcję i obieg treści medialnych” Jenkins (2007: viii), przypisuje temu zjawisku pozytywne cechy. Trudno jest jednoznacznie stwierdzić, czy rzeczywiście proces ten jest pozbawiony wszelkich niedoskonałości ze względu na jego aktualność i nadal zmieniającą się naturę.

Łatwo jednak zauważyć, że obecnie subkultury fanowskie, kiedyś spychane na peryferie, przechodzą do mainstreamowego nurtu. Dobrym przykładem tego jest działalność fanów *Gwiezdnych wojen*. Filiciak i Tarkowski trafnie zauważają, że

Lucas z jednej strony, z pomocą prawników, przez lata blokował dystrybucję produkcji fanowskich, z drugiej wyłapywał co lepszych fanów i angażował ich po drugiej stronie barykady, jako twórców pracujących na jego konto (Filiciak, Tarkowski 2012).

Być może sukces jednostek zadecydował, że tworzenie różnego rodzaju fandomów jest aktualnie bardzo powszechnym zjawiskiem i w pewnym sensie każdy może być fanem. Popularność grup fanowskich niewątpliwie bierze się również z potrzeby eskapizmu, gdyż „wkroczenie do fandomu jest ucieczką od *prozaicznej* codzienności w świat cudowny” (Jenkins 2013: 11) i rzeczywiście coraz więcej ludzi pragnie oderwać się od szarej rzeczywistości i przenieść w świat marzeń i fantazji, co ma swoje odzwierciedlenie we wzrastającej twórczości pasjonatów-amatorów. Co więcej, „[j]ak nigdy dotąd, można być wielbicielem wielu zjawisk równocześnie (...) można to podkreślać w swojej twórczości czy postawie” (Siuda 2010: 96).

Z tego powodu fandomy tracą swoją unikatowość, o czym mogą nawet świadczyć rosnące z każdym konwentem liczby pseudofanów (znających tylko podstawowe informacje na temat rzekomo ukochanego tekstu medialnego) i zwiększająca się komercjalizacja. Wyszło dość przewrotnie – fani stosując kulturę remiksu, sami zostali zremiksowani. Według Filiciaka i Tarkowskiego (2012), fan „to kolejna figura, w której stykają się sprzeczności epoki cyfrowej”. Jak tłumaczą ci sami badacze, z jednej strony fani to najwierniejsi konsumenci pełniący także „kluczową rolę w marketingu szeptanym”, a niektórzy z nich „stanowią też dla twórców źródło nowych pomysłów”, ale z drugiej strony zdarzają się i tacy, którzy „nagminnie łamią prawo autorskie i odbierają producentom kontrolę nad ich wytworami, traktując ulubione fabuły czy postaci jako własność ich miłośników, a nie koncernów medialnych” (Filiciak, Tarkowski 2012).

Proces ten jest najbardziej zauważalny przy analizie fandomów poszczególnych seriali, gdyż zwłaszcza te ostatnie są uzależnione od oglądalności widzów i liczby sympatyków, któ-

rzy doskonale zdają sobie sprawę ze swojej siły oddziaływania. Ich inwencja twórcza, często nie do poskromienia, jest zarówno dla twórców, jak i producentów dużym wyzwaniem. Z fanami bowiem należy obchodzić się delikatnie, gdyż to właśnie oni gwarantują oglądalność i decydują o popularności danego tekstu medialnego. Krytykując ich nadaktywną twórczość, trzeba być świadomym, że wchodzi się na grząski grunt. Podobnie jest z pozostaniem obojętnym, które może zostać odebrane jako ignorowanie oczekiwań wiernych sympatyków. Z kolei całkowita akceptacja upodobań fanów i wykorzystanie ich pomysłów wiąże się często z obniżeniem jakości danego tekstu i pozbawieniem go pierwotnych znaczeń.

Jak zatem znaleźć rozwiązanie zadowalające dla obu stron? Można zrobić to na wzór twórców serialu *Nie z tego świata*, którzy od momentu ukazania się produkcji na antenie stacji The WB (przekształconej w The CW), konsekwentnie utrzymują bliską relację z fanami. Doskonałym zobrazowaniem dialogu prowadzonego z fandomem jest 5. odcinek 10. sezonu zatytułowany *Fan Fiction*. Na podstawie analizy właśnie tego odcinka, omówię zastosowane w nim strategie mające na celu docenienie twórczości fanów przy jednoczesnym ujarzmieniu ich nieograniczonej inwencji twórczej.

Supernatural, czyli amerykański serial z gatunku dark fantasy, którego tytuł został przetłumaczony (mniej lub bardziej trafnie) na polski jako *Nie z tego świata*, pojawił się po raz pierwszy na antenie 13 sierpnia 2005 roku, przyciągając wówczas 5.69 mln widzów¹. Liczba ta utrzymywała się mniej więcej do 7. odcinka 1. sezonu, co zadecydowało o kontynuacji serii w kolejnych latach. Ku zaskoczeniu samych twórców, serial tak przypadł widzom do gustu, że kręcono go regularnie (bez większych przerw) średnio po 22/23 odcinki na sezon (wyjątek stanowi sezon 3. z 16 odcinkami). W tym roku emitowany jest 10. sezon i nie wygląda na to, by był on ostatnim (stacja the CW ogłosiła już emisję 11. serii). W czym tkwi zatem sekret popularności *Nie z tego świata*?

Po części zasługę można przypisać jego formie oraz poruszanej tematyce. Przedstawiona w nim historia braci Winchester

¹ *Weekly Program Rankings* „ABC Medianet”, 20.09.2005, http://www.disneyabcpress.com/?id=092005_04 [dostęp: 20.04.2015].

(Deana i Sama), którzy są łowcami przemierzającymi (kultowym Chevroletem Impalą z 1967 roku) Stany Zjednoczone w poszukiwaniu demonów, duchów, dzinów, wampirów, wilkołaków, zmiennokształtnych i innych straszliwych stworów, ma strukturę proceduralną. Kolejne odcinki to nowe zagadki do rozwiązania, wytropienie potwora, zabicie go i ruszenie na kolejne łowy. W każdym z sezonów znajduje się również główne zadanie np. wydostanie się z czyśćca czy powstrzymanie nadchodzącej apokalipsy. Wątki te nie są jednak na tyle eksploatowane, by widz mógł się pogubić w fabule po opuszczeniu jednego czy dwóch odcinków. Można się domyślić, że wśród wszystkich 209 odcinków znajdują się te bardziej zapadające w pamięć i te mniej, a nawet takie, których można nie obejrzyć wcale, co jest dość powszechnym zjawiskiem przy dokonywaniu analizy dłuższych serii. Dwa lub trzy razy (w zależności od sezonu) pojawiają się odcinki specjalne o bardziej eksperymentalnym charakterze, tzw. perełki, jak np. czarno-biały, nakręcony w klimacie noir *Monster Movie* (odcinek 4., sezon 5.), *Changing Channels* (odcinek 8., sezon 5.) o parodiowaniu seriali, odcinek westernowy *Frontierland* (odcinek 18., sezon 6.), czy utrzymany w stylu gangsterskim *Time After Time* (odcinek 12., sezon 7.).

Atutem *Nie z tego świata* jest też specyficzny humor i mroczny klimat (zwłaszcza w początkowych sezonach). Ten ostatni budowany jest poprzez muzykę – klasyczny rock, czołówkę ukazującą tytuł stylizowany na temat przewodni (zmienianą z każdym sezonem), wprowadzane poprzez planszę *The Road So Far* streszczenia poprzednich wydarzeń, miejsca odwiedzane przez Winchesterów. W sposób przemyślany zostają też wprowadzone humor i nawiązania do popkultury (za każdym razem, gdy Dean i Sam wcielają się w agentów FBI, używają fałszywych nazwisk, podając nazwiska znanych muzyków np. Tyler i Perry czy Tandy and Lynne, lub tytuły poszczególnych odcinków, np. *Dog Dean Afternoon*, *Two and a Half Men* czy *Like a Virgin*).

Mocną stroną serialu są także postacie i relacje pomiędzy nimi. Aktorzy wcielający się w główne role, czyli Jensen Ackles (Dean) i Jared Padalecki (Sam) tworzą zgraną parę i ich więź braterska wygląda całkiem przekonująco. Są oni wspierani przez postacie drugoplanowe, które powracają w wielu odcinkach, wzbogacając fabułę o dodatkowe wątki. W pierwszych sezonach

ważną rolę dla fabuły pełnił łowca Bobby Singer (grany przez Jima Beavera). Od 5. sezonu najczęściej pojawiają się Misha Collins (anioł Castiel) i Mark Sheppard (demon Crowley). Częste występowanie tych postaci jest nie tylko związane z ciekawymi perypetiami, ale dotyczy również ich wyglądu. Atrakcyjność wizualna głównych bohaterów, jak też i aktorów drugoplanowych może mieć bowiem duże znaczenie dla wielu fanek serialu. Należy przy tym zwrócić uwagę na to, że docelową grupą odbiorców stacji the CW są przede wszystkim kobiety w wieku od 18 do 34 lat². Producenci serialu na pewno wzięli to pod uwagę.

Najsukcesowniejszym mechanizmem, jaki wpływa na popularność *Nie z tego świata*, jest właśnie strategia producentów i twórców, która polega na utrzymaniu jak najlepszej więzi z fanami. Stąd odtwórcy serialowych postaci są niezwykle aktywni na Twitterze, fanpage'ach, i wraz z producentami uczestniczą w konwentach. Zaangażowanie miłośników *Nie z tego świata* jest doceniane nie tylko poprzez rozdawane autografy czy podziękowania, ale ma swój bezpośredni wyraz w specjalnych odcinkach³ zgrabnie poruszających tematykę fanowską. Zgrabnie, gdyż z jednej strony epizody te są skierowane do fanów jako uznanie i docenienie ich działalności, z drugiej zaś bywają przejawem dialogu negocjacyjnego mającego za zadanie poskromienie nadmiernego fanowskiego zapалу.

Doskonałym tego przykładem jest wspomniany wcześniej 5. odcinek 10. sezonu⁴ (będący jednocześnie 200. odcinkiem całej serii), który został oceniony na stronie IMDb (Internet Movie Database) na 9,5/10 gwiazdek⁵. W odcinku zatytułowanym *Fan Fiction* bracia Winchester podczas badania podejrzanego zaginięcia nauczycielki dowiadują się o szkolnym musicalu wystawionym na podstawie ich życia i przygód. Odcinek ten jest

² P.J. Gough, J. Hibberd, "90210" Upfront and Center for CW, „[Hollywood Reporter](http://www.hollywoodreporter.com/news/90210-upfront-center-cw-111620)”, <http://www.hollywoodreporter.com/news/90210-upfront-center-cw-111620> [dostęp: 20.04.2015].

³ Nawiązanie do działalności fanów jest możliwe dzięki wprowadzeniu do serii tzw. metaodcinków, które polegają na tym, że bohaterowie demonstrują swoją świadomość bycia postaciami fikcyjnymi.

⁴ Na stronie „Rotten Tomatoes” (gdzie oceny są wystawiane przez krytyków filmowych), cały sezon uzyskał maksymalną notę (100%), <http://www.rottentomatoes.com/tv/supernatural/s10/> [dostęp: 20.04.2015].

⁵ <http://www.imdb.com/title/tt3845910/> [dostęp: 20.04.2015].

nawiązaniem do 4. sezonu serii, kiedy to Dean i Sam spotykają byłego proroka piszącego książki będące kroniką dotychczasowych perypetii głównych bohaterów. Jak sama nastoletnia reżyserka przyznaje, jej musical jest inspirowany książkami Carvera Edlunda⁶ z „kilkoma upiększeniami”, które paradoksalnie przyczyniają się do spadku jakości oryginalnego dzieła. W tym przypadku relacje pomiędzy fikcyjnym utworem inspirowanym a inspirującym wychodzą daleko poza fabułę serialu i stanowią projekcję zależności pomiędzy twórcami *Nie z tego świata* a jego fanami.

Zderzenie świata bohaterów stworzonych przez profesjonalistów (Erica Kripke, producentów i aktorów) ze światem postaci zmodyfikowanych na potrzeby szkolnego przedstawienia wystawianego przez amatorów jest wielce wymowne, jako że pokazuje znaczące rozbieżności fabularne pomiędzy nimi, jak również i dzielącą je galaktyczną przepaść jakościową. Widać to poprzez użyte przez uczniów rekwizyty „domowej roboty” (broń zabawkowa czy uboga charakteryzacja potworów oraz głównych postaci) i chociażby sam początek odcinka, gdy najbardziej zaangażowana z uczennic będąca scenarzystką i reżyserem musicalu, krytycznie wypowiada się na temat świecącego, teatralnego szyldu, wyjaśniając swojej asystentce: „Blisko, ale potrzeba więcej...”. Po jej słowach skromny szyld, na którym widnieje napis „Supernatural” ułożony z żarówek, zostaje porównany bezpośrednio z dotychczasowymi „profesjonalnymi” czołówkami serialu, które pełnią funkcję kontrastu i stanowią przejście do sceny z „prawdziwymi” braćmi Winchester.

Dość przewrotne jest też samo zastosowanie podziału na tę prawdziwą historię, w której Sam i Dean pod przykrywką agentów FBI prowadzą dochodzenie w celu pokonania mściwej bogini Kaliopie, a interpretacyjną wersję uczniów liceum, w której partii braci Winchester odtwarzają niezgrabnie przebrane za myśliwych dziewczyny. Granica między tymi światami zostaje zaznaczona poprzez scenę, w której Dean, podając się za fana serii, opowiada „małemu Szekspirowi”⁷ prawdę o kontynuacji swoich przygód i słyszy od niej: „To najgorsza fanowska fikcja,

⁶ Postać fikcyjna, stworzona na potrzeby serialu.

⁷ Fraza użyta przez Deana w rozmowie z Marie, która odpowiada za scenariusz i reżyserię musicalu.

jaka słyszałam!”. Nastoletnia scenarzystka jest zaabsorbowana tylko swoją wizją przedstawienia, ignorując prawdziwą wersję podaną przez postać, która stała się pierwowzorem jej musicalu. Podobnie jest z zaginioną nauczycielką, która nie dostrzega potencjału historii, jaka kryje się za opowieścią o braciach Winchester. Wychodząc z próby przedstawienia, mówi ona: „Teatr opowiada o życiu, o prawdzie. A gdzie jest prawda w *Supernatural*?”, po czym zostaje zaatakowana przez prawdziwego potwora.

Prowadzona w analizowanym odcinku gra tym, co realne i oryginalne, a tym, co nieprawdziwe i amatorskie, świetnie nawiązuje do fanowskich wersji przygód braci Winchester, które często odchodzą od kanonu i skupiają się na alternatywnych wersjach, sequelach i rozwijaniu wątków pobocznych. Już sama zmiana gatunku z dark fantasy na musical podkreśla, jak odległe są wyobrażenia miłośników serialu od założeń twórców. Zostaje to wymownie skomentowane przez Deana, który patrząc na próbę spektaklu, stanowczo wyjaśnia nastoletniej reżyserce, że w *Nie z tego świata* nie ma żadnego śpiewania i dodaje: „a jeśli by było, to byłby to klasyczny rock, a nie ten syf prosto od Andrew Lloyd Webbera!”. Dean odnosi się równie krytycznie do odtwórczyni głównych ról, które stoją tak blisko siebie, by nadać historii podtekst seksualny mający być wzmocnionym przez „zgłębienie natury Destiela⁸ w akcie drugim” (uczniowie odtwarzający role Deana i Castiela są parą). Poruszenie tego wątku bez wątplenia wiąże się ze stale rosnącą wśród fanów popularnością formy *pairing*, która polega na łączeniu bohaterów w pary i rozwijaniu ich miłosnych perypetii. Ukazanie tego zjawiska w serialu jednocześnie pokazuje, że twórcy oryginalnej wersji są świadomi fenomenu *pairingu* i interesują się kreatywną działalnością miłośników *Nie z tego świata*, jednocześnie podchodząc do całego tematu z rezerwą i przymrużeniem oka.

Stosunek autorów serialu do takiej twórczości zapewne przejawia się w reakcji zszokowanego i oburzonego Deana, który krytykuje wszystkie „upiększenia” dodane do historii, takie jak kosmici, roboty, wojownicze ninja i jego transformacja w ko-

⁸ Połączenie imion głównych bohaterów Deana i Castiela oraz opisywanie ich homoseksualnego związku jest niezwykle popularną formą obraną przez fanów. Krótkie opowiadania poświęcone tej tematyce umieszczane są na specjalnej stronie <http://destielfanfic.com/> [dostęp: 20.04.2015].

bietę „na kilka scen”. Jego sceptyczna postawa zostaje zaznaczona już przy pierwszym zetknięciu się z musicaliem, kiedy to Dean wyznaje: „zaraz zwymiotuję”. Nawet wyjaśnienie reżyserki, że jej dzieło to przykład fikcji transformacyjnej, nie przekonują głównego bohatera, który przecież wyraża opinię o zmianach dotyczących bezpośrednio jego osoby. Oczywiście, by zneutralizować krytyczny wydźwięk wszystkich jego reakcji, kwestie Deana zostają silnie ukontekstowane w komicznym wyrazie, co mocno akcentuje gra Jensena Acklesa. Dodatkowo, by nie wzbudzić niezadowolenia fanów, krytyczna postawa Deana zostaje zrównoważona przez zdanie jego młodszego brata, który wyznaje, że pomysł wystawienia musicalu jest „nawet uroczy”.

W odcinku o fan fiction znajdują się więc dwa sposoby reakcji na to zjawisko. Personifikacją pierwszej jest Dean, który nie pojmuje sensu wprowadzania jakichkolwiek zmian do jego historii. Jego niezdolność do akceptacji „kilku upiększeń” jest przykładem autora ortodoksyjnego, który żąda od odbiorcy rygorystycznego nienaruszania jego tekstu. Z kolei Sam ucieleśnia autora, który jest otwarty na zmiany dokonane przez innych w jego historii. Wszelkie uduziwnienia bawią go, a nie jak w przypadku starszego brata – przejmują. Dzięki połączeniu tych dwóch postaw, twórcy serialu prowadzą z odbiorcami wysublimowany dialog, uciekając od jednoznacznego stwierdzenia, czy działalność fanów nie jest przypadkiem za bardzo żarliwa i, co się z tym wiąże, problematyczna.

Mamy zatem, ku uciesze fanów, entuzjastyczne zakończenie, w którym to twórca oryginału (pojawienie się Carvera Edlunda w ostatnich sekundach musicalu) pochwała daleko odbiegającą od prawdy wersję miłośniczką *Nie z tego świata*. Po między wierszami można jednak wyczytać, że całość ma bardzo protekcyjny charakter, w którym twórcy serialu chcą zwizualizować niedorzeczne pomysły fanów. By jednak otwarcie nie ranić uczuć miłośników produkcji, negatywne odniesienie do ich twórczości nie zostaje ujawnione wprost, a wszelka krytyka występuje w postaci humoru sytuacyjnego i gry słów, które odciągają uwagę od treści przekazu. Na pierwszy rzut oka, taki „sposób na fanów” sprawia wrażenie nieudolnego, ale bynajmniej tak nie jest, o czym najlepiej świadczy fakt, że wkrótce będzie kręcony 11. sezon serii.

Ukazana powyżej relacja między fanami i twórcami serialu ma charakter symbiotyczny. Fani potrzebują swoich bohaterów i poczucia uczestnictwa w renegotiacji znaczeń serii, a autorzy potrzebują zaangażowanych widzów, którzy zwiększą oglądalność, co umożliwi z kolei przedłużenie żywotności serialu. Dążenie do popularności *Nie z tego świata* jest na tyle ważne, że twórcy zgadzają się na ustępstwa i aktywne uczestnictwo fanów w tworzeniu treści serialu. To świetnie odzwierciedla postępujący wzrost znaczenia fanów w porównaniu do ich statusu sprzed 20 lat. Producenci stosują jednak przy tym określone strategie, by nie zgodzić się na wszystko i w pewien sposób okiełznać nieograniczoną inwencję fanów. Przykładowo, życzenie miłośników serialu dotyczące powrotu postaci Bobby'ego do fabuły zostało zrealizowane w nietypowy sposób – powrócił on w jednym odcinku jako duch, pomagając głównym bohaterom w rozwiązaniu zagadki. Zastosowanie takiego rozwiązania nie rozczarowało fanów całkowicie. Co więcej, spowodowało, że skupili się oni na promowaniu innych treści, zapominając, oczywiście tylko na chwilę, o wcześniejszych żądaniach.

Bibliografia:

- Brown Scott, 2009, *Sherlock Holmes, Obsessed Nerds, and Fan Fiction*, http://archive.wired.com/techbiz/people/magazine/17-05/-pl_brown [dostęp: 30.04.2015].
- Certeau Michel de, 2008, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. Katarzyna Thiel-Jańczuk, Kraków.
- Filiciak Mirosław, Tarkowski Alek, 2012, *F jak Fan*, <http://www.dwu-tygodnik.com/artykul/247-alfabet-nowej-kultury-f-jak-fan.-html> [dostęp: 30.04.2015].
- Fiske John, 1992, *The Cultural Economy of Fandom*, w: *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, London, New York.
- Jenkins Henry, 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa.
- Jenkins Henry, 2013, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York.
- Sullivan John, 2012, *Media Fandom and Audience Subcultures*, w: *Media Audiences. Effects, Users, Institutions, and Power*, New York.
- Siuda Piotr, 2010, *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, „Studia Medioznawcze”, tom 3, zeszyt 42, s. 87-100.

Aldona Kobus

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Burzenie czwartej ściany. Strategie relacji twórców popkultury z fankami

Abstrakt:

Artykuł przedstawia wpływ strategii marketingowych opartych na płciowej segregacji odbiorców na kondycję widzek, szczególnie fanek, w przypadku, gdy ich popkulturowe zainteresowania skupiają się na tytułach docelowo skierowanych do męskich odbiorców. Analizie poddane zostały stereotypy na temat fanów oraz ich funkcjonowanie w kulturze i dyskursie medioznawczym. Omówiony został także stosunek twórców popkultury do fanek danych dzieł. Kluczową część pracy stanowi analiza sposobu portretowania fanek w popkulturze w odniesieniu do funkcjonujących stereotypów na temat fanów.

Słowa kluczowe:

fandom, *fan studies*, *fangirling*, *fangirls*

Jako istotne osiągnięcia w ponad dwudziestoletnim dorobku badań nad zaangażowanym odbiorem kultury popularnej¹ (*fan studies*, *fantropologii*) wymienić można aktywną walkę ze stygmatyzacją popkultury w dyskursie akademickim (Fiske 2010, Jenkins 2007b) oraz uwidocznienie obecności i sposobu funkcjonowania zaangażowanych odbiorców (fanów) w ramach rynkowej i emocjonalnej ekonomii recepcji popkulturowych treści (Fiske 1992, Grossberg 1992). Rozpoznanie w ramach *fan studies* mechanizmów piętnowania i stereotypizacji fanów stanowiło istotny wkład w badania nad odbiorem, pozwalający uwzględnić praktykę recepcji wyrażoną w jej indywidualnych aktach. O ile jednak figura bezmyślnego konsumenta masowo produkowanych treści straciła swoją funkcjonalność, o tyle rozpoznane

¹ Za początek *fan studies* uznaję rok 1992, kiedy to ukazały się trzy fundamentalne publikacje z tego zakresu: *Textual Poachers. Televisions Fans and Participatory Culture* Henry'ego Jenkinsa, *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth* Camille Bacon-Smith oraz *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis.

przez fantropologów stereotypy na temat fanów przybrały postać samospełniającej się przepowiedni². Jeśli przyjąć, iż stawią one efekt stygmatyzowania samej popkultury, zauważyć można, że dychotomia kultury wysokiej i niskiej, awangardowej i popularnej, wartościowej i bezwartościowej straciła rację bytu, ale bazujące na niej stereotypy na temat fanów wciąż funkcjonują, stając się popkulturowym tropem.

Henry Jenkins wymienił następujące cechy wizerunku fanów, jakie obecne były w dyskursie medialnym i medioznawczym lat 80. XX wieku:

- 1) bezmyślni konsumenci, kupujący wszystko, co związane jest z programem lub jego obsadą (...);
- 2) osoby kultywujące bezużyteczną wiedzę (...);
- 3) błędnie uznające za istotne bezwartościowe treści (...);
- 4) społeczne wyrzutki, których obsesja na punkcie określonego programu rekompensuje niepowodzenia w innych dziedzinach życia (...);
- 5) są zniewieściali i/albo aseksualni przez swoje bliskie powiązania z kulturą masową (...);
- 6) infantylni, emocjonalnie i intelektualnie niedojrzali (...);
- 7) i niezdolni do odróżnienia fikcji od rzeczywistości (...) (Jenkins 1992: 249).

Autor *Kultury konwergencji* w swojej interpretacji patologicznego wizerunku fana kładzie nacisk na stygmatyzację samej kultury popularnej, łącząc ją z kwestią dystynkcji kulturowej. Fani łamią granice „dobrego smaku” odnosząc się do niewłaściwych treści (popkulturowych) w niewłaściwy sposób (z uwagą należną kulturze wysokiej). Poważnie więc traktują coś, co na poważne traktowanie nie zasługuje. Tym samym zdradzają swoje niedostatki: brak obycia, problemy emocjonalne, potrzebę rekompensaty i/lub eskapizmu, problem z odróżnieniem fikcji od rzeczywistości, zasadniczy fanatyzm w podejściu do swojego obiektu kultu. Joli Jensen w swoim tekście *Fandom jako patologia: konsekwencje definiowania*, również z 1992 roku, zauważa, że stereotypowe ujęcia wizerunku fana sprowadzić można do

² W tym znaczeniu, iż patogeniczny stereotyp bycia fanem, „geekiem” czy „nerdem”, prezentowany chociażby w sitcomie *Teoria wielkiego podrywu* (*Big Bang Theory*, Chuck Lorre, Bill Pardy, 2007–) stał się poniekąd wzorcem kulturowym przyjmowanym bezrefleksyjnie przez samych fanów.

dwóch figur: „indywidualnego obsesjonata” i „kolektywnego histeryka” (Jensen 2012: 56). W obu przypadkach „bycie fanem postrzega się jak syndrom psychiczny domniemanej dysfunkcji społecznej” (Jensen 2012: 56). W interpretacji badaczki patologizacja fana stanowi nie tyle efekt jego popkulturowych zainteresowań, co odbicie lęków związanych z nowoczesną kondycją podmiotu. Fan funkcjonuje więc w świadomości społecznej jako Inny, wcielenie zagrożeń kultury medialnej, w której wszyscy partycypujemy, ciemnej strony rozwoju mediów, systemu celebryckiego, kultury nowoczesnej. Badaczka zauważa:

[r]zekome prawdy na temat fanów – że są potencjalnymi dewiantami, samotnikami lub członkami bezmyślnego tłumu – można powiązać z głębszymi i mniej wyraźnymi założeniami na temat życia nowoczesnego. Typowym wizerunkom fana odpowiadają pokrewne założenia na temat indywiduum nowoczesnego w ogóle; idea samotnego obsesjonata przywołuje obraz wyobcowanego, zatomizowanego „człowieka masowego”; idea kolektywnego histeryka przywołuje obraz bezbronnej, irracjonalnej ofiary propagandy masowej (Jensen 2012: 60).

Jensen cytuje Johna L. Caugheya, dla którego kondycja fanowska jest jedynie różnicą stopnia – zainteresowanie fanowskie opisuje on w dalszym ciągu jako uwielbienie patologiczne, stanowiące bardziej rozwiniętą formę postawy uwielbienia, którą ewokuje sama kultura popularna w swojej strukturze, przede wszystkim w postaci celebryty (Jensen 2012: 57). Tym samym figura fana stanowi swego rodzaju pocieszenie dla „normalnego” odbiorcy: nie został fanem, uniknął pułapek i niebezpieczeństw kultury medialnej i popularnej, zachował równowagę (Jensen 2012: 68). Patologizowanie fanów uznać więc można za pochwałę dystansu jako właściwej formy konkretyzowania swoich relacji z treściami popkulturowymi, w przeciwieństwie do zaangażowanego podejścia fanowskiego.

Istotne jest zwrócenie uwagi, iż wszystkie przytoczone przez Jenkinsa i Jensen stereotypy odnoszą się do fanów – do zaangażowanego odbioru popkultury przez mężczyzn. W ten sposób uznać można, że kobiety w dyskursie medialnym i medioznawczym skupionym na fanowskim odbiorze nie istnieją³, co

³ Analiza kondycji fanek pojawia się w kilku tekstach przed 1992 rokiem, najczęściej w kontekście seksualności nastolatek w związku z takimi

jest tym bardziej frapujące, iż *Textual Poachers* Jenkinsa niemal w całości skupia się na odbiorze popkultury przez fanki, kobiety. Jenkins rozpoczyna więc swoją pracę od negowania patologicznego stereotypu fana poprzez argumenty ze świadectw odbioru fanek (szeroko rozumianej twórczości fanowskiej tego okresu), nie rozważając nawet nieobecności czy też niedostrzegania fanek w dyskursach, do których się odnosi. W tym sensie fanka jako kondycja kobiecej części zaangażowanych odbiorców popkultury nie jest rozważana w momencie, gdy rodzą się *fan studies*, chociaż za gest założycielski tej dyscypliny uznać można odkrycie *slashu*, który to gatunek *fanfiction*, rozpoznany jako domena twórczości kobiecej, stanowi główny temat analiz w *Textual Poachers* i *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth* Camille Bacon-Smith, obie pozycje bowiem próbują przede wszystkim wytłumaczyć kobiecą potrzebę pisania męsko-męskich romansów i erotyki.

Fan studies w swoich początkach zastąpiły patologiczny stereotyp fanowski własnymi uogólnieniami i uproszczeniami, stwarzając wizję fandomu jako ogółu fanów danego popkulturowego tytułu, nie skupiając się zbyt na wewnętrznych napięciach pomiędzy poszczególnymi grupami społecznymi w fandomie. Co więcej, początki *fantropologii* ustanawiają własny stereotyp fana jako „tekstowego kłusownika”, bazując na dokonaniach z zakresu fanowskiej twórczości, która stanowiła domenę fanek, w efekcie podtrzymując zasadniczą „niewidzialność” kobiet w fandomie, tj. tendencję do niedostrzegania i/lub ignoro-

zjawiskami medialnymi, jak Beatlemania czy fala popularności Elvisa Presleya i ma równie moralizatorski i potępiający wydźwięk, co wymienione stereotypy fanowskie. Jednak źródło patologizacji stanowi w tym przypadku piętnowanie raczej samej seksualności nastolatek niż kondycji fanowskiej dziewcząt. O ile stereotypy na temat fanów ująć można w figurze „fan jako obsesjonat, dewiant”, o tyle sposób ujmowania zachowań fanek Beatlesów sprowadzić można do figury nastoletniej histerii jako przypadłości kobiecej, tj. „nastolatka jako histeryczka”. W tym przypadku to raczej niewinne popkulturowe treści padają ofiarą rozpasanych kobiecych fantazji i pragnień niż je prowokują czy ewokują (Ehrenreich, Hess, Jacobs 1992 oraz Hinerman 1992). Pragnę także zaznaczyć, iż w ramach tej pracy skupiam się na obrazie fanek w dyskursie medialnym, nie wewnątrzfanowskim, gdzie wizerunek *fangirls* jest bardziej konkretyzowany, kreowany przede wszystkim przez same fanki i ulega patologizacji w innym kontekście niż w stosunku do relacji z twórcami kultury popularnej.

wania ich obecności wśród wielbicieli danego tytułu. Fandom jako pojęcie zrzeszające wszystkich fanów (i fanki) danego tytułu stanowi fikcję ze względu na zgromadzenie wokół jednego tytułu licznych grup o odmiennych i często wzajemnie sprzecznych zapatrywaniach, interpretacjach i interesach społecznych. Dlatego w ramach współczesnej *fantropologii* mówi się o fandomach danego tytułu, wskazując mnogość stanowisk i kondycji wśród fanów/fanek.

Fanowska autorefleksja wprowadza elementarny podział na fandom transformujący (w większości kobiety) i fandom kultywujący (w większości mężczyźni) (LordByronic 2015). Podział ten pokrywa się nie tyle z założenia z tożsamościami płciowymi fanów i fanek, ile z tendencjami w podejściu do popkulturowego obiektu uwielbienia, które często nabierają upłciowionego charakteru zarówno w fanowskiej, jak i w fantropologicznej interpretacji. Fandom kultywujący skupia się na zbieraniu wiedzy detalicznej, ustalaniu kanonów⁴ popkulturowego tytułu, jego kulcie w takim kształcie, w jakim został on wyprodukowany. Źródłem fanowskiej przyjemności jest w tym przypadku prymarnie samo dzieło. Fandom transformujący wchodzi w dyskusję z dziełem, kwestionuje kanon zarówno pod względem treści, jak i ich znaczeń, dokonuje zmian motywowanych poszukiwaniem własnej przyjemności, dopasowywaniem dzieła do siebie, personalizowaniem go.

Efektem działań fandomu kultywującego jest zagłębianie w kanon, tworzenie wszelkiego rodzaju encyklopedii kanonu i poszerzenie go o hipotetyczne granice zgodne jednak z jego przyjętą interpretacją (np. nieustanna dyskusja o tym, który bohater komiksów Marvela i w jakich okolicznościach jest godny podnieść młot Thora, z uwzględnieniem sytuacji, czy jeśli podnosi dzierżącego młot Thora, to można to interpretować jako podniesienie samego młota czy nie). Efektem działań fandomu transformującego jest większość fanowskiej twórczości, szczególnie *slash* jako z założenia gatunek niekanoniczny, oraz wszelkie dyskusje oparte na kwestionowaniu założeń kanonu (jakie są kryteria „bycia godnym” w przypadku młota Thora? Jak zostały

⁴ Kanonu w znaczeniu ogółu treści związanych z danym tytułem, które zostały zaaprobowane przez jego instancje producenckie (autorów, scenarzystów, producentów itp.).

ustalone? Na jakich wartościach się opierają i czy nie są one moralnie wątpliwe? Czy młot i sam Thor są tylko nieświadomymi narzędziami wspierania Asgardzkiego imperializmu i kolonializmu zmanipulowanymi przez Odyna, który jest rzeczywistym antagonistą w tej historii?).

Warto też zaznaczyć, iż pozycje w fandomie kultywującym i transformującym nie są stałe i niezmiennie. Biorąc pod uwagę procesualność kondycji fanowskiej wydaje się, że optymalna ścieżka dla większości fanek wiedzie od fandomu kultywującego (wstępna faza zauroczenia danym popkulturowym przedmiotem uwielbienia) do fandomu transformującego (krytyka kanonu po jego dogłębnym poznaniu). Wydaje się przy tym, iż kiedy Jenkins w *Kulturze konwergencji* zapowiada, że w erze rozwoju mediów i opowiadania transmedialnego odbiór fanowski staje się domyślną i modelową postawą wobec treści medialnych (Jenkins 2007: 9-10), ma na myśli właśnie zachowania typowe dla fandomu kultywującego, przede wszystkim zbieractwo i kolekcjonerstwo, zarówno marketingowych gadżetów, jak i informacji.

John Wallis w swojej pracy analizuje *fanfiction* tworzone przez fanów i porównuje je z badaniami fikcji fanowskich autorstwa fanek. Jego wnioski wpisują się w dychotomię odtwarzania/przekształcania kanonu, jaka została zaobserwowana przez same środowiska fanowskie. Tłumaczy on odmienne strategie w podejściu samą strukturą popkulturowych tekstów: fani czerpią swoje przyjemności bezpośrednio z popkulturowych tekstów, fanki czerpią je wbrew ulubionym tytułom, które nie są projektowane z myślą o nich, zawierają więc elementy problematyczne dla żeńskiego odbiorcy (Wallis 2012: 130). Modelowym odbiorcą większości popkulturowych dzieł pozostaje mężczyzna, nawet w sytuacji, w której to fanki stanowią większą grupę empirycznych odbiorców. Popkultura nie uwzględnia więc kobiet jako grupy konsumenckiej, kierując do nich tytuły oparte na stereotypowym postrzeganiu płci i nie radząc sobie z sytuacją, w której zainteresowania odbiorczyń skupiają się na pozycjach dla nich nieprzeznaczonych. Upłciowienie popkultury wydaje się obejmować całe gatunki, wytwarzając przekonanie, że filmy akcji, science fiction, horrory czy filmy *gore* nie są oglądane/lubiane przez żeńską publiczność. Segmentacja rynku oparta na kryterium płci kulturowej przybiera charakter totalny,

wykluczając potencjalnych kobiecych odbiorców (szczególnie dziewczynki) z całej sfery popkulturowych treści⁵. Ważne jest przy tym zaznaczenie, iż segregacja płciowa w obrębie przemysłu kulturowego stanowi odgórnie zaprogramowaną strategię marketingową mającą na celu zwiększenie efektywności sprzedaży, a nie efekt funkcjonowania binarnego podziału płciowego w społeczeństwie. Błękitno-różowy podział rynku nie odpowiada na „naturalne” potrzeby i skłonności chłopców i dziewczynek (empiryczne doświadczenia fanek wskazują na niemodelowe zainteresowania popkulturowymi treściami), ale wytwarza sztuczną separację płciową w dziedzinie kultury, prowokując w efekcie działania fandomu transformującego.

Przykładem tego zjawiska są napięcia na linii Disney (Marvel Studios) – żeńska widownia MCU (Marvel Cinematic Universe). Rozwój mediów społecznościowych sprawił, że fanki MCU nie są tak niewidoczne, jak ich poprzedniczki w fandomie komiksowym (fanki komiksów na Facebooku stanowią 46,67% czytelników [Schenker 2014]). Disney zakupił prawa do ekranizacji komiksów Marvela, aby dotrzeć do męskiej widowni, co również wskazuje na upłciowienie popkulturowych strategii sprzedaży. Studio Disney, przekonane, że posiada już rząd dusz nad wyobraźnią większości dziewczynek, chciało poszerzyć swoje wpływy, nie dostrzegając rzeczywistego zróżnicowania płciowego wśród swoich odbiorców⁶. Produkcje Marvel Studios tworzone są z myślą o męskich odbiorcach, co widać wyraźnie w strategii sprzedaży filmowych gadżetów: żadna z linii marketingowych MCU nie jest skierowana do kobiet, nie uwzględnia postaci kobiecych superbohatek, aby powstrzymać ewentualną identyfikację niechcianej żeńskiej publiki z postaciami. Ani Czarna Wdowa, ani Gamora nie stanowią postaci dostępnych w licznych filmowych gadżetach (Davis 2015). W ten sposób Marvel Studios ignoruje fakt, że niemal połowę publiczności ich

⁵ Co ciekawe, o ile zdominowanie przez kobiecych odbiorców tytułu modelowo skierowanego do mężczyzn najczęściej powoduje jego wycofanie z rynku, o tyle sytuacja odwrotna – mężczyźni skupieni wokół tytułu skierowanego do kobiet – powoduje zwykle zmianę strategii marketingowej tak, aby trafić do tego właśnie segmentu nabywców, jak miało to miejsce z *Bronies* jako fanami *My Little Pony: Przyjaźń i magia*.

⁶ Błękitno-różowy podział rynku wyklucza chłopców z marketingowych strategii odbioru i sprzedaży klasycznych produkcji Disneya.

filmów stanowią kobiety (od 40 do 44% widowni kinowej [Comicbook 2014]). Chcąc zdobyć męską widownię, Disney pomija połowę swojej widowni rzeczywistej, tracąc dochody na rzecz fanowskiej produkcji gadżetów z ulubionymi bohaterkami.

Podjęcie Disneya porównać można z postawą DC wobec kobiecej widowni *Ligi młodych* (*Young Justice*, 2011–2014) oraz *Zielonej Latarni* (*Green Lantern: The Animated Series*, 2011–2012), seriali animowanych stworzonych dla Cartoon Network, których widownia składała się w większości z dziewczynek, co stało się powodem wstrzymania produkcji serii. DC zdecydowało, że nie potrzebuje kobiecej widowni w żadnym wieku, ponieważ zdaniem jego szefów nie kupują one gadżetów i w związku z tym obniżają wartość serii. Więcej na ten temat zdradził Paul Dini, producent i scenarzysta wielu animowanych produkcji DC. W wywiadzie z Kevinem Smithem stwierdza, że DC nie chce kobiecej widowni, a oficjalna polityka wydawnictwa polega na „trzymaniu dziewczynek jeden krok za chłopcami, nie aż tak sprytnych jak chłopcy, nie aż tak interesujących jak chłopcy” (Davis 2013)⁷. W dalszej części wywiadu Dini wspomina o strategiach celowego projektowania serii tak, aby trafiała wyłącznie do męskiej publiki, opierając się głównie na stereotypowym ujęciu płci i określanych na tej podstawie upodobaniach chłopięcej publiczności: dużo akcji i prymitywny humor (Davis 2013).

Zauważalna obecność kobiet w fandomach tytułów, które nie były do nich modelowo skierowane, budzi mieszane lub wręcz negatywne reakcje twórców i producentów popkultury. Doskonałym przykładem jest serial kryminalny *Sherlock* (Steven Moffat, Mark Gatiss, 2010–), stanowiący współczesną adaptację przygód najsłynniejszego detektywa wszech czasów. Fakt, że zdobył w większości żeńską publikę i stanowczo zdominowany przez fanki fandom przysparza pewnych trudności twórcom serii. Przykładowo Steven Moffat próbując zrozumieć fenomen popularności *Sherlocka* wśród kobiet popada w seksistowskie stereotypy:

⁷ Widać tutaj także, że nieprzekonująca reprezentacja postaci kobiecych w popkulturze stanowi celowy zabieg producentów służący odpychaniu żeńskiej publiki od określonych tytułów. Cytaty zamieszcza się w tłumaczeniu Aldony Kobus – przyp. red.

ma [*Sherlock* – przyp. AK] tak wiele fanek. Oryginalne opowieści [Doyle’a] również miały wiele wielbicieli, o czym nigdy nie zapomniałem, a to dlatego, że wiktoriańskim damom podobano się to, jak wyglądał Sherlock [śmiech]. Więc pomyślałem sobie, aby wykorzystać tego niesamowicie ekscytującego, raczej przystojnego mężczyznę, który widzi wprost przez twoje serce i nie jest nim zainteresowany... Oczywiście, musi być bogiem seksu! Sądzę, że dobrze przedstawiliśmy tę postać. Sądzę, że wszystkie nasze fanki myślą, że są tymi, które stopią tę górę lodową. Mylą się – nic jej nie stopi (Ng 2014).

Moffat przypisuje zainteresowanie kobiet serialem kryminalnym aktorowi odgrywającemu główną rolę, a dokładnie jego fizycznej atrakcyjności, a nie popularności kryminału jako gatunku, czy postaci Sherlocka Holmesa jako kulturowej ikony. Rzutuje przy tym swoje przeświadczenia na wiktoriańskie wielbicielki twórczości Arthura Conan Doyle’a, chociaż pojawia się wątpliwość, co miałyby stanowić w przypadku opowiadań źródło informacji o aparycji detektywa – lapidarny opis zaoferowany przez Watsona czy ilustracje Sidneya Pageta? Moffat, jako *showrunner* zarówno *Sherlocka*, jak i *Doktora Who*, dwóch produkcji o rozbudowanych fandomach, często spotyka się ze stro-ny fandomu z ostrą krytyką za seksistowskie podejście. Stawiane w mediach społecznościowych zarzuty fanek o zniszczenie *Doktora Who* po tym, jak przejął serię od Russella T. Daviesa doprowadziły do tego, że Moffat skasował swoje konto na Twitterze.

Zupełnie inną reakcję przejawiał Bryan Fuller, twórca produkowanego przez NBC thrilleru *Hannibal* (Bryan Fuller, 2013–2015). Brutalny serial, momentami ocierający się o estetykę *gore*, spotkał się z niezwykle entuzjastycznym przyjęciem ze strony fanek. Silny i rozbudowany fandom, z którym twórcy mają kontakt poprzez media społecznościowe i spotkania na konwentach, składa się w większości z kobiet. Fuller skomentował fenomen popularności *Hannibala* wśród fanek następująco:

Byłem zaskoczony demografią publiczności, jaką zyskał serial. Znaczącą jej część stanowią młode, mądre, czytane kobiety. Naprawdę reagują na ten serial, a ja zwykle czuję, iż mam wiele wspólnego z młodymi, bystrymi kobietami [śmiech]. Miło było zobaczyć, z jaką pasją i entuzjazmem do tego podchodzą. A także jak były radosne w obliczu tak mrocznych tematów. Znalazły radość i nadzieję w czymś raczej niewesołym. Uważam, że

to prawdziwa nagroda i, samemu będąc fanem wielu rzeczy, doceniam i rozumiem, co to znaczy być tak entuzjastycznym wobec serialu, który kochacie. Sądzę, że to naprawdę wspaniałe (Wieselmann 2013).

Scenarzysta przyjmuje kokieterijną postawę wobec żeńskiej publiki, doceniając jej unikatowy wkład (twórczość fandomu transformującego), a także nawiązując z nią dialog poprzez wpisanie się w model „fan taki jak ja”. Oznacza to, że podobnie jak wielu z współczesnych twórców popkultury przyznaje się do własnej kondycji fanowskiej. Przypisać to można prostemu faktowi, że wielu z obecnych twórców i producentów dorastało w połowie lat 90., stanowiąc zagorzałych odbiorców pierwszych kultowych seriali tego okresu (*Miasteczko Twin Peaks* [David Lynch, 1990–1991] czy *Z Archiwum X* [Chris Carter, 1993–2002, 2016]). Przyjęcie postawy „fana takiego jak ty” przez twórców popkultury stanowi rozwinięcie modelu „twórcy jako fana”. Moffat wpisuje się w schemat „twórcy jako fana”: tworzył *fanfiction* do *Doktora Who* zanim rozpoczął karierę scenarzysty, jest też wielbicielem twórczości Doyle’a i sam określa własną produkcję *Sherlocka* jako *fanwork* [dzieło fanowskie]⁸. Różnica w podejściu „twórcy jako fan”, właściwym dla Moffata i scenarzystów Marvela i DC, a podejściem „fan taki jak my”, które cechuje Fullera, zamyka się również w dychotomii podtrzymywania/przekształcania popkulturowego przedmiotu pożądania, jaka cechuje fandom kultywujący i fandom transformujący. „Twórca jako fan” skupiony jest na podtrzymywaniu własnej interpretacji fanowskiej i narzucaniu jej innym z pozycji twórcy. Ignoruje to zasadę równoważności interpretacji, jaka cechuje fandom transformujący.

Część krytyki skierowanej wobec Moffata dotyczy tego, iż traktuje on swoją wersję Sherlocka Holmesa jako najlepszą możliwą, marginalizując inne interpretacje tej postaci. Odcinek *Sherlocka*, *Pusty karawan*, wyśmiewa fanowskie teorie dotyczące tego, jak detektyw przeżył swój skok z budynku w finale poprzedniego sezonu. Sami fani zostają w nim przedstawieni jako obsesjonści (postać Andersona, który z powodu swojej manii traci pracę i skupia się wyłącznie na udowodnieniu, że Sherlock

⁸ Komentarze Stevena Moffata do pilotowego odcinka w brytyjskim wydaniu DVD 1. sezonu *Sherlocka*.

żyje), skupieni na wikłaniu swojego idola w związki z kolejnymi bohaterami serii. Obok Andersona szczególnie wyróżnia się otyła gothka Laura, grana przez Sharon Rooney, gwiazdę *My Fat Diary* (Tom Bidwell, 2013–2015), modelowa *slasherka*, skupiona na idei związku Sherlocka i Moriarty'ego. Zaznaczyć należy, że wyjaśnienie, jak Sherlock przeżył swój upadek stanowiło sedno fanowskich dociekań w dwuletnim oczekiwaniu na nowy sezon. Moffat zaprezentował najpopularniejsze fanowskie wyjaśnienia w prześmiewczej formie, wskazując przede wszystkim ich nieprawdopodobieństwo (zbyt skomplikowaną organizację, uwikłanie Sherlocka w romans, co byłoby niezgodne z jego postacią itp.), ale charakterystyczne jest także, że nie zaoferował żadnego wyjaśnienia z własnej strony. Wersja, którą Sherlock przedstawia Andersonowi, jest oczywiście fałszywa, a przynajmniej zbyt łatwa do podważenia. Oznacza to, że Moffat wyśmiewa się z fanowskich interpretacji, nie oferując nic, co mogłoby je równoważyć lub zastąpić.

Twórca jako „fan taki jak ty” z kolei znajduje swój pełen wyraz w postawie Orlando Jonesa, grającego kapitana Franka Irvinga w serialu *Jeździec bez głowy* (2013–). Co ciekawe, aktor skupia się nie na własnym serialu, ale w swoich postach na Twitterze kreuje się na fana serii *Nie z tego świata* (*Supernatural*, Eric Kripke, 2005–). Kiedy Misha Collins, jedna z gwiazd *Nie z tego świata*, stweetował żartem, że zapewnia „jednonocną przygodę” killkorgu z osób, które danego wieczora wrzucą #*Supernatural*, Jones użył tego hashtaga kilkakrotnie (Jones 2015). Jones przyswoił sobie fandomowy żargon (nazwy *shipów*, czyli związków postaci projektowanych przez fanów) i posługuje się nim w kontaktach z fankami. Przykładowo, prosi o podesłanie mu na Twitterze linków do *fanfiction* tworzonego w fandomie *Jeźdźca bez głowy*, zna również portale, na których twórczość fanowska jest publikowana i rozumie specyficzne oznaczenia stosowane przy postowaniu *fanfiction*, prosząc o linki z OT3 ze swojego serialu (OT3 oznacza w tym przypadku trójką Franka Irvinga, Abbie Mills i Ichaboda Crane'a). Zauważa również, że kiedy scenarzyści pracują nad 2. sezonem serialu, fanki piszą już sezon 4. Tym samym aktor włącza się do fanowskiej zabawy, wyrażając egalitarne podejście do konsumpcji popkulturowych treści:

Chcesz, aby czwarta ściana wróciła?

Nie. Ani trochę. Internet to kultura buntu, a ja zawsze to kochałem. Kiedy myślę o kulturze buntu, myślę o rock'n'rollu albo hip-hopie, a od dłuższego czasu jest to Internet. Wszystko należy teraz do wszystkich i każdy może się wypowiedzieć. To nie oznacza, że fani piszą serial, ale z pewnością go oglądają, więc muszą mieć prawo do udziału w decyzjach. Nie mogę siedzieć i udawać, że jestem za bardzo ponad nimi, by z nimi rozmawiać. To bzdura. Cyfryzacja umożliwiła dialog i to, jak świetnie będzie przebiegał w zależności od naszej chęci. Cemu nie miałbym dzielić się *fanfiction*? Ci fani także są artystami, nie jestem mniej lub bardziej artystą niż ci, którzy piszą te historie albo rysują *fanarty*. Wierzę w to od pewnego czasu i uważam, że to pora, aby powiedzieć „nie, nie chcę jej [czwartej ściany] z powrotem i cieszę się, że zniknęła”. To jedno z najprzyjemniejszych doświadczeń. Dla mnie to teatr. Natychmiastowa reakcja, w tej samej sekundzie, w której rzecz się dzieje. Mogę być w moim własnym salonie razem z wami i trollować własny serial (Votta 2013).

„Czwarta ściana” oznacza tutaj nie tyle burzenie fikcyjności świata przedstawionego, co homogenicznej struktury produkcji popkulturowych treści. Burzenie czwartej ściany stanowi więc zanik dystansu czy wręcz różnicy pomiędzy producentami a konsumentami, wejście w model prosumpcji, w którym role nadawca – odbiorca nie są już rozdzielone i niezmiennie. W rozumieniu Jonesa oznacza to wejście w Jenkinsowską konwergencję zgodnie z transformującym modelem fandomu, gdzie każdy odbiorca jest jednocześnie twórcą, przy czym twórczość fanowska, jako świadectwa odbioru i postulaty konsumenckie, stanowi informację zwrotną dla twórców popkultury i jako taka powinna być rozpoznawana i respektowana.

Podjęcie Jonesa uznać można za niemal utopijne w sytuacji, gdy większość twórczości fanowskiej jest piętnowana, a zdobyta dzięki mediom społecznościowym widzialność fanek służy wytworzeniu nowego stereotypu. Mówiąc o piętnowaniu twórczości fanowskiej nie odnoszę się jednak do reakcji producentów na naruszenia praw autorskich, ponieważ obecna w Internecie twórczość fanek wpisuje się w dozwolony użytek. Często jednak jest wykorzystywana w prześmiewczym kontekście w czasie wywiadów, pokazywana popkulturowym twórcom w celu wywołania ich zażenowania wobec tego, jak odbierana

jest ich praca. Przykładowo, Jimmy Kimmel w swoim programie pokazywał fanarty tworzone w fandomie MCU obsadzie *Czasu Ultrona*, skupiając się szczególnie na homoseksualnych *pairingach* i erotycznym ujmowaniu postaci, wykorzystując fanowską twórczość jako element wzbudzania taniej sensacji⁹. W efekcie takiego podejścia ze strony mediów fanki wykształciły pewną formę oświadczenia, publikowaną wraz z swoim *fanworkiem*, gdzie zastrzega się, iż autorka nie życzy sobie, by jej praca była udostępniana na innych platformach medialnych oraz pokazywana, czytana w obecności czy linkowana do kogokolwiek związanego z produkcją tytułu, na której bazuje¹⁰. W ten sposób zamiast burzenia czwartej ściany i pogłębienia prosumpcyjnej ekonomii popkultury uzyskujemy dwa oddzielne obiegi kulturowe, przy czym znaczenie jednego z nich jest nieustannie umniejszane i podważane.

Tego typu podejście mediów do twórczości fanowskiej owocuje też wypracowaniem stereotypu fanki jako seksualnie sfrustrowanej, obsesyjnie skupionej na popkulturowych idolach, tworzącej pornografię w ramach rekompensaty za własne życiowe niepowodzenia. Pod wieloma względami wizerunek ten koresponduje z negatywnym stereotypem fana z lat 80., jednakże opiera się w znaczącym stopniu na piętnowaniu przejawów kobiecej seksualności. Przede wszystkim zakłada się, że zainteresowanie fanki ma w pierwszej kolejności wymiar seksualny, spowodowane jest pożądaniem względem popkulturowego idola. W dalszej mierze utożsamia się w takim rozumieniu kondycję fanki z podejściem *slasherki* – w tym przypadku problem nie polega na odróżnieniu fikcji od rzeczywistości, jak miało to miejsce z fanami, ale na nieodróżnianiu fikcji od własnych fantazji na jej temat.

Wcieleniem stereotypu fanki jest postać Becky Rosen z serialu *Nie z tego świata*. Jej pojawienie się stanowi także klasyczne zburzenie czwartej ściany – odsłonięcie fikcyjności świata przedstawionego, wprowadzenie metanarracji. W odcinku *The Monster at the End of This Book* dowiadujemy się, że przygo-

⁹ Jimmy Kimmel Live, *The Avengers Discuss „Science Bros” and Other Strange Fan Art*, <https://www.youtube.com/watch?v=qETx3QOmElk> [dostęp: 22.05.15].

¹⁰ Zob. nota autorska, Hepzheba, *Get Back Up*, <http://archiveofourown.org/works/4316379/chapters/9786600> [dostęp: 22.05.15].

dy braci Winchester, dokładnie tak, jak je poznawaliśmy do tej pory, funkcjonują w samym świecie przedstawionym jako fikcja literacka. Prorok Chuck doświadcza wizji z życia Sama i Deana Winchesterów, spisuje je i sprzedaje jako pulpowe powieści grozy. Seria książek *Nie z tego świata* zyskała wielu wielbicieli, w tym autorów *fanfiction*. Dzięki wprowadzeniu w obręb świata przedstawionego powieści, możliwe staje się przedstawienie rzeczywistych zachowań fanowskich, głównie w postaci Wincestu – *pairingu* opartego na kazirodczym związku braci Winchester. W odcinku *Sympathy for the Devil* poznajemy Becky – w momencie, gdy pisze Wincestowe *fanfiction*. Prezentacja Becky ma wyraźnie prześmiewczy charakter – jej wygląd nawiązuje do wyobrażeń o fanach z lat 80., ma prezencję „kujonki”, porównywalną z tym, jak prezentuje się współczesnych „geeków” w *Teorii wielkiego podrywu*, a jej podekscytowanie tworzoną przez siebie historią przybiera karykaturalne rozmiary (czyta na głos, pełnym przejęcia tonem, miłosne wyznanie Sama i Deana, które właśnie pisze). Gdy kontaktuje się z nią Chuck, informując ją, że wszystko, co napisał to prawda i jej ulubieni bohaterowie są prawdziwi, dziewczyna triumfalnie wykrzykuje „wiedziałam!”, co koresponduje z przeświadczeniem, iż fani (a teraz także fanki) mają problem z postrzeganiem rzeczywistości.

W 5. sezonie Becky jest postacią pozytywną, chociaż wyśmiewaną, jednak w 7. serii zmienia się w psychofankę¹¹: rzuca zaklęcie miłosne na Sama, zmuszając go do ślubu, przede wszystkim po to, aby chwalić się przystojnym mężem na zjeździe licealnym, po czym więzi go na odludziu, niczym Annie Wilkes z powieści Kinga. Jej obsesja przybiera jawnie seksualny, napastliwy i agresywny charakter, sprawiając, że zaczyna przypominać fanów z filmowej fali ich przedstawień z lat 80. Tak, jak fan tego okresu był w interpretacji Jensen cieniem nowoczesnej kultury medialnej, tak Becky stanowi wyraz lęków popkulturowych twórców wobec narastającej widoczności żeńskiej części fandomów, którą coraz trudniej jest ignorować, jeśli chce się utrzymać kontakt z własnymi odbiorcami. Charakterystyczne jest również jedno z pierwszych zdań, jakie wypowiada Becky jeszcze w sezonie 5.: „To, że jestem fanką, nie oznacza, że można

¹¹ Kategoria psychofanki i jej funkcjonowanie we współczesnej kulturze zasługuje na osobną analizę, na którą w tej pracy zabrakło miejsca.

ze mnie kpić”¹², biorąc pod uwagę, że to właśnie robią twórcy serialu za pośrednictwem tej postaci – kpią z własnych fanek, patologizując ich wizerunek, odwołując się do stereotypów, które funkcjonują jako trop komediowy.

Kondycja fanki i jej wizerunek we współczesnych mediach padły ofiarą segregującej strategii marketingowej opartej na kryterium płci. Fanki ponoszą konsekwencje niemieszczenia się w niebiesko-różowych segmentach popkulturowych treści. Na własny sposób sprzeniewierzają się dystynkcji, ukierunkowując swoje konsumenckie i fanowskie zainteresowania na przekór taktyce promocji. Nie mogą przy tym liczyć na elastyczność rynku wobec swoich zainteresowań, z jaką spotykają się fani – w większości przypadków są aktywnie zniechęcane do udziału w określonych sferach kultury popularnej. W takiej sytuacji należy zacząć się zastanawiać, czy istnieją jeszcze sfery popkultury, które nie uległy płciowej segmentacji? Jeśli tak, jak długo się utrzymają wobec ekspansji segregacyjnego modelu marketingowego skupionego na omawianym tu kryterium? Jakie konsekwencje dla konstruowania płci kulturowej, szczególnie wobec najmłodszych konsumentów, będzie mieć agresywna, upłciowiona polityka sprzedaży? Wobec tych wyzwań jeszcze większa odpowiedzialność spoczywa na fantropologii, której rolą obecnie jest rozpoznanie wśród twórczości fanowskiej szeregu postulatów konsumenckich, rozkodowanie patogenicznego stereotypu *fangirls* oraz skupienie się na medialnej reprezentacji kobiet jako narzędzia walki z gettoizacją żeńskiej części widowni w różowym segmencie zbudowanym na stereotypach i zainteresowanym podtrzymaniem stereotypowego pojmowania kobiecości.

Bibliografia:

Comicbook Joe, 2014, „*Guardians of the Galaxy*” Had Highest Percentage of Female Viewers of Any Marvel Studios Movie, „Comicbook.com”, <http://comicbook.com/blog/2014/08/04/guardians-of-the-galaxy-had-highest-percentage-of-female-viewers/> [dostęp: 22.07.15].

¹² W oryginale: „Yes, I’m a fan, but I really don’t appreciate being mocked”.

- Davis Cindy, 2015, *The Reason You Can't Find Black Widow Toys with the Rest of the Avengers Might Make You Want to Head-Butt Disney*, „Pajiba”, http://www.pajiba.com/marvel_movies/why-you-cant-find-black-widow-toys-with-the-rest-of-the-avengers.php [dostęp: 22.07.15].
- Davis Lauren, 2013, *Paul Dini: Superhero cartoon execs don't want largely female audiences*, „io9”, <http://io9.com/paul-dini-superhero-cartoon-execs-dont-want-largely-f-1483758317> [dostęp: 22.07.15].
- Ehrenreich Barbara, Hess Elizabeth, Jacobs Gloria, 1992, *Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun*, w: *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis, London, New York, s. 84-105.
- Fiske John, 1992, *The Cultural Economy of Fandom*, w: *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis, London, New York, s. 30-44.
- Fiske John, 2010, *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. Katarzyna Sawicka, Łódź.
- Grossberg Lawrence, 1992, *Is There Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom*, w: *Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis, London, New York, s. 50-65.
- Hinerman Stephen, 1992, *'I'll Be Here With You': Fans, Fantasy and the Figure of Elvis*, w: *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. Lisa A. Lewis, London, New York, s. 107-134.
- Jenkins Henry, 1992, *Textual Poachers: Televisions Fans and Participatory Culture*, New York, Kindle Edition.
- Jenkins Henry, 2007a, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa.
- Jenkins Henry, 2007b, *The Wow Climax: Tracing the Emotional Impact of Popular Culture*, New York, London.
- Jensen Joli, 2012, *Fandom jako patologia: konsekwencje definiowania*, tłum. Michał Szczubiałka, „Panoptikum”, nr 11, s. 56-72.
- Jimmy Kimmel Live, 2015, *The Avengers Discuss „Science Bros” and Other Strange Fan Art*, „Youtube”, <https://www.youtube.com/watch?v=qETx3QOmEjk> [dostęp: 22.05.15].
- Jones Orlando, 2015, „Twitter”, <https://twitter.com/theorlandojones> [dostęp: 22.07.15].
- LordByronic, 2015, *Tumblr-bashing -why? (Or why not?)*, „Reddit”, http://np.reddit.com/r/gallifrey/comments/2u73cg/tumblr_bashing_why_or_why_not/co5ucsk [dostęp: 17.02.15].
- Ng Philiana, 2014, *'Sherlock' Boss on 'Moving' Holmes/Watson Reunion and 'Funnier' Season 3 (Q&A)*, „The Hollywood Reporter”,

- <http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/sherlock-season-3-preview-steven-667990> [dostęp: 11.03.14].
- Schenker Brett, 2014, *Market Research Says 46,67% of Comic Fans are Female*, „The Beat”, <http://www.comicsbeat.com/market-research-says-46-female-comic-fans/> [dostęp: 22.07.15].
- Votta Rea, 2013, „Sleepy Hollow’s” Orlando Jones on the Mysterious Captain Irving and Engaging With Fans, „Vulture”, <http://www.vulture.com/2013/11/orlando-jones-on-sleepy-hollow-and-fandom.html> [dostęp: 22.04.14].
- Wallis John, 2012, *Stories by/for boys: Gender, canon and creativity within Warhammer 40,000 fanfiction*, w: *Fan Culture: Theory/Practice*, red. Katherine Larsen, Lynn Zuberis, Newcastle upon Tyne, s. 119-133.
- Wieselman Jarett, 2013, *Bryan Fuller Reflects on 'Hannibal' S1 & Teases S2*, „ET”, <http://www.etonline.com/tv/138735/Bryan-Fuller-Hannibal-Interview-Season-Two-Spoilers-Season-One-DVD/> [dostęp: 11.03.14].

Artur Majer

Agencja Produkcji Telewizyjnej i Filmowej TVP S.A.

Produkcja serialu (dla) Telewizji Polskiej S.A. na przykładzie pierwszej serii *O mnie się nie martw*

Abstrakt:

Artykuł przedstawia proces powstawania współczesnego serialu na przykładzie produkcji TVP S.A. pt. *O mnie się nie martw*. W opisie wykorzystano metody badawcze skupione wokół Teorii Aktora-Sieci (*Actor-Network Theory*). Spojrzenie na „kulturę produkcji” od wewnątrz pozwoli przyjrzeć się wzajemnym relacjom nadawców i odbiorców tekstu kultury, jakim jest serial telewizyjny oraz nazwać faktycznych Aktorów-Sieci procesu jego produkcji.

Słowa kluczowe:

serial, kultura produkcji, *Actor-Network Theory*, Telewizja Polska S.A.

1. Teoria

Moim zamiarem jest opisać produkcję pierwszej transzy serialu TVP S.A. pt. *O mnie się nie martw* nie tyle z perspektywy analizy estetycznej, ile głównie jako procesu produkcyjnego w duchu badań „kultury produkcji”.

Badanie kultury produkcji oznacza przyglądanie się dokładnie etapom powstawania serialu, przede wszystkim jednak zwyczajom panującym w grupie produkcyjnej. Opis ten służyć ma zrozumieniu mechanizmów, które wpływają na ostateczny wygląd dzieła. Analiza tychże w kontekście gotowego produktu pozwala lepiej zrozumieć złożony proces produkcyjny oraz przedstawić szersze tło produkowania utworów audiowizualnych, w tym przypadku – w Telewizji Polskiej S.A.

W wydanej w 2014 roku książce *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu* Marcin Adamczak stworzył ramy i przywołał ciekawe metody omawianego sposobu badania (Adamczak 2014: 27-48). Wśród nich znajdują

się m.in. rekonstrukcja teoretyzowania *ad hoc*, którego podejmują się twórcy uczestniczący w powstaniu dzieła, autoetnografia zmuszająca badacza do włączenia siebie w obręb badanej przestrzeni, kreatywne praktyki analityczne i para-etnografia, dzięki którym poszerzone zostaje pojęcie logiki i porządku wywodu naukowego. W ramach nowych technik badania kultury (produkcji) badacz zmuszony jest do czynnego uczestnictwa w procesie realizacji dzieła, o którym chce pisać. Powinien mieć przy tym baczenie na samego siebie, na swoje role, oczekiwania, działania. Musi się jednocześnie liczyć z tym, że taki opis może zostać posądzony o jałowe, bezproduktywne gromadzenie dostępnych danych, szczegółowych dat, faktów a nawet plotek. Jak oddzielić te istotne od nieważnych? – oto jest pytanie.

Z pomocą przychodzą metodologiczne ustalenia filozofii nauki Bruno Latoura skupione wokół pojęcia Aktora-Sieci (*Actor-Network Theory*, skrótowo ANT). Pod pojęciem aktora rozumiemy „aktora społecznego”, czyli uczestnika badanego działania (np. produkcji). „Aktor nie musi być kimś, aktor to tylko coś lub ktoś, co/kto działa” (Abriszewski 2012: 10). Badacz – będący w istocie jednym z takich aktorów – dzięki bliskości i współuczestnictwu ma możliwość przemieszczania się „po ruchomych piaskach czy krach zmiennego i dynamicznego procesu produkcji” (Adamczak 2014: 40). ANT to wyprawa badawcza na tereny, które dotychczas pomijano w filmoznawstwie i analizie przekazów audiowizualnych. Zamiast skupiać się na dziele i jedynie kontekstowo przywoływać okoliczności jego powstania, badacz zmuszony jest wpisać siebie w ów kontekst, by możliwie dokładnie opisać czynniki go budujące. Z nich wynikać ma znaczenie dla dzieła, a nie – jak dotychczas – uzasadnianie wniosków badawczych. Wracając do pytania o to, jak oddzielić w obserwacji i opisie czynniki istotne od nieistotnych?, należałoby powiedzieć: nie oddzielać, a traktować je wszystkie jako część procesu. Twórcy teorii namawiają do tego, by podkreślać dynamikę, zmienność w duchu antyesencjalizmu i relacyjności. Należy otwarcie i szeroko pojmować to, co mieści się w badanym procesie – w tym przypadku – produkcji serialu. A zatem znaczenie będzie miał zarówno instytucjonalny i publiczny charakter TVP S.A., sposób produkowania filmów „dla” stacji lub „przez” stację, współpraca z partnerami zewnętrznymi i twórcami, jak i sposób komunikowania się wewnątrz grupy produk-

cyjnej, umiejscowienie centrum decyzyjnego, rola technologii zaangażowanej w produkcję, promocja, emisja i odbiór dzieła.

Podsumujmy krótko. Rolą podpisanego pod niniejszym tekstem badacza – który szczęśliwie uczestniczył w procesie produkcji serialu *O mnie się nie martw* – jest opisanie uwarunkowań (instytucjonalnych, produkcyjnych, komunikacyjnych i innych) ważnych z punktu widzenia przedmiotu badania. Wykonywane w ich ramach działania osób (Aktorów-Sieci) związanych z produkcją będą służyć prezentacji sposobu produkowania seriali w Polsce drugiego dziesięciolecia XXI wieku.

2. Produkcja

Istnieją obecnie dwie możliwości produkcji audycji (w tym serialu fabularnego) w Telewizji Polskiej S.A. Pierwsza – gdy nadawca sam podejmuje wysiłek produkcyjny, tj. „podejmuje inicjatywę, faktycznie organizuje i ponosi odpowiedzialność za kreatywny, organizacyjny i finansowy proces produkcji utworu audiowizualnego” (*Ustawa o radiofonii i telewizji* 1992: poz. 4). Drugi sposób jest bardziej rozpowszechniony, ale i o wiele bardziej skomplikowany, zwłaszcza od strony prawnej. Polega on na tym, że organizacją produkcji (okresu zdjęciowego, ale i niezrędko montaży i udźwiękowienia) zajmuje się producent zewnętrzny. Jako że podpisuje on umowę z TVP S.A. przekazując jej pełnię praw do zrealizowanego materiału, do niedawna nazywało się go „producentem wykonawczym”. W 2015 roku w toku negocjacji z Telewizją Polską S.A. Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA) wynegocjowała, że nazwa takiego podmiotu brzmieć będzie po prostu „producent”. Jest to ważne dla zewnętrznych partnerów ze względów biznesowych, prestiżowych i finansowych. Może pojawić się słuszne pytanie, kto w takim razie jest faktycznym producentem serialu emitowanego w TVP S.A.?

Biorąc pod uwagę tylko cytowaną definicję z *Ustawy o radiofonii i telewizji*, możemy spróbować wytłumaczyć ów formalno-prawny nieporządek. Skoro producent zewnętrzny „faktycznie organizuje”, tym samym on właśnie „ponosi odpowiedzialność za organizacyjny proces produkcji”. Z drugiej strony, kwestie finansowe, wszelkie decyzje i nadzór sprawuje TVP S.A. Do rozstrzygnięcia pozostają kwestie „podejmowania inicjatywy” oraz „odpowiedzialność za proces kreatywny”, a zatem sprawy

najbardziej dyskusyjne i relatywne. Z jednej strony umowę z autorsko uprawnionymi w produkcji (scenarzysta, reżyser, operator, scenograf, kompozytor) podpisuje producent zewnętrzny, następnie oddając pełnię praw autorskich Telewizji Polskiej S.A. i „zwracając sobie” koszty tychże umów. Z drugiej, TVP w ramach Agencji Produkcji Telewizyjnej i Filmowej (APTiF) ma odpowiednią jednostkę odpowiedzialną za współpracę merytoryczną z producentem zewnętrznym: Dział Kreacji i Rozwoju. Zatrudnieni tam specjaliści, inaczej zwani redaktorami lub – dawniej – producentami kreatywnymi, zajmują się przygotowaniem materiałów do rozpoczęcia produkcji serialu. Do ich obowiązków należy nadzór prac literackich, konsultowanie decyzji obsadowych, zgłaszanie własnych sugestii i pomysłów oraz pośredniczenie pomiędzy producentem „faktywnie organizującym” a przedstawicielami innych jednostek TVP S.A. (Biura Marketingu, Biura Reklamy, Biura Koordynacji Programowej czy zamawiającej anteny, np. Dwójki). Nierzadko redaktorzy podejmują inicjatywę i namawiają scenarzystów do pracy nad swoim autorskim pomysłem (jako że pomysł nie jest chroniony prawem autorskim, *de facto* autorami stają się wówczas scenarzyści). Trudno czasami rozstrzygać kwestię, kto był pomysłodawcą i po czyjej stronie leży ustawowe „podjęcie inicjatywy”. Pomysł rodzi się także w wyniku rozmów, burzy mózgów, wzajemnej inspiracji, a nawet konfliktów i kompromisów.

W przypadku *O mnie się nie martw* pomysłodawczynią była redaktorka APTiF, a zatem „człowiek telewizji”, zaś scenarzystki – na długo przed podpisaniem umowy o produkcję z TVP S.A. – zatrudnił Akson Studio Sp. z o.o., czyli producent zewnętrzny, wykonawczy¹. Początkowo serial był przygotowywany w oparciu o wstępne zainteresowanie Programu 1 TVP. W wyniku decyzji o zdjęciu z emisji sitcomu *Baron24* w TVP2², dyrektor tej właśnie anteny zdecydował o wprowadzeniu na srebrny ekran nowego tytułu. Ze względu na niezadowalającą oglądalność *Baron24* nie mógł być traktowany jako punkt odnie-

¹ Stało się tak również z tego powodu, że telewizja nie podpisywała umów na tzw. *development*, inaczej rozwój projektu, czyli właśnie na rozwijanie scenariusza i przygotowywanie materiałów literackich do przyszłej produkcji.

² Dla stylistycznej wygody będę stosował wymiennie nazwy Program 2, TVP2 i Dwójka.

sienia, wręcz przeciwnie, chciano odbić się od tamtej porażki i nawiązać do sukcesu innego serialu Dwójki, a mianowicie *rodzinka.pl*. Jakie znaczenie mają te wszystkie informacje? Podstawowa, wyczuwalna nawet intuicyjnie przez widzów różnica pomiędzy głównymi programami telewizji publicznej w naszym kraju zasadza się na informacyjnym, raczej poważnym profilu Programu 1 i rozrywkowym Programu 2. Przygotowując serial dla Jedynki redaktorzy myśleli o jego tonie obyczajowym z elementami komediowymi. Zmiana miejsca emisji spowodowała potrzebę przeformatowania propozycji na lekką, komediową z elementami obyczajowymi. Jeśli zatem *O mnie się nie martw* jest traktowane jako komedia, to przyczyna tkwi właśnie w tych decyzjach „antenowych”, które zapadły wewnątrz TVP S.A. w pierwszej połowie 2014 roku.

3. Okresy/ poziomy produkcyjne

Formalnie produkcja filmu obejmuje pięć „okresów”, czyli następujących po sobie przedziałów czasowych określonych harmonogramem produkcji. Są to: *development* (rozwój projektu), okres przygotowawczy, zdjęciowy, montażu i udźwiękowienia (potocznie zwany postprodukcją³) oraz okres prac końcowych (por. Zabłocki 2013: 127-158). O ile nie ma wątpliwości, że prace każdego z tych okresów muszą zostać wykonane, by powstało dzieło i by mogło ono zostać uwiecznione na odpowiednim nośniku, o tyle następowanie po sobie tych okresów zawsze jest problematyczne. W przypadku serialu natomiast – niemal niemożliwe. Sceny nagrywane są wszak nie po kolei, jak zapisano w scenariuszach (aż 13, a każdy po ok. 43 strony!), lecz optymalnie według planów zdjęciowych, dostępności aktorów, loka-

³ Jest to o tyle niefortunne sformułowanie, że obowiązująca *Ustawa o kinematografii* definiuje produkcję filmu jako „zespół czynności twórczych, organizacyjnych, ekonomicznych, prawnych i technicznych, prowadzących do wytworzenia filmu w postaci kopii wzorcowej” (*Ustawa o kinematografii* 2005: poz. 1111). Wszystko zatem co określimy POST-produkcją, musiałyby być czynnościami podejmowanymi po wytworzeniu kopii wzorcowej. Potocznie postprodukcja to właśnie okres prowadzący do tego, by taka kopia wzorcowa powstała. Z drugiej strony sama definicja jest wadliwa, gdyż każdy przedstawiciel branży filmowej wie, że wytworzenie kopii wzorcowej nie kończy produkcji. Stąd bardzo pomocny okres prac końcowych, w którym można i wytworzyć kopię, i zamknąć produkcję od strony formalno-finansowej i organizacyjnej.

cji, itp. W świetle tego oraz cykliczności emisji niezbędne jest, by wymienione okresy były prowadzone równolegle.

W przypadku *O mnie się nie martw* decyzja o wprowadzeniu tytułu na ekran zapadła w kwietniu 2014 roku, zaś samą emisję zaplanowano na początek września tego samego roku. W ciągu zaledwie kilku miesięcy musiano zatem wybrać głównych twórców, zatrudnić aktorów, zorganizować plan zdjęciowy, zmontować, udźwiękować i zrobić korekcję barwną materiału, dokonać przeglądu „artystycznego” (na który składa się odbiór obrazu po montażu i kolaudacja po ukończeniu całości tych prac) i technicznego dzieła, a w końcu je wyemitować.

Zdjęcia do 1. serii rozpoczęto 1 lipca 2014 roku, a zakończono 13 października (69 dni zdjęciowych). W tym też czasie trwał montaż; 1. odcinek w całości został zaakceptowany jako układ montażowy 1 sierpnia. W ciągu tygodnia dokonano udźwiękowienia i kolorkorekcji. System pracy wyglądał więc tak, że w jednym tygodniu dokonywano odbioru obrazu, a w następnym organizowano kolaudację gotowego odcinka. Ostatnie takie spotkanie odbyło się 13 listopada z okazji kolaudacji odcinka 13. Emisja w TVP2 rozpoczęła się w pierwszy piątek września, tj. 5. dnia tego miesiąca o godz. 20:05, i każdy kolejny epizod miał swoją premierę w kolejnych tygodniach aż do 28 listopada 2014 roku. Przywołuję te daty, by unaocznić tempo pracy i zwrócić uwagę na jeden znaczący fakt. W momencie gdy pierwszy odcinek serialu był już gotowy i możliwy do obejrzenia przez wszystkich pracowników maszyny produkcyjnej, wciąż trwały zdjęcia, aktorzy grali kolejne sceny w przebiegu akcji, a scenarzystki – Aneta Głowska i Katarzyna Leżeńska – pisały ostatnie odcinki serii.

Choć prace literackie trwały długo, bo od 2011 roku, to jednak przy zmianie tonu z obyczajowego na komediowy, niezbędne były poprawki wprowadzane tuż przed rozpoczęciem zdjęć. W ten sposób zamknięte i zaakceptowane przez redakcję APTiF zostały epizody 1-11 (serial planowany był od początku jako trzynastoodcinkowy). Prace nad dwoma ostatnimi epizodami trwały w okresie lipcu i sierpniu 2014 roku. Przyświecała im myśl o takim zakończeniu serii, by zainteresować widzów i móc rozpocząć prace nad następnym sezonem. Kolejne drabinki scenariusza i pomysły nie były zadowalające. Dopiero w połowie VIII pojawiła się idea, by wrócić do wydarzeń z odcinka 7.

i zbudować postać Pawła Biczynskiego, którego intrygi pozwolą z dużym impetem zamknąć sezon. To wymagało poprawienia odcinka 7. (szczęśliwie jeszcze nie nakręcono rzeczonych scen, w których Biczynski pierwszy raz miał się pojawić) oraz rozpisania trzech ostatnich niemal na nowo. Odcinki 11-13 zostały przyjęte do realizacji 4 września, czyli w połowie okresu zdjęciowego oraz na dzień przed emisją 1. odcinka.

Nakładanie się na siebie okresów – a może raczej poziomów – produkcyjnych miało niezwykle wpływ na prace nad przebiegiem kolejnych odcinków. Scenarzystki zobaczyły wcielenie stworzonych przez siebie postaci. Główna kobieca bohaterka Iga Małecka, z pasją zagrana przez Joannę Kulig, spełniła oczekiwania wszystkich. Jej partnerem był Stefan Pawłowski grający młodego prawnika Marcina Kaszubę. Zaskoczył decydentów i redaktorów świeżością i powściągliwością gry. Jednakże na prawdziwą gwiazdę wykreowany został Paweł Domagała wcielający się w drugoplanową postać byłego męża Igi, nieudacznika Krzysztofa Małeckiego. To on wniósł do serialu groteskową komediowość i od pierwszych chwil zawłaszczył rolę do tego stopnia, że na bazie scenariusza tworzył swoje własne powiedzonka, które przeszły do obiegowego języka fanów serialu. Scenarzystki, producent i redaktorzy uznali, że Krzysiek musi być postacią nie tyle wiodącą, co raczej „przewodzącą” w intrygach. Nie byłoby to możliwe, gdyby nie szansa wcześniejszego przejrzenia materiałów i zobaczenia gry Domagały. Pierwsi widzowie – a zarazem twórcy – podążyli zatem za aktorem i jego twórczą intuicją w zakresie kreowanej postaci.

Jako że serial był nowością jesiennej ramówki Programu 2., pragnieniem wszystkich decydentów było zdobycie i utrzymanie widowni. Piątkowe, wieczorowe pasmo *prime time* już „wychowało” i przyzwyczaiło odbiorców do pewnego typu przekazu, właśnie komediowego. Propozycja *O mnie się nie martw* miała zatem trafiać do widzów oczekujących „lektury” lekkiej i przyjemnej. Pierwszymi widzami serialu byli twórcy, redaktorzy i decydenci. Podczas prac montażowych, a wcześniej przeglądu materiałów, padały często propozycje będące teoretyzowaniem *ad hoc* dotyczącym widza, którego chcemy przyciągnąć i utrzymać przed telewizorem. Mówiono o takim przedstawianiu postaci serialu, by widz mógł się z nimi identyfikować. Sytuacje fabularne miały bawić i śmieszyć, ale też budować poczucie

sprawiedliwości w świecie, gdzie dobro zawsze zwycięża. Główni bohaterowie zostali postawieni w sytuacji romansowej, ale ich relacja wzajemnego przyciągania i odpychania miała budować z jednej strony ton napięcia erotycznego, z drugiej ciekawą dramaturgię. Te założenia znajdowały odzwierciedlenie w zakulisowych rozmowach redaktorów i twórców. W ten sposób weryfikowano, czy aktorzy dobrze sobie radzą z rolami (np. kilkakrotnie zwracano uwagę na tempo mówienia i ton głosu Joanny Kulig), jak dystrybuowane są emocje między głównymi postaciami, czy wątek prawniczy z danego odcinka jest zrozumiały i będzie miał edukacyjny charakter, itp.

Dla lepszego zobrazowania powyższych uwag przedstawie jeden przykład. W odcinku 5. prawniczy *case* dotyczył rozwodu popularnego aktora Rudzkiego z jego żoną. Ostateczny podział majątku i zasady rozstania miały być ustalone w kancelarii. Rudzkiego reprezentował kolega z pracy Marcina Kaszuby – Tomasz Podhalski, a żonę sam Kaszuba. Z zazdrości o pełnomocnika strony przeciwnej, Tomek namówił swojego klienta do zmiany frontu i oskarżenia żony o rozpad związku, a tym samym obarczenie jej winą. Dzięki przypadkowej pomocy głównej bohaterki Marcinowi udało się ustalić, że choć Rudzka zdradzała męża, to i on nie pozostawał jej dłużny. Rozwiązanie miało być w duchu komediowe, kiedy okazywało się, że, pomimo „telenowelowych fochów”, małżonkowie są siebie godni i ostatecznie rezygnują z rozstania. Planowano, by Rudzkiego zagrał Cezary Pazura. Zarówno emploi aktorskie, jak i historia jego kariery pozwalały mniemać, że stworzy postać nieco groteskową: miał być typem gwiazdy grającej gościnnie gwiazdę. Z powodu niedostępności Pazury, rolę powierzono Bartkowi Kasprzykowskiemu. Został on poprowadzony przez reżysera zupełnie inaczej i stworzył skrajnie odmienną postać znudzonego życiem celebryty. Tym samym wprowadził zupełnie inną atmosferę do całego odcinka. Jako że nijak nie współgrała ona z tempem akcji przebiegowej (Iga pomaga matce przyjaciółki zasięgnąć porady prawnej Marcina), już na etapie montażu postanowiono zupełnie zmienić wydźwięk scen pomiędzy Rudzkimi. Postawiono mianowicie na rywalizację Kaszuby i Podhalskiego jako znaczących bohaterów serialu. Historia niby pozostała taka sama, ale znaczenie przesunięto w kierunku budowania temperamentu

postaci, rezygnując z potencjalnie edukacyjnego charakteru przypadku prawnego.

Opisywane w tym miejscu decyzje dotyczące wyglądu serialu, podejmowane na bieżąco w trakcie produkcji i możliwe do wprowadzenia dzięki pierwszym reakcjom widzów twórców i decydentów miały zobrazować dwie zasadnicze sprawy. Po pierwsze, znaczenie wkładu poszczególnych Aktorów-Sieci procesu produkcyjnego w ostateczny obraz oraz ich wzajemne inspirowanie się (np. gra aktorska inspiruje scenarzystę), po drugie – rolę widza w kreowaniu świata przedstawionego. Twórczy „czynnik ludzki”, trudno opisywalny i mocno relacyjny, jest zatem w produkcji poddawany ciągłym wpływom całej grupy produkcyjnej, którą tworzą zarówno nadawcy, jak i (pierwsi) odbiorcy gotowego dzieła.

4. Promocja

Warto w tym miejscu omówić działania promocyjne towarzyszące wprowadzeniu serialu *O mnie się nie martw* do emisji. W Telewizji Polskiej S.A. promocją zajmują się dwie jednostki: Biuro Marketingu przygotowujące reklamę zewnętrzną i kampanię informacyjną, oraz odpowiedni dział anteny emitującej audycję, w tym przypadku Dział Oprawy i Promocji TVP2. Ten drugi prowadzi intensywną promocję wewnętrzną.

Prace mające promować nowy serial Dwójki rozpoczęły się w połowie lipca 2014 roku i trwały równolegle z pracami produkcyjnymi. Angażowały oczywiście nie tylko pracowników TVP S.A., lecz także producenta (wykonawczego) oraz twórców i aktorów serialu, którzy gotowi byli udzielać wywiadów, brać udział w specjalnej sesji fotograficznej, i przyjmować na planie dziennikarzy. Sama kampania informacyjna w mediach zapoczątkowana została tzw. „przeciekami kontrolowanym”: współpracujące z telewizjami ogólnodostępnymi magazyny dostały informację o przygotowywaniu przez TVP S.A. nowego serialu, krótki jego opis i kilka zdjęć z pierwszych dni na planie. Po tygodniu informacje zaczęły się pojawiać w innych mediach. Założono stronę serialu w domenie tvp.pl oraz na Facebooku. Są to znane i oczywiste kanały, z których widzowie dowiadują się o tym, jaki charakter będzie miała nowa propozycja. Jednakże w przypadku *O mnie się nie martw* dwa działania promocyjne były zupełnie odmienne od standardowych.

Tytuł roboczy serialu brzmiał *Tanie sprzątanie*. Akcja miała zostać zbudowana wokół postaci Igi Małeckiej, matki dwóch córeczek (7 i 9 lat), która nie umie utrzymać pracy z powodu bezkompromisowego podejścia do życia. Przypadkowo wpada na młodego prawnika Marcina Kaszubę, a ten podejmuje się ją rozwieść i pomóc w eksmisji męża. Iga rozpoczyna pracę sprzątaczką w kancelarii, w której pracuje Marcin. Początkowo jako wszędobylska pomoc miała wtrącać się w pracę prawników i bardziej lub mniej świadomie im pomagać. Wraz z potrzebą intensyfikacji komediowego charakteru (dla TVP2) kosztem edukacyjnych i „poważnych” spraw prawnych, zbudowano bardziej romantyczną relację między głównymi bohaterami. Tytułowe „tanie sprzątanie” przestało być znaczące w konstruowanej bajce. Akcja miała zmierzać do tego, że tych dwoje kiedyś w bliżej nieokreślonej przyszłości czeka happy end. Pojawiły się propozycje innego tytułu, m.in.: *On i ona*, *Prawo od kuchni* czy *Iga w mieście*. Autorem wersji *O mnie się nie martw* jest Michał Kwieciński, prezes Akson Studio Sp. z o.o., czyli producent wykonawczy.

Wraz z tą propozycją, tak jawnie nawiązującą do słynnej piosenki Katarzyny Sobczyk, postanowiono w ramach promocji wykorzystać popularność jej utworu. APTiF, Akson Studio i TVP2 ustaliły także, że należy nagrać nową wersję piosenki oraz teledysk promujący. Do wykonania namówiono zdolną popową artystkę młodego pokolenia, Margaret. Pomimo tego, że wiążące piosenkarkę zobowiązania promocji innego utworu śpiewanego na otwarcie mistrzostw świata w siatkówce (Polska 2014) uniemożliwiły szeroką dystrybucję teledysku, widzowie dostali jednak potężną dawkę sentymentalnej skocznej muzyki z jakże charakterystycznymi słowami: „O mnie się nie martw, ja sobie radę dam”. W pełni zresztą odpowiadały one postawie Igi Małeckiej wobec życia. Przekaz promocyjny i opowieść serialowa były więc bardzo spójne.

Drugim sposobem promowania serialu była produkcja wizytówek głównych postaci. Również i to działanie angażowało aktorów (oderwanych od produkcji serialu na pół dnia zdjęciowego), ekipę produkcyjną (potrzeba nakręcenia, zmontowania i udźwiękowienia materiału), scenarzystki (które musiały napisać scenariusze miniscenek) i redaktorów APTiF (nadzór, akceptacja, poprawki, odbiór obrazu). Każda z pięciu wizytówek pre-

zentowała bohatera lub paru bohaterów, pozostając w pewnym oderwaniu od rzeczywistości serialowej. Bohaterowie przedstawiali się widzom, mówiąc o sobie wprost do kamery i zachęcając do obejrzenia swoich przygód „od 5 września w każdy piątek o 20:05”.

Odnowiona wersja popularnego szlagieru i postaci kuszące widzów to promocyjny atak z dwóch stron: emocjonalno-sentymentalnej oraz propagandowo-racjonalnej. O ile jednak piosenka była przede wszystkim materiałem promocyjnym, o tyle wizytówki pozostawiały wrażenie „zapowiedzi” samej akcji serialowej. Widzowie, rzecz jasna, odróżniają narrację promocyjną od narracji odcinka, lecz za pomocą wizytówek nadawca wytworzył atmosferę bliskości pomiędzy widzem a bohaterem. Burząc styl zerowy opowieści niejako wciągnął odbiorcę do świata serialowego. Iga Małecka i Marcin Kaszuba mówią do nas bezpośrednio, stając się przez to bliscy, zależy im na nas: oto podprogowy przekaz. Zachęca już nie telewizja, ta wielka maszyna produkcyjna ani stojący za nią producenci, ani nawet nie aktorzy jedynie wcielający się w role, lecz człowiek „przeżywający swoje (serialowe) życie”. Chce się tym życiem dzielić i zaprasza nas do swego świata. Widz obserwuje nie tylko przygody i losy postaci w serialu, ale może tym postaciom spojrzeć w oczy i wysłuchać ich słów skierowanych bezpośrednio do niego.

5. Jaki serial zrobiliśmy?

W powyższym pytaniu wcale nie najważniejszy jest „serial”, lecz forma czasownika w pierwszej osobie liczby mnogiej. To bowiem, co najciekawsze i jednocześnie najtrudniej uchwytnie w badaniu kultury produkcji, to czynnik ludzki i komunikowanie się grupy produkcyjnej ze sobą.

Dla każdego, kto choć raz spotkał się z produkcją filmową, jasne jest, że każdy w grupie ma swoje zadanie, swoją odpowiedzialność. Byt wielu osób i samego dzieła zależy od stopnia profesjonalizmu włożonego w wykonywaną pracę. Aby być efektywnym, różni przedstawiciele grupy muszą w różny sposób ze sobą pracować. Oficjalny model komunikacji Aktorów-Sieci w produkcji *O mnie się nie martw* przebiegał następująco: TVP S.A. jako producent zamawiający zleca przygotowanie produkcji producentowi wykonawczemu, czyli Akson Studio Sp. z o.o. Ten zawiera umowy z twórcami, wykonawcami, technikami i nadzo-

ruje ich pracę. Jednakże Telewizja Polska S.A. również ma swoich przedstawicieli, którzy w tym nadzorze biorą czynny udział (redaktorów, lecz także np. dział rozliczeń produkcyjnych). Na etapie pracy twórczej większość członków ekipy produkcyjnej to w jednej chwili nadawcy (reżyser wydający polecenia), w następnej odbiorcy komunikatów (reżyser przeglądający nagrany materiał). Podobnie redaktorzy współpracujący z montażystą: on proponuje układ sceny, oni sugerują zmiany, które on wprowadza i wspólnie dokonują „odbioru”. Powstałe w wyniku współpracy dzieło podlega ocenie (kolaudacji) w TVP S.A., zostaje przekazane na odpowiednim nośniku do producenta zamawiającego, który je emituje, czyli przedstawia widzom, ostatecznym odbiorcom.

Oficjalny i uproszczony model można jednak wzbogacić niezliczonymi aspektami. Produkcja bowiem nie rozpoczyna się od podpisania umowy pomiędzy instytucją a wykonawcą, ale o wiele wcześniej, na etapie koncepcyjnym. Pomysł serialu pochodzi od przedstawicielki telewizji, która namówiła scenarzystki do opowiedzenia historii prostej dziewczyny, która wkracza w życie bogatego prawnika jako sprzątaczką i przewraca jego świat do góry nogami. Producent wykonawczy zawarł umowę na napisanie scenariusza z nadzieją, że nadawca będzie przekonany do ostatecznej wersji i zakupi pełnię praw, a tym samym zdecyduje się na emisję. Aby doprowadzić to do szczęśliwego finału, właśnie Akson Studio w pierwszej kolejności musiało przekonać TVP S.A. do posiadanego przez siebie scenariusza. Następnie przekonana już Telewizja Polska S.A. stawiała wymogi np. odnośnie do wyboru aktorów, a zatem naciskała na producenta wykonawczego. W ten sposób model komunikacji rozrasta się do ogromnych rozmiarów i jest wciąż niestabilny.

Zdaje się, że twardymi sposobami i modelami nie da się takiej sytuacji komunikacyjnej dobrze opisać. Przyczyny można upatrywać w przenikaniu się kompetencji, wzajemnym wpływie „aktorów produkcji”, a poniekąd nawet ich płynnej – zwłaszcza w sytuacji komunikacji z innymi w grupie – podmiotowości. Bruno Latour twierdził, że „kontrowersje dotyczące podmiotowości prowadzą nas do *metafizyki empirycznej*, ponieważ nieprzerwanie zaludniają one świat nowymi siłami (*drives*) i, równie nieprzerwanie, kwestionują istnienie innych” (Latour 2010: 72). Pozostaje na tym etapie pogodzić się z nieskończoną niemal

liczbą sytuacji, przebiegów i poziomów komunikacyjnych w profesjonalnej zależności pomiędzy poszczególnymi osobami. Pytanie zasadnicze brzmi: jaki ma to wpływ na dzieło, będące nie tylko przyczyną i skutkiem wszystkich działań, lecz także ich częścią?⁴

W produkcji *O mnie się nie martw* wzajemne zależności pomiędzy poszczególnymi aktorami aktu bądź aktów komunikacyjnych przebiegały sprawnie. Dążono do realizacji celów poprzez zarówno profesjonalne opracowanie planów produkcyjnych (umowy, kosztorysy, wynajmy, kostiumy i in.), jak i sprawne zażegnywanie kryzysów (na szczęście nielicznych), ugodowe rozwiązywanie problemów i próby sprostania wszystkim wymogom produkcyjnym. Szacunek do innych i wysoka etyka pracy niewątpliwie wpłynęła na sprawny przebieg całej produkcji od prac literackich nad scenariuszem aż do emisji. Gotowy odcinek serialu, który otrzymują widzowie, jest wynikiem nie tylko realizacji założeń scenariusza, lecz także kombinacji opisanych częściowo powyżej sytuacji komunikacyjnych. Dobra i bezkonfliktowa współpraca w profesjonalnym otoczeniu i obsłudze sprawiła, że powstał serial niemal dokładnie taki, jak zakładano⁵. Oto fragment jednego z pierwszych doniesień prasowych na temat nowego tytułu:

Ona, 33-latką, jest podwójną rozwódką z dwójką dzieci⁶. Właśnie znalazła się na kolejnym życiowym zakręcie. Nie ma pieniędzy ani wykształcenia. Straciła właśnie pracę w call-center.

⁴ W przyjętej tutaj metodzie patrzenia na świat kultury produkcji według zasad Teorii Aktora-Sieci (ANT) kontekst i treść są ze sobą nierozłączne (Abriszewski 2012: 166-167).

⁵ W 2015 roku na zamówienie Telewizji Polskiej S.A. firma 4P Research Mix zorganizowała badania fokusowe wśród kobiet w trzech przedziałach wiekowych (30–40, 41–49 oraz 50–59 lat), potencjalnych przedstawicielek najwierniejszej widowni. Badania dowiodły między innymi (i to zarówno w grupie głównej, jak i kontrolnej – kobiet, które od serialu odeszły), że założenie produkcyjne, tj. stworzenie serialu komediowego, rodzinnego, ciepłego, lekkiego zostały właściwie zrealizowane, bo tak właśnie propozycja Dwójki jest postrzegana. Niezmiernie ciekawe byłoby prześledzić także fora internetowe czy fanowskie nagrania na Youtube dotyczące *O mnie się nie martw* i poddać je odrębnej analizie. Ten temat domaga się jednak innego artykułu.

⁶ Iga nie była dwukrotnie zamężna, pierwsze dziecko, Helenkę, miała z nieformalnego związku, o czym w odcinku 3. mówi Krzysztof Małecki mecenasowi Kaszubie.

Na domiar złego nie potrafi pozbyć się ze swojego życia Krzyśka (Paweł Domagała), byłego męża. Sympatycznego skądinąd człowieka, ale nieroba i nieudacznika. Paradoksalnie, ten wiraż na zawsze odmieni los Jadwigi (takim imieniem po babci unieszczęśliwili ją rodzice). Bo kiedy pozna uroczego adwokata Marcina Kaszubę, trafi do zamkniętego i ekscytującego świata prawników (IM. 2014: 6-7).

6. Wnioski

Proces produkcji z wszystkimi aspektami kulturowymi opisanymi powyżej służy powstaniu dzieła. Nie jest jednak nieznaczący i marginalnie kontekstowy. Nie jest nawet służebny wobec wytworzonego tekstu. Wiedza o nim pozwala zrozumieć, jak współtwórcy w szerokim polu wzajemnej komunikacji wpływają na rozwój utworu: przebiegu akcji, wątków, postaci. Będąc pierwszymi odbiorcami korygują, ulepszają lub cyzelują to, co powstaje pod ich opieką i nadzorem.

Aktorami procesu produkcji serialu *O mnie się nie martw* w myśl Teorii Aktora-Sieci są oczywiście nie tylko osoby związane z wytwarzaniem dzieła. Sama sytuacja komunikacyjna staje się takim aktorem wpłatanym w sieć wzajemnych powiązań. Bardzo ważne jest, by o tym pamiętać, wszak od dobrej komunikacji zależy to, co wspólnie jest budowane.

W ramach rzeczzonego komunikowania się ze sobą ludzi pracujących przy serialu pierwsze i najważniejsze, co zwraca uwagę, to czasowe nakładanie się na siebie działań w ramach różnych okresów (poziomów) produkcyjnych i innych obowiązków związanych ze sprzedażą i emisją serialu. Jednoczesne wykonywanie różnych prac – pisanie scenariusza, nagrywanie zdjęć, montażu, promocji i in. – dowodzi, że nie mamy do czynienia z procesem linearnym i wynikowym, lecz symultanicznym.

Ciągły wpływ Aktorów-Sieci na siebie nawzajem powoduje, że samo tworzenie zostaje w sieć uwikłane. Staje się tym samym jej kolejną odnogą, kłaczem otulającym i wiążącym wszystkie działania zmierzające do stworzenia jego samego. Serial w aspekcie produkcyjnym zaczyna zatem przypominać nadrzędnego Aktora-Sieć na zasadzie perpetuum mobile. Sądzę jednak, że zgrabniejsza będzie inna metafora: oto bowiem działania w produkcji toczą się i napędzają lawinowo niczym kula śnieżna. Być może stanowi ona także dobry symbol złożonej

sytuacji komunikacyjnej w grupie produkcyjnej. Jest to wszak proces, w którym skutek rodzi przyczynę. Wystarczy powiedzieć, że Telewizja Polska S.A. podjęła decyzję o kontynuacji *O mnie się nie martw*, a Program 2 zdecydował się na emisję kolejnej transzy odcinków już w wiosennej ramówce 2015 roku.

Bibliografia:

Abriszewski Krzysztof, 2012, *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, Kraków.

Adamczak Marcin, 2014, *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*, Poznań.

IM.A., 2014, *O mnie się nie martw*, „Tele Tydzień” nr 28, s. 6-7.

Latour Bruno, 2010, *Splatając na nowo to, co społeczne. Wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. Aleksandra Derra, Krzysztof Abriszewski, Kraków.

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 1993 Nr 7 poz. 4, z późn. zm.).

Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 r. o kinematografii, Dz.U. z 2005 r. Nr 132 poz. 1111, z późn. zm.).

Zabłocki Michał J., 2013, *Organizacja produkcji filmu fabularnego w Polsce*, Warszawa.

O mnie się nie martw, (odc.1-13), reżyseria: Michał Rogalski, Filip Zylber; scenariusz: Aneta Głowska, Katarzyna Leżeńska; zdjęcia: Maciej Lisiecki; scenografia: Ewa Solecka, Agata Lepacka; montaż: Maciej Pawliński; muzyka: Paweł Lucewicz; kierownik produkcji: Bartosz Ślepowron Wyrzykowski; producent wykonawczy: Michał Kwieciński; produkcja: Akson Studio Sp. z o.o. dla Telewizji Polskiej S.A.; obsada: Joanna Kulig (Iga Małecka), Stefan Pawłowski (Marcin Kaszuba), Paweł Domagała (Krzysiek Małecki), Aleksandra Domańska (Joanna Zarzycka), Andrzej Zieliński (Wiktor Zarzycki), Karol Dziuba (Tomasz Podhalski), Katarzyna Zielińska (Laura Curyło), i in.

