



Katarzyna Citko

SYTUACJA ODBIORCY W DOBIE EKSPANSJI NOWYCH MEDIÓW

Powyższy tytuł nawiązuje do artykułu Marka Hendrykowskiego *Między nami filmowcami. Film i filmoznawstwo w dobie ekspansji nowych mediów* [1995]. W moich rozważaniach wspieram się bowiem na paru istotnych spostrzeżeniach autora cytowanej rozprawy. Po pierwsze, podobnie jak M. Hendrykowski uważam, że sztuka filmowa oraz naukowa refleksja filmoznawcza mają szansę stać się zapleczem intelektualnym i inspiracją dla badań nad żywiołowo rozwijającymi się mediami elektronicznymi. Filmoznawstwo w trakcie swego rozwoju czerpało zapożyczenia ze starszych od siebie dyscyplin naukowych (jak teoria literatury, filozofia, socjologia, psychologia, antropologia kultury etc.), natomiast obecnie oferuje wypracowany przez siebie warsztat, „znajomość języka ruchomych obrazów i umiejętność ich czytania” [tamże, s. 123]. Po drugie – a wniosek ten wypływa z poprzedniej refleksji – nowe media nie stanowią zagrożenia dla tradycyjnego kina, lecz raczej pewien rodzaj wyzwania, stwarzają szansę i atrakcyjną perspektywę odnowienia sztuki filmowej. Po trzecie wreszcie, jestem zdania, że w epoce rozkwitu różnorodnych technologii służących audiowizualnej komunikacji najistotniejsze są nie elektroniczne nowinki, lecz stojący za nimi i umiejący z nich korzystać człowiek. M. Hendrykowski stwierdza: „Technikę i technologię – choćby nawet najbardziej wymyślne i nowoczesne – mam za nic tak długo, aż człowiek (filmowiec, autor, artysta, ekipa filmowa realizatorów) nie odkryją tkwiącego w nich potencjału i nie podporządkują własnej wyobraźni, kreując za ich pomocą urzekający ekranowy świat. ja-

kiego nie było” [tamże, s. 118]. To trafne spostrzeżenie domaga się według mnie pewnego uzupełnienia. Dotyczy ono bowiem nie tylko sytuacji autora, ale także odbiorcy. Również dla widza (a może przede wszystkim właśnie dla niego) nieważny jest stopień skomplikowania zabiegów technicznych wprowadzonych przez nowe media, lecz odmienne, niespotykane dotąd możliwości odbioru i komunikacji, które są dzięki nim możliwe.

Specyfika i status widza kinowego filmoznawstwo opisywało niejednokrotnie i z różnych punktów widzenia. Natomiast badania nad sytuacją odbiorcy nowoczesnych mediów elektronicznych właśnie dopiero się rozpoczynają¹. W. Godzic w artykule: *Benjamin, Baudrillard i my* [1995] zastanawia się, jakie modele odbiorcy filmowego mogą funkcjonować w dobie „infostrady” (czyli „informatycznej autostrady”)? To pytanie można rozszerzyć, odnosząc je nie tylko do widza kinowego, ale także do odbiorców elektronicznych systemów komunikacji i przekazu audiowizualnego. A. Friedberg wyraża przekonanie, że cechą charakterystyczną użytkownika współczesnych mediów jest ruchome, wirtualne spojrzenie, które umożliwia modalność odbioru [Friedberg 1993]. Wskazuje równocześnie na istotną rolę kultury konsumpcyjnej w kształtowaniu nawyków i postaw odbiorczych. Użytkowanie obrazów i wszelkiego typu informacji przekazywanych przez elektroniczne media staje się elementem powszednim, rutynowym, jak tysiące innych czynności wykonywanych każdego dnia. Traci rangę zjawiska odświętnego, wyrwanego z kontekstu potocznego życia, które to warunki wciąż jeszcze spełnia tradycyjny seans filmowy w kinie.

Wykorzystanie współczesnych technik i systemów multimedialnych jest wielostronne. Proponuję bliższe przyjrzenie się trzem sferom ludzkiej aktywności, w których ekspansja nowych mediów jest szczególnie widoczna. Są nimi szeroko rozumiane: informacja, rozrywka oraz sztuka, której elektronika i technika dostarczają nowych środków wyrazu. Pragnę od razu zastrzec, że najbliższa moim zainteresowaniom jest sfera trzecia, dlatego dwie pierwsze traktuję za ledwie marginalnie, choć zdają sobie sprawę z ważności badań, które powinny być wokół nich podjęte.

W dziedzinie informacji, którą pojmuję jako wielorakie sposoby porozumiewania się ludzi ze sobą, przekazywania wiadomości, zdobywania wiedzy rola technik audiowizualnych jest ogromna

¹Na temat nowych możliwości komunikacyjnych mediów elektronicznych zobacz m.in.: A. Gwóźdź, red. [1994a]; A. Gwóźdź, red. [1994b].

i wciąż jeszcze niedoceniona. Środki masowego przekazu skurczyły świat do rozmiarów „globalnej wioski” (według wyrażenia M. McLuhana), pozwalając na dostarczenie w tym samym czasie ujednoliconych, zhomogenizowanych informacji – do zróżnicowanych społecznie, anonimowych odbiorców. Dzięki systemom telekomunikacyjnym mają oni szansę na przykład uczestniczenia w uroczystościach otwarcia bądź zamknięcia igrzysk olimpijskich, nie wstając ze swoich wygodnych foteli w mieszkaniu. Możliwości, które oferuje komputerowy Internet, są jeszcze bardziej kuszące. Użytkownicy sieci mogą uczestniczyć w przekazywaniu wiadomości i zdobywaniu wiedzy w sposób indywidualny, dostosowany do własnych potrzeb, upodobań i zainteresowań. Tradycyjne już dziś środki masowego przekazu, takie jak radio czy telewizja, dostarczają wielu różnorodnych informacji, ale jednakowych dla wszystkich słuchaczy i widzów, w zasadzie pozostawiają też wyraźną granicę pomiędzy aktywnym nadawcą komunikatu a jego biernym odbiorcą. Systemy komputerowe umożliwiają modalność postaw komunikacyjnych: nadawca jest równocześnie odbiorcą, prowadzi dialog, wymienia doświadczenia. Użytkownik systemu ma szansę dotarcia do informacji, które interesują wyłącznie jego samego. Nie ruszając się z miejsca, w krótkim czasie może przejrzeć zawartość bibliotek, archiwów, zbiorów muzealnych, rozproszonych po całym świecie.

Niezaprzeczalnymi walorami tej nowej sytuacji odbiorcy są: szybkość zdobywania informacji, możliwość nawiązywania dialogu, dotarcie do mnogości różnorodnych komunikatów. Jednakże czynniki te niosą ze sobą również zagrożenia. Szybkość pozyskiwania informacji może prowadzić do ich powierzchownego przyswojenia: w miejsce jednych komunikatów napływają inne, nowsze, wypierając te, których odbiorca nie zdążył jeszcze zinterpretować. Dialog niekiedy przeradza się w bełkot, o czym świadczą nie odosobnione przypadki nawiedzonych szaleńców, którzy zapisują się na listy korespondencyjne w Internecie i rozbijają toczące się dyskusje. Możliwe jest także wprowadzenie informacji zafałszowanej (z różnych powodów). Z kolei wielość komunikatów powoduje, że odbiorca zasypywany jest mnóstwem informacji, których nie potrafi zweryfikować, ustalić ich hierarchii, wybrać spośród nich te, które są najcenniejsze i oddzielić je od przekazów bezwartościowych.

W dziedzinie rozrywki, którą definiuję zgodnie z rozumieniem potocznym jako sposób spędzania wolnego czasu, nowe media

wykazują niezwykłą ekspansywność. Ich przebojowemu wkraczaniu na rynek konsumentów towarzyszy często przeświadczenie, że wyprą one czy zastąpią systemy wcześniejsze. Jednakże praktyka wskazuje, iż – przynajmniej na razie – zajmują one raczej miejsca równoległe i funkcjonują obok siebie. Wraz z nastaniem ery telewizji oraz technik wideo zapowiadano nieuchronny upadek, a nawet śmierć kina. Podobne wypowiedzi słyszy się także niekiedy z ust proroków nowych mediów. Z pewnością kino XXI w. będzie inne niż dziś, tak samo jak kino współczesne różni się od tego z lat trzydziestych czy – sięgając głębiej – z początku naszego stulecia. Rodząca się na naszych oczach „audiowizualność elektroniczna” [por. Hopfinger 1995] nieustannie wykorzystuje dorobek audiowizualności filmowej, a zarazem przekształca go, proponując nowe rozwiązania. Prowadzi to, jak zauważa R. Kluszczyński [1995], do daleko idącej transformacji tradycyjnej poetyki, do kształtowania nowych form montażu czy struktur narracyjnych.

Formy rozrywkowe proponowane przez nowe elektroniczne środki mają niewątpliwą przewagę nad tradycyjnym spektaklem kinowym: jest nią interaktywność, wypływająca z ontologicznych właściwości medium komputerowego. Proponowane jest tutaj zupełnie nowe doświadczenie odbioru, polegające na współtworzeniu przez widza fikcyjnych światów komputerowych gier bądź sesansów wirtualnej rzeczywistości. Odbiorca postawiony jest przed możliwością wyboru, porusza się w nierzeczywistej, ale zaprogramowanej z góry symulacji czasoprzestrzeni, która rozrasta się niczym labirynt Ts’ui Pena z opowiadania J. L. Borgesa *Ogród o rozwidlających się ścieżkach*. Ta sama gra, rozpoczęta na nowo, może potoczyć się w zupełnie innym niż uprzednio kierunku. Owa wielowariantowość zabawy zdaje się być dla odbiorcy szczególnie atrakcyjna. Inną cechą charakterystyczną gier komputerowych jest budzenie silnych emocji u odbiorcy. J. L. Schefer [1980] zauważa, że film nie tylko przekazuje określone znaczenia, ale przede wszystkim – w świecie wzrastającej afazji uczuć – budzi afekty. W jeszcze większym stopniu niż kino na emocje odbiorcy zdają się oddziaływać elektroniczne media. Gry komputerowe stawiają przed uczestnikami różnorodne zadania do przezwyciężenia, a zarówno odniesiony sukces, jak i porażka, podnoszą poziom adrenaliny we krwi gracza i powodują chęć kontynuowania zabawy.

Niewątpliwie trudno jest dzisiaj autorytatywnie stwierdzić, czy rozrywka proponowana przez elektroniczne media jest w ostatecznym rozrachunku bardziej szkodliwa dla ich uczestników, czy bar-

dziej wartościowa. Brakuje badań – psychologicznych, socjologicznych, antropologicznych – nad wpływem najnowszych mediów na kształtowanie się postaw emocjonalnych i budowanie struktur osobowości człowieka. Wiadomo wszakże, iż najczęstszymi odbiorcami elektronicznych rozrywek są dzieci i młodzież. Zanotowane przez amerykańskich socjologów zjawisko tzw. uzależnienia młodych użytkowników od komputerów i telewizji jest godne przywołania. Analizy pod kątem wartości domaga się także tematyka gier i obrazów elektronicznych symulacji. Niewątpliwie wiele produktów nowych mediów służących rozrywce żeruje na najbardziej prymitywnych, zbanalizowanych kanonach kultury masowej, wykorzystuje schematyczność i szablonowość rozwiązań, ociera się o kicz stylistyczny i fabularny, epatuje gwałtem, bezmyślnym okrucieństwem, przemocą. Jednakże są również przykłady symulacji rozwijających wyobraźnię, aktywizujących proces poznawczy, pobudzających odbiorcę do myślenia. Wiele gier i programów komputerowych ma charakter edukacyjny, a nauczanie odbywa się na wesoło, bez przymusu i w atrakcyjnej, ułatwiającej zapamiętanie przekazanych informacji formie. A więc na razie pytanie o różnorodne aspekty wpływu elektronicznych mediów na odbiorców pozostaje otwarte i domaga się wszechstronnych, interdyscyplinarnych badań.

Spróbujmy wreszcie przyjrzeć się ekspansji systemów elektronicznej audiowizualności w dziedzinie sztuki oraz nowej sytuacji, przed którą postawiony jest odbiorca, przyzwyczajony do kontaktu z twórczością pojmowaną w sposób tradycyjny. Zgodnie z przyjętym przeze mnie założeniem, że refleksja filmoznawcza może okazać się inspirująca dla badań nad nowymi mediami, proponuję jako punkt wyjścia przyjrzenie się klasycznym modelom odbiorcy kinowego. W niezwykle przejrzysty, a zarazem wyczerpujący zagadnienie sposób opisuje je A. Helman w jednym ze swoich esejów [Helman 1988]. Autorka zwraca uwagę, że każdy model odbioru jest jedynie zmienną historycznie hipostazą. Podkreśla też, że w kulturze współczesnej różnorodne modele widza koegzystują ze sobą i przechodzą w formy mieszane. A. Helman poddaje analizie kolejno: status widza biernego, nastawionego na odbiór pasywny; widza kontemplującego, poszukującego wrażeń natury estetycznej; widza – uczestnika magicznego spektaklu, uwikłanego w splot kompleksów projekcji i identyfikacji; wreszcie model widza niezaprogramowanego, charakterystyczny szczególnie dla obecnej fazy rozwoju kultury. Widz ów „patrzy na ekran tak, jakby patrzył na otaczający go

świat, w którym dokonuje wyboru ośrodków zainteresowania” [tamże, s. 21].

W. Godzic w książce *Film i psychoanaliza* [1991] podkreśla, że modele odbiorcy filmowego podlegają nieustannym przemianom i relatywizacji. W dobie ekspansji współczesnych mediów, gdy widz wchodzi w interaktywny kontakt z dziełem, a nawet stara się zająć u boku artysty postawę współkreatora audiowizualnych światów, niektóre z modeli tradycyjnych ulegają przekształceniom idącym tak daleko, że właściwie nie wiadomo już, czy mamy do czynienia z transformacją, czy z zupełnie nową formą. Wydaje się, że współcześnie występuje najczęściej model widza niezaprogramowanego. Jego sytuację opisuje W. Godzic w przywołanym już eseju *Benjamin, Baudrillard i my* [1995], posiłkując się przy tym rozważaniami W. Benjamina, M. de Certeau, J. Baudrillarda i A. Friedberg. Jest to postać współczesnego łazika – flaneura, przechadzającego się po mieście i korzystającego z atrakcji oferowanych mu przez wieczorny świat ulic, sklepów, restauracji czy kin. Niezaprogramowanie polega tu już nie tylko na możliwości wyboru ośrodków zainteresowania dotyczących jednego seansu, ale na uczestniczeniu w szeregu wirtualnych doświadczeń, które w każdej chwili mogą być przerwane, zastąpione nowymi – i które są zaledwie wycinkami „audiowizualnego tekstu miasta” [Godzic 1995, s. 86].

Teoretycy badający sytuacje nowego modelu odbiorcy, wykreowanego przez świat elektronicznych mediów, zwracają uwagę głównie na interaktywność jako na czynnik najbardziej podstawowy. Rzeczywiście, już telewizja czy wideo proponują zachowania bardziej interaktywne niż tradycyjny spektakl kinowy. Z kina widz może jedynie wyjść, ale spektakl będzie toczył się dalej. Telewizor można wyłączyć; przekaz wtedy ginie, istnieje jedynie potencjalnie. Pilot umożliwiał „skakanie” po programach nie wymagające wysiłku, nie trzeba nawet wstawać z miejsca. Magnetowid oferuje możliwości jeszcze większe: zapis na taśmie można zatrzymać, cofnąć, przyspieszyć, zwolnić bądź wielokrotnie powrócić do pewnych sekwencji lub scen. Jeszcze bardziej interakcyjne zachowania prowokują symulacje komputerowe. W ich przypadku możliwości wyboru zdają się nieograniczone, gdyż dzieło nie przedstawia wizji gotowego, skończonego świata, lecz jest procesem tworzenia tego świata przez autora i odbiorcę równocześnie.

Kolejną ważną cechą modelu odbiorcy elektronicznych mediów jest zerwanie więzi pomiędzy nim a oferowaną przez dzieło reprezentacją realnego świata. Tradycyjne kino, zgodnie z Bazinowską

teorią, przynosi w swych obrazach reprodukcję rzeczywistości. Kultura cybernetyczna w miejsce aktu kreacji czy reprodukcji proponuje Baudrillardowskie symulacje. To zerwanie bezpośredniej więzi ze światem przedstawionym kieruje uwagę widza na sam przekaznik i jego medialne cechy. Do korzystania z nowych mediów potrzebna jest znajomość i sprawność obsługi urządzenia elektronicznego.

Jednakże to, co w przypadku funkcji komunikacyjnej i kulturowej elektronicznych mediów jest, jak się wydaje, najbardziej istotne, nie ogranicza się do wypracowania nowego modelu widza. Wydaje mi się, że należy rozróżnić tu dwa zagadnienia: model widza rozumiany jako postawa wobec technicznych urządzeń oraz model odbioru przez widza treści niesionych przez przekaznik. Postawę widza, która kształtuje się pod wpływem cybersfery, można określić jako interaktywną, niezaprogramowaną, twórczą. Natomiast model odbioru treści związany jest z przyjmowaniem przez widza określonej postawy psychicznej wobec propozycji tekstu zawartego w dziele sztuki. W tym przypadku okazuje się, że tradycyjne, opisane przez filmoznawstwo formy odbioru dzieła kinowego odnaleźć możemy także w kontakcie widza z mediami elektronicznymi. Bierny odbiór treści jest wszakże możliwy nie tylko w sali kina, ale także przy oglądaniu telewizji, wideo, a nawet w przypadku korzystania z symulatorów komputerowych. R. Kluszczyński [1995] przywołuje (co prawda w innym kontekście) wypowiedź Mony Sarkis, która stwierdza „że użytkownik artystycznych maszyn interaktywnych nie przeobraża się bynajmniej w twórcę, ale przypomina kukielkę, realizującą zaprogramowane wizje artysty/technika” [tamże, s. 140]. Oczywiście bierna postawa użytkownika wobec propozycji świata wykreowanej przez nowe media nie jest typowa ani tym bardziej dominująca – zajęcie stanowiska widza kontemplującego bądź zaangażowanego wydaje się o wiele częstsze. Niemniej przypadki bezmyślnego poddania się złudnej magii symulacji wykreowanych w cybersferze nie są bynajmniej sporadyczne.

Postawa widza kontemplującego zwraca się ku estetycznym przeżyciom powstałym poprzez kontakt z dziełem. Obraz elektroniczny stwarza tutaj duże możliwości, gdyż techniki naśladowania czy reprodukcji rzeczywistości zastępuje swobodą kreacji, nieskrępowaną niczym grą przemian form, barw, wyobrażeń. Ten nowy sposób obrazowania M. Hopfinger określa mianem „abstrakcjonistycznego” – w tym sensie, że jest on wyzwolony „z koniecznych związków ze światem realnym” [Hopfinger 1995, s. 129].

Wydawać by się mogło, że w świecie elektronicznych mediów niemożliwa jest postawa odbiorcy zaangażowanego w psychiczne kompleksy projekcji – identyfikacji. Morinowski model widza – uczestnika magicznego świata odnosi się wszakże do kina, będącego reprezentacją i reprodukcją rzeczywistości. Tymczasem obraz cyfrowy oferuje widzowi zaledwie symulację, oderwaną od realności znaczenia, wirtualną.

media posługują się znakami o przedstawiającym, werystycznym charakterze. Widzowi w zasadzie obojętna jest natura tworzywa: cyfrowa, elektroniczna, magnetyczna czy fotograficzna. Przyjrzyjmy się programom oferowanym przez stacje telewizyjne. Realizują one bardzo różnorodne funkcje. Obok informacji i komentarzy o autentycznych wydarzeniach emitowane są audycje rozrywkowe, satyryczne, filmy fabularne etc. R. Williams twierdzi, że to przede wszystkim telewizja ukazuje autentyzm zachowań ludzkich, realność życia i świata – dzięki specyficznym środkom realizacyjnym, takim jak zbliżenia i półzbliżenia czy kameralność [Williams 1997]. Widz telewizyjny, nieświadomy natury tworzywowej medium, ma szansę uwierzenia w werystyczny obraz świata ukazwanego na monitorze w jeszcze większym stopniu niż odbiorca tradycyjnego seansu kinowego². Jeszcze większą realistyczność symulowanego obrazu świata proponują spektakle wirtualnej rzeczywistości, oszukujące nie tylko zmysł wzroku, lecz także słuchu, dotyku, węchu.

Wreszcie zarówno w przypadku tradycyjnego filmu kinowego, jak i propozycji elektronicznych mediów, możliwe jest przyjęcie przez widza postawy „twórczej”. Twórcze aspekty odbioru filmu opisuje R. Kluszczyński [1992]. Stwierdza, że jest on możliwy na płaszczyźnie osobistej interpretacji widza w przypadku tradycyjnego filmu narracyjnego oraz na płaszczyźnie refleksji nad poziomem medium i możliwości współkształtowania ostatecznego wyglądu dzieła w przypadku kina awangardowego. Wydaje się, że w mediach najnowszej generacji mogą występować wszystkie te trzy możliwości, niejednokrotnie nawet wspólnie.

Zdaję sobie sprawę, że przedstawione przeze mnie tezy są w przeważającej mierze kombinacją twierdzeń, które zostały już na temat sytuacji odbioru w dobie ekspansji nowych mediów powiedziane – oraz życzeń co do obszarów, którymi refleksja teoretyczna jeszcze powinna się zająć. Niemniej jednak takie uświadomienie

²Na iluzję oraz irrealność stworzoną przez salę kinową zwraca uwagę m.in. R. Barthes w esejie *Wychodząc z kina* [1993].

sobie, co już wiemy o odbiorcach nowych systemów elektronicznych i cybernetycznych, a co domaga się dalszych opracowań, może okazać się pomocne w badaniach nad perspektywami i zagrożeniami, które stoją przed kulturą audiowizualną u progu XXI wieku.

Bibliografia

- Barthes R. [1993], *Wychodząc z kina*, przeł. Ł. Demby [w:] *Interpretacja dzieła filmowego*, red. W. Godzic, Kraków.
- Friedberg A. [1993], *Window Shopping: Cinema and Postmodern*, Berkeley–Los Angeles–Londyn.
- Godzic W. [1991], *Film i psychoanaliza: problem widza*, Kraków
- Godzic W. [1995], *Benjamin, Baudrillard i my* [w:] *Kino według Alicji*, red. W. Godzic i T. Lubelski, Kraków.
- Gwóźdź W., red. [1994a], *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, Kraków.
- Gwóźdź W., red. [1994b], *Prędkość i przyjemność. Kino i telewizja w dobie symulacji elektronicznej*, Kielce.
- Helman A. [1988], *Modele odbiorcy*, „Kino” nr 3.
- Hendrykowski M. [1995], *Między nami filmowcami. Film i filmoznawstwo w dobie ekspansji nowych mediów* [w:] *Kino według Alicji*, cyt. wyd.
- Hopfinger M. [1995], *Zmiana kultury, zmiana spojrzenia* [w:] *Kino według Alicji*, cyt. wyd.
- Kluszczyński R. [1992], *Uwagi na temat twórczych aspektów odbioru filmu* [w:] *Twórczy odbiór sztuki*, red. J. Brach-Czaina, Białystok.
- Kluszczyński R. [1995], *Kino–interaktywność–dekonstrukcja. Rozważań nad cyberkulturą* [w:] *Kino według Alicji*, cyt. wyd.
- Schefer J. L. [1980], *L'tomme ordinaire du cinéma*, Paris.
- Williams R. [1997], *A Lecture on Realism*, „Screen” nr 1.