

WSPÓŁCZESNY TEATR I FILM WOBEC WYZWAŃ NOWYCH MEDIÓW

pod redakcją
Bartłomieja Oleszka i Marzenny Wiśniewskiej



Wydawnictwo Naukowe
Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

Toruń 2015

Recenzent
DR HAB. OLGA KATAFIASZ

Redaktor wydawniczy
MAGDALENA PROKOPOWICZ

Projekt okładki
KRZYSZTOF SKRZYPCZYK

Projekt logotypu: TOMASZ WIECZORKOWSKI

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika
Toruń 2015

ISBN 978-83-231-3410-7

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU MIKOŁAJA KOPERNIKA

Redakcja: ul. Gagarina 5, 87-100 Toruń
tel. 56 611 42 95, fax 56 611 47 05
e-mail: wydawnictwo@umk.pl

Dystrybucja: ul. Mickiewicza 2/4, 87-100 Toruń
tel./fax 56 611 42 38
e-mail: books@umk.pl
www.wydawnictwoumk.pl

Druk: Wydawnictwo Naukowe UMK

Spis treści

WSTĘP	7
-------------	---

CZĘŚĆ I

WIDZ – FAN – INTERNAUTA – GRACZ

MAŁGORZATA MAJOR: <i>Koniec dyktatu ramówki telewizyjnej. Z kanapy przed komputer, czyli nowe praktyki telewizyjne polskich internautów</i>	13
ALDONA KOBUS: <i>Obieg, poetyka i funkcjonowanie fansubów</i>	29
JOANNA KRZYŻANOWSKA: <i>Dzieło filmowe w rękach fanów</i>	39
JAKUB MORAWSKI: <i>Widz oglądany. Interaktywność jako pragnienie interpasyności</i>	48
MAREK SZAŁAGIEWICZ: <i>W stronę dzieła totalnego (Gesamtkunstwerk). O funkcji estetycznej gry komputerowej</i>	58

CZĘŚĆ II

FILM – DYSTRYBUCJA – PRAWA AUTORSKIE

PIOTR BURATYŃSKI: <i>Autor nie ma praw, ma tylko obowiązki. Jean-Luc Godard a prawa autorskie</i>	73
PATRYCJA STASIAK: <i>Redefinicja przestrzeni. Przestrzeń podróży oraz przestrzeń Internetu w ujęciu kinematograficznym</i>	81
KAROLINA ROBACZEK: <i>Bo trailer to za mało. Marketing filmowy w dobie Internetu</i>	95
PAULINA TCHURZEWSKA: <i>Czy można stworzyć serial idealny? O przyszłości seriali na przykładzie House of Cards</i>	105

CZĘŚĆ III**TEATR W DIALOGU Z MEDIAMI**

MONIKA LECIŃSKA-RUCHNIEWICZ: <i>Obecność współczesnego teatru japońskiego w mediach na przykładzie Takarazuka Kagekidan i Gekidan☆Shinkansen</i>	121
MAGDALENA HASIUK: <i>Nowe media za kratą</i>	135
JAKUB KŁECZEK: <i>Nelinearność narracji teatralnych a hipertekstualność obiektów nowych mediów</i>	145
BARTŁOMIEJ OLESZEK: <i>Teatr radiowy i telewizyjny wobec wyzwań nowych mediów</i>	159
INDEKS OSOBOWY	175
NOTY O AUTORACH	180

Wstęp

Dynamicznie rozwijające się technologie kodowania, przetwarzania i transmisji danych, cyfryzacja technik przekazu audiowizualnego i zawarty w nich projekt interaktywności w znaczący sposób określają dzisiaj „przestrzenie możliwości” (jak to ujął Pierre Bourdieu) wszelkiej produkcji kulturowej. Współczesny teatr i film odpowiadają na te wyzwania wieloaspektowo, zarówno zjawiskami artystycznymi wchłaniającymi zdobycze nowych mediów (co skłania do stawiania pytań o to, jakimi narzędziami należy je badać), jak i różnymi procesami przekształceń w obrębie praktyk wytwarzania przekazu medialnego, komunikacji z odbiorcą czy obiegu dzieła. *Współczesny teatr i film wobec wyzwań nowych mediów* to książka, w której Czytelnik odnajdzie zbiór refleksji, a także szereg pytań, jakie niesie ze sobą badanie dialogu teatru i filmu z różnymi mediami elektronicznymi i z różnych perspektyw przez nie wyznaczonych.

Założeniem publikacji jest przyjrzenie się temu, jak teatr i film odpowiadają na własności nowych mediów, np. na digitalność (i inne cechy nakreślone przez Lva Manovicha), interaktywność, konwergencję mediów (w rozumieniu Henry’ego Jenkinsa), hipertekstualność, fragmentaryzację, grę (z) nażywością (*liveness* Philipa Auslandera). Zebrane teksty są próbą zasygnalizowania metodologicznych, estetycznych, technologicznych i społecznych konsekwencji umieszczenia nowych mediów w teatralnej i filmowej formie.

Autorzy tekstów – głównie młodzi badacze reprezentujący różne dziedziny i ośrodki naukowe – otwierają rozmaite porządki refleksji zainspirowanej tytułową tematyką książki. Pytania natury teoretycznej i metodologicznej spotykają się tutaj z analizą wybranych zjawisk artystycznych. Reinterpretowane spostrzeżenia kulturoznawcze i medioznawcze, teorie filozoficzne oraz socjologiczne nakreślają wzajemne sfery intermedialnych wpływów, którym podlegają dzisiaj teatr i film. Pozwoliło to dostrzec pro-

cesy wspólne dla teatru i filmu oraz wskazać te obszary, w których każde z nich wchodzi na właściwych sobie prawach w relacje z nowymi mediami. W części otwierającej publikację poruszane są zagadnienia mające stałe miejsce we współczesnych badaniach teatrologicznych i filmoznawczych, a które koncentrują się na problematyce odbioru i odbiorcy. Teksty Małgorzaty Major i Jakuba Morawskiego zachęcają do przyjrzenia się nowomediálnym praktykom widzów, Aldona Kobus i Joanna Krzyżanowska zwracają uwagę na fanowski model kultury filmowej, a Marek Szałagiewicz analizuje sytuację gracza i estetyczne funkcje gry. Drugi blok tematyczny poświęcony jest filmowi i wybranym aspektom rynku kultury filmowej. Piotr Buratyński podejmuje problematykę prawa autorskiego w twórczości Jeana-Luca Godarda, o nowych strategiach marketingu i dystrybucji w dobie rozwoju Internetu oraz ich wpływie na formy obiegu sztuki filmowej piszą Karolina Robaczek i Paulina Tchurzewska, filmowe ujęcia nie-miejsc, do których należy również Internet, są tematem rozważań Patrycji Stasiak. W kręgu problematyki teatru jako medium i jego remediacji mieszczą się zagadnienia poruszane w ostatniej części książki. Magdalena Hasiuk zajmuje się multimedialnością przedstawień tworzonych w teatrach więziennych. Temat teatru/przedstawienia jako obiektu mediatyzacji i wyzwanie hipertekstualności rozwijają na wybranych przykładach Monika Lecińska-Ruchniewicz (teatr japoński), Jakub Kłeczek (m.in. przedstawienia Pawła Passinego, teatr internetowy) i Bartłomiej Oleszek (teatr radiowy i telewizyjny). Elementem wspólnym dla wszystkich tekstów jest traktowanie Internetu jako metamedium dokonującego na naszych oczach złożonych przekształceń kulturowych i społecznych, na które film i teatr równolegle odpowiadają.

Publikacja powstała jako rezultat pracy wielu osób, które w tym miejscu pragniemy wyróżnić. Chcemy podziękować wszystkim autorom artykułów za śmiałość w penetrowaniu tak świeżej tematyki, jaką są nowomediálne uwikłania teatru i filmu. Dziękujemy również za powierzenie swoich tekstów w nasze ręce i za cierpliwość podczas rozłożonych w czasie prac wydawniczych. Z redaktorskiego obowiązku zaznaczmy, że prace nad tekstami składającymi się na wydaną na początku 2015 roku książkę *Współczesny*

teatr i film wobec wyzwań nowych mediów zostały zamknięte w ostatnich miesiącach 2013 roku. Wiele kwestii związanych z ulotną i płynną naturą mediów społecznościowych, przemian nowomediálních czy żywych jeszcze procesów na styku nowych i starych mediów oddaje więc stan badań na tamten właśnie „moment kulturowy”.

Dziękujemy również pracownikom Katedry Kulturoznawstwa Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu za wsparcie przy realizacji tego projektu. Przede wszystkim dwóm opiekunom naukowym tej książki: dr. hab. Arturowi Dudzie i dr. hab. Piotrowi Skrzypczakowi – za wsparcie naukowe i cenne wskazówki w pracy nad nadaniem książce właściwego kształtu. Słowa wdzięczności kierujemy do dr. hab. Olgi Katafiasz, której recenzja pozwoliła nam na dopracowanie tomu, wprowadzenie niezbędnych zmian i uzupełnień. Dziekanowi Wydziału Filologicznego UMK, prof. dr. hab. Adamowi Bednarkowi składamy podziękowanie za przychyłość i wsparcie finansowe publikacji. W początkowych opracowaniach książki uczestniczyła także mgr Karolina Robaczek, której dziękujemy za cenny wkład w powstanie tomu.

*Bartłomiej Oleszek
Marzenna Wiśniewska*

CZĘŚĆ I

WIDZ – FAN –
INTERNAUTA – GRACZ

MAŁGORZATA MAJOR

Koniec dyktatu ramówki telewizyjnej

Z kanapy przed komputer,
czyli nowe praktyki telewizyjne polskich internautów

TELEWIZJA 2.0.

W ciągu ostatnich dziesięciu lat Internet zrewolucjonizował życie Polaków¹. Nie tylko pod względem dostępności do informacji, które dawniej zdobywaliśmy, kupując prasę codzienną bądź specjalistyczną, ani też z uwagi na zwiększenie liczby kanałów komunikacyjnych i zbudowanie licznych społeczności wirtualnych. Przede wszystkim z powodu zmian w praktykach kulturowych, w tym zwłaszcza samodzielnego kształtowania repertuaru telewizyjnego. Czasy, kiedy dyktat ramówek telewizyjnych zmuszał nas do odkładania innych zajęć, aby móc obejrzeć odcinek ulubionego serialu, najprawdopodobniej nieodwołalnie minęły. Dzisiaj podporządkowanie decyzjom stacji telewizyjnych, emitujących dany serial o określonej porze, nie jest konieczne, ponieważ sami decydujemy o tym, kiedy, w jakim języku, a także który odcinek tego serialu obejrzymy. Z badań przeprowadzonych przeze mnie wśród społeczności serwisu internetowego Popcorner.pl wynika, że najaktywniejsi pod względem poszukiwań nowych propozycji

¹ Oczywiście jest, że nie tylko Polska oswaja się ze skutkami rewolucji cyfrowej, ale podkreślam aspekt narodowy, gdyż jak wiadomo, że dostępność do określonych technologii w różnych krajach jest odmienna. I tak np. mieszkańcy Stanów Zjednoczonych w większym stopniu niż Polacy korzystają z produktów firmy Apple, które w Polsce ciągle dostępne są przede wszystkim dla zamożnej klasy średniej.

telewizyjnych w sieci są ludzie w wieku 16–35 lat². Wiąże się to z szerszym zjawiskiem, a mianowicie ze scyfrizowaniem większości sfer naszego życia, zatem naturalne jest, że sfera rozrywki także została wtłoczona w nowy tryb partycypacji.

Epoka, kiedy cała rodzina oglądała w niedzielne popołudnie jeden odcinek *Dynastii*, minęła bezpowrotnie z kilku powodów. Nie trzeba już bowiem oczekiwać na emisję określonego serialu w polskiej telewizji, skoro można obejrzeć najnowszy odcinek ulubionej produkcji dzień po jej nadaniu w stacji macierzystej. Poza tym polskie stacje notują niskie wyniki oglądalności hitowych amerykańskich seriali, gdyż pokazują je ze zbyt dużym opóźnieniem. Tak było w przypadku emitowanych przez TVN seriali *Dexter* (2006–2013), *Californication* (2007–2014) i *Mentalista* (*The Mentalist*, 2008–2015). Stacja wydawała się zaskoczona takimi wynikami, co świadczy o braku orientacji w przepływie treści medialnych. Polscy widzowie nie czekają, aż w polskiej wersji językowej dostępny będzie serial, który chcą i mogą oglądać w sieci niemal natychmiast po jego premierze dzięki

² Serwis internetowy Popcorner.pl był jednym z pierwszych w Polsce, gdzie internauci rozmawiali o serialach amerykańskich ściąganych z *torrentów* albo oglądanych bezpośrednio w sieci. Decyzją wydawcy (Agora), podyktowaną względami finansowymi, serwis w październiku 2012 r. zakończył działalność, ale bez wątpienia w pełnej krasie ujawnił nowe praktyki partycypacyjne polskich internautów, którzy znudzeni ofertą programową polskiej telewizji, postanowili samodzielnie układać ramówki telewizyjne, składające się na ogół z dotychczas nieemitowanych w naszym kraju, głównie amerykańskich, seriali.

Badanie wśród użytkowników Popcornera przeprowadzałam dwukrotnie – w listopadzie 2011 r. i w czerwcu 2012. Pierwsze wyniki opublikowałam w artykule: M. Major, *Wpływ amerykańskiej produkcji telewizyjnej na polskich użytkowników Internetu. O tym, jak serialowe hity stacji ogólnodostępnych i kablowych zrewolucjonizowały życie najmłodszych odbiorców sztuk audiowizualnych (na przykładzie serwisu internetowego Popcorner.pl)*, [w:] *Rozrywka w mediach*, red. K. Burska, P. Czarnek, Łódź 2012, s. 156–167.

W pierwszym badaniu, przeprowadzonym w ciągu pięciu dni (od 28.11.2011 do 3.12.2011 r.), wzięło udział 741 użytkowników portalu – w zdecydowanej przewadze osoby w wieku 18–26 lat (szczegóły w przywoływanym artykule). W drugim natomiast, przeprowadzonym w ciągu tygodnia (od 4.06.2012 do 11.06.2012 r.), wzięło udział 486 respondentów, którzy odpowiedzieli na pytania dotyczące głównie ich aktywności i metod uczestnictwa w internetowym obiegu seriali.

Kluczowy wniosek dla niniejszego tekstu jest następujący: bez wątpienia zmiany w sposobie oglądania telewizji są natury pokoleniowej. Młodzi ludzie (do 35. roku życia) chętniej zrywają z dyktatem tradycyjnej ramówki telewizyjnej, dla osób starszych jest to zdecydowanie trudniejsze, zwłaszcza że wymaga zdobycia pewnych umiejętności technologicznych, niezbędnych do samodzielnego poszukiwania filmów czy seriali.