



# PANOPTIKUM

FILM / NOWE MEDIA / SZTUKI WIZUALNE

[www.panoptikum.pl](http://www.panoptikum.pl)

Adres do korespondencji:

Redakcja „Panoptikum”  
ul. Wita Stwosza 58/109  
80-952 Gdańsk  
tel. (058) 523 24 50  
[info@panoptikum.pl](mailto:info@panoptikum.pl)

## REDAKCJA:

Grażyna Świętochowska – redaktor naczelna / [graz@panoptikum.pl](mailto:graz@panoptikum.pl)  
Monika Bokiniec – [mobok@panoptikum.pl](mailto:mobok@panoptikum.pl)  
Grzegorz Fortuna Jr. – [info@panoptikum.pl](mailto:info@panoptikum.pl)

Pomysł i koncepcja numeru: Pracownia badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG w składzie: Grzegorz Fortuna Jr., Joanna Kiedrowska, Paulina Pohl, Piotr Wajda, Krystyna Weiher-Sitkiewicz

## RADA NAUKOWA:

prof. Krzysztof Kornacki (Uniwersytet Gdański, Polska), prof. Ewa Mazierska (University of Lancashire, UK), prof. Mirosław Przyłipiak (Uniwersytet Gdański, Polska), prof. Jerzy Szyłak (Uniwersytet Gdański, Polska), prof. Piotr Zwierzchowski (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Polska)

## RECENZENCI:

- Lyubov Bugayeva (Saint Petersburg University, Rosja)
- Lucie Česalkova (Masarykova Univerzita, Czechy)
- Konrad Klejsa (Uniwersytet Łódzki, Polska)
- Krzysztof Kopczyński (Uniwersytet Warszawski, Polska)
- Rafał Koschany (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska)
- Beata Lisowska (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Polska)
- Anna Taszycka (Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Polska)
- Constantin Parvulescu (Universitatea de Vest din Timisoara, Rumunia)
- Balazs Varga (Eotvos Lorand University, Węgry)

*Redakcja językowa:* Kornelia Farynowska, Grzegorz Fortuna Jr., Martyna Skowron (*język angielski*)

*Projekt graficzny, layout i skład:* Jacek Michałowski / Grupa 3M / [info@grupa3m.pl](mailto:info@grupa3m.pl)

*Projekt okładki:* Marcin Wolski

Materiały zdjęciowe udostępnione za zgodą właścicieli praw autorskich.

*Wydawca:* Uniwersytet Gdański (<http://cwf.ug.edu.pl/ojs/>)

Akademickie Centrum Kultury Uniwersytetu Gdańskiego „Alternator”

© Copyright by Uniwersytet Gdański

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Kopiowanie w całości lub we fragmentach jakąkolwiek techniką bez pisemnej zgody wydawcy zabronione.

ISSN 1730-7775

**Ekonomia kina**

# Spis treści

<b>Wprowadzenie</b>	6
<b>Anna Wróblewska</b> <i>Production studies w Polsce – stan badań</i>	8
<b>Dział 1. Problemy metodologiczne</b>	
<b>Marcin Adamczak</b> <i>Institucja festiwalu filmowego w ekonomii kina</i>	20
<b>Krzysztof Stachowiak</b> <i>Klastry filmowe jako nowy sposób organizacji produkcji audiowizualnej</i>	38
<b>Iwona Morozow</b> <i>Etnografia w badaniach filmu i kultury produkcji</i>	58
<b>Arkadiusz Lewicki</b> <i>Podstawowe formy komunikacji marketingowej dzieła filmowego</i>	67
<b>Dział 2. Ujęcie historyczne</b>	
<b>Paweł Sitkiewicz</b> <i>Zło konieczne. Dubbing w przedwojennej Polsce</i>	78
<b>Emil Sowiński</b> <i>Produkcja filmu krótkometrażowego w epoce gierkowskiej na przykładzie działalności Wytwórni Filmów Oświatowych</i>	93
<b>Michał Piepiórka</b> <i>Box office, kinocentryzm i polskie kino lat dziewięćdziesiątych</i>	105
<b>Piotr Wajda</b> <i>Czynniki hamujące rozwój skandynawskiego horroru w XX wieku</i>	121



## Dział 3. Instytucje i rynki filmowe

**Artur Majer**

*Ewaluacja aplikacji programu operacyjnego*

*Produkcja filmowa w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej*

134

**Krzysztof Kornacki**

*Milanówek – ziemia obiecana historyków? O podwarszawskim archiwum kina polskiego*

151

**Grzegorz Fortuna Jr.**

*Pornduction studies. Produkcja i dystrybucja pornografii przed rewolucją cyfrową na przykładzie rynku brytyjskiego*

167

**Joanna Kiedrowska**

*Zarys historyczny polskich studiów filmów animowanych i ich sytuacja po 1989 roku*

178

## Dział 4. Case studies

**Tomasz Żaglewski**

*Era Marvela: wokół ekonomicznej specyfiki funkcjonowania filmowego uniwersum Marvel Studios*

192

**Ewa Ciszewska**

*Postfilmowa Łódź i spojrzenie turysty. Sposoby wykorzystywania filmowych walorów miasta w przedsięwzięciach biznesowych i niekomercyjnych*

205

**Paulina Pohl, Krystyna Weiher-Sitkiewicz**

*Jak robić w Polsce filmy, których nikt nie robi? Przypadek Córek Dancingu*

228

**Grażyna Świętochowska**

*Forget the film, watch the title credits!. Wprowadzenie do czołówki filmowej*

244

## Varia

**Helena Draganik**

*Wokół mitu wolności w Internecie*

272

**Anna Dębowska**

*Reżyseria Robert Redford*

289

**Jakub Kłęczek**

*Teatralność sztuki wideo – festiwal In Out 2016*

306

# Ekonomia kina: wprowadzenie

Przeważająca część krytyków i badaczy postrzega filmy przede wszystkim jako teksty kultury, które można poddać analizie, ocenić i ewentualnie wpisać do kanonu arcydzieł. I choć podejście takie jest wciąż dominującym w badaniach nad filmem, to z całą pewnością nie jest ono jednym sposobem badania kina.

Od początków swojego istnienia kino było bowiem silnie uzależnione od wszelkiego rodzaju uwarunkowań ekonomicznych, społecznych i politycznych – skupienie się na tych kwestiach i spojrzenie na film nie jako na autonomiczne dzieło lub tekst kultury, ale jako na produkt powstały w określonych realiach pozwala uzupełnić wnioski płynące z badania za pomocą metod tradycyjnego filmoznawstwa i dotrzeć do faktów, które w innym przypadku mogłyby zostać pominięte.

Niniejsza publikacja, stanowiąca podsumowanie konferencji **Ekonomia kina**, zorganizowanej przez Pracownię Badań Produkcyjnych i Nowej Historii Kina Uniwersytetu Gdańskiego, jest zbiorem efektów badań tych aspektów filmu, które nierozzerwalnie wiążą się z finansami. W perspektywie tak zarysowanego tematu autorzy, których teksty zostały zebrane w oddanym w Państwa ręce tomie, skupili się zarówno na kwestiach związanych z produkcją i dystrybucją, jak i na tych pozostających niejako obok kina, ale wpływających na jego funkcjonowanie – jak festiwale, marketing, dubbing czy cenzura. Nakreślone powyżej kwestie wydają się szczególnie istotne w kontekście rozwoju i przeobrażeń współczesnego rynku audiowizualnego, który staje właśnie przed problemem – i szansą jednocześnie – wynikającym z coraz większych możliwości, jakie niesie ze sobą Internet.

Niezwykle szczegółowe wprowadzenie do tematu ekonomii kina, zawierające także bibliografię i opis dotychczasowych publikacji związanych z tematem, przygotowała **Anna Wróblewska** w tekście *Production studies w Polsce – stan badań*. Pozostałe artykuły postanowiliśmy podzielić na kilka działów tematycznych związanych z przyjmowaną przez autorów perspektywą.

W dziale **Problemy metodologiczne** czytelnicy znajdą tekst **Marcina Adamczaka** poświęcony roli festiwalu w ekonomii kina, analizę klastrow filmowych autorstwa **Krzysztofa Stachowiaka**, artykuł **Iwony Morozow** opisujący możliwość wykorzystania metod stosowanych w etnografii przy badaniu filmu i kultury produkcji, a także tekst **Arkadiusza Lewickiego**, w którym autor przygląda się podstawowym formom komunikacji marketingowej dzieła filmowego.

Na sekcję **Ujęcie historyczne** składają się cztery artykuły opisujące istotne zjawiska filmowe i okołowilmowe badane z perspektywy Nowej Historii Kina. **Paweł Sitkiewicz** analizuje rolę i problematykę dubbingu w przedwojennej Polsce, **Emil**

**Sowiński** przybliży czytelnikom tok produkcji filmu krótkometrażowego w epoce gierkowskiej, **Michał Piepiórka** opisuje sytuację polskiego kina w latach dziesięćdziesiątych, a **Piotr Wajda** – czynniki wpływające na rozwój skandynawskiego horroru w XX wieku.

W dziale trzecim, *Instytucje i rynki filmowe*, **Artur Majer** rekonstruuje proces ewaluacji wniosków w programie operacyjnym Produkcja filmowa Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, **Krzysztof Kornacki** opisuje archiwum kina polskiego w Milanówku, **Grzegorz Fortuna** przygląda się metodom produkcji i dystrybucji pornografii na rynku brytyjskim, a **Joanna Kiedrowska** – sytuacji polskich studiów filmów animowanych pod 1989 roku.

Dział czwarty to szczegółowe analizy poszczególnych przypadków, a więc *Case studies*. Tekst **Tomasza Żaglewskiego** traktuje o ekonomicznej specyfice funkcjonowania filmowego uniwersum Marvel Studios, artykuł **Ewy Ciszewskiej** poświęcony został sposobom wykorzystania filmowych walorów Łodzi w przedsięwzięciach biznesowych i komercyjnych, praca **Pauliny Pohl i Krystyny Weiher-Sitkiewicz** to szczegółowa analiza produkcji i dystrybucji *Córek Dancingu*, jednego z najciekawszych polskich filmów ostatnich lat, a tekst **Grażyny Świętochowskiej** skupia się na czołówkach filmowych.

Na zakończenie przygotowaliśmy dział *Varia*, w którym czytelnicy znajdą tekst **Heleny Draganik** poświęcony mitowi wolności w Internecie, artykuł **Anny Dębowskiej** o Robercie Redfordzie i pracę **Jakuba Kłeczka** o festiwalu In Out 2016.

Mamy wielką nadzieję, że tom, który oddajemy w Państwa ręce, przyczyni się do spopularyzowania badań produkcyjnych i pomoże wskazać nowe drogi badawcze wykorzystujące metody Nowej Historii Kina.

Redakcja merytoryczna numeru  
Pracownia Badań Produkcyjnych i Nowej Historii Kina

*Grzegorz Fortuna Jr.*

*Joanna Kiedrowska*

*Paulina Pohl*

*Piotr Wajda*

*Krystyna Weiher-Sitkiewicz*

# Anna Wróblewska

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

## ***Production studies* w Polsce – stan badań**

We wstępie do trzynastego tomu „Images”, poświęconego tematyce *production culture*, Marcin Adamczak określa zainspirowane pracami Johna T. Caldwell’a i jego współpracowników badania „kultury produkcji” jako „przyglądanie się złożonym kontekstom produkcyjnym, ekonomicznym, rynkowym, zagadnieniom związanym z planem filmowym i procesem przygotowań do filmu, realiami twórczości zespołowej, zwyczajami i autorefleksyjnymi narracjami pracowników ekip, zwyczajowo znajdującymi się poza obszarem filmoznawstwa” (Adamczak, 2013, s. 5). Badania z zakresu kultury produkcji filmowej, jeszcze kilka lat temu wyraźnie w awangardzie, stają się w Polsce coraz popularniejsze. Najlepszym dowodem na to jest popularność konferencji, której efektem jest niniejsza publikacja: blisko czterdzieści referatów, dwa dni obrad, równoległe panele. Również podczas II Zjazdu Filmoznawców i Medioznawców w Krakowie w grudniu 2016 roku panel poświęcony ekonomii kina cieszył się wyjątkowym zainteresowaniem, zwłaszcza wśród młodych badaczy, doktorantów, osób dopiero poszukujących swojej drogi naukowej. Wydaje się więc, że jest to dobry moment zarówno na publikację będącą odzwierciedleniem trwających obecnie poszukiwań w obszarze *production studies*, jak i na określenie stanu badań tej dziedziny w Polsce. Stąd celem niniejszego tekstu jest właśnie przedstawienie panoramy rodzimych badań produkcyjnych.

Jak przypomina Adamczak w cytowanym artykule, dwa główne nurty badań z obszaru *production studies* to: wątek historyczny, polegający na uwzględnieniu dotąd często pomijanych aspektów produkcyjnych, opierający się na archiwach i pamięci, oraz wątek współczesny, rozszerzający spektrum wiedzy o filmie o aspekty społeczno-ekonomiczne.

W późniejszej książce *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu* (2014) Adamczak referuje rozwój nurtu *production studies* w światowym filmoznawstwie, dochodząc aż do współczesnych metod i teorii tego obszaru filmoznawstwa. Kieruje uwagę na fakt, że na skutek badań, polemik i potyczek, które miały miejsce u schyłku XX wieku na amerykańskich uniwersytetach, kolejne pokolenie badaczy, już na przełomie stuleci, zaczęło większą wagę przywiązywać do analizy ekonomicznej i instytucjonalnej przemysłu filmowego,

badając dystrybucję i cyrkulację filmów, strategie marketingowe, struktury wielkich koncernów, przepływy finansowe, wysokość i rentowność produkcji, warunki na rynku pracy itd. (Adamczak, 2014, s. 23).

Jak twierdzi autor, na tym obszarze badań pozostały białe plamy: na przykład brak analizy mikroświata produkcji filmowej prowadzonej z poziomu oddolnego (Adamczak, 2014, s. 23). Nawet stosowana coraz powszechniej obserwacja uczestnicząca przestała być uważana za najbardziej odpowiednie badanie planu filmowego, ze względu na przepaść, jaka dzieli badacza od przedmiotu jego badania. „Teraz pragnieniem staje się jeszcze większe wtopienie w badaną kulturę, na tyle głębokie, iż często polegające na odgrywaniu ról badanych, performansie naśladowującym podejmowane przez nich czynności” (Adamczak, 2014, s. 36). Wśród nowych technik znajdują się między innymi: autoetnografia, która wysuwa na pierwszy plan doświadczenie badacza, etnografia performatywna, kiedy badacz wciela się w jednego z „aktorów”, podmiotów świata badanego, czy paraetnografia, która zakłada uczestnictwo badanych w procesie poznania i korzystanie z ich wiedzy (Adamczak, 2014, s. 36).

Uzupełniając refleksję Adamczaka, można przyjąć, że badania etnograficzne, niezwykle trudne do przeprowadzenia ze względu na dystans dzielący filmowca od naukowca, mogą stać się domeną praktyków, ludzi z doświadczeniem w pracy filmowej, którzy zdecydowali się w pewnym momencie podążyć drogą naukowego rozwoju, co w Polsce nie jest znowu aż tak rzadkie. Jeśli jednak zadajemy pytanie, na jakim etapie są *production studies* w polskim filmoznawstwie, odpowiedź brzmiałaby: utrzymujemy się w pierwszym z opisywanych powyżej nurtów, powoli wchodząc do nurtu „etnograficznego”, który w Polsce jest w fazie początkowego rozwoju<sup>1</sup>.

## Perspektywa historyczna

Podczas coraz częściej organizowanych paneli i konferencji z nurtu *production studies* młodzi badacze najczęściej powołują się na duchowy patronat Edwarda Zajička, pioniera nurtu produkcyjnego polskiego filmoznawstwa. Pisarstwo tego autora trafnie scharakteryzował Marek Hendrykowski:

Jako uczoney, Edward Zajiček z godną podziwu konsekwencją zachowuje stosowny dystans badawczy wobec przedmiotu swoich dociekań. Nie ulega ani magii wielkich indywidualności kina, ani zwodniczemu czarowi nawet najpiękniejszych ekranowych snów na jawie. Konkretnie dzieła filmowe, którym się przygląda, interesują go wyłącznie ze względu na realia ich wytworzenia; jako fakty produkcyjne powołane do istnienia w ramach zmieniającego się nieustannie systemu produkcji. Autor monografii książkowych *Film polski. Ekonomia i organizacja produkcji* oraz *Poza ekranem. Kinematografia polska w latach 1918-1991* był pierwszym w Polsce bada-

<sup>1</sup> Myślę tu przede wszystkim o rozpoczętych w 2016 roku etnograficznych badaniach kultury produkcji prowadzonych przez Marcina Adamczaka i Iwonę Morozow, realizowanych w ramach grantu „Proces tworzenia dzieła filmowego oraz jego uwarunkowania organizacyjno-ekonomiczne w perspektywie badań kultury produkcji”, jednostka realizująca: Wydział Organizacji Sztuki Filmowej, PWSFTviT w Łodzi, finansowanie: Narodowy Program Rozwoju Humanistyki, moduł Rozwój 2.b (2016-2018).

czem, który zwrócił uwagę na kapitalne znaczenie struktur i rozwiązań instytucjonalnych (prawnych, ekonomicznych, finansowych, organizacyjnych itp.) w procesie historycznego rozwoju i codziennego funkcjonowania kinematografii (Hendrykowski, 2013, s. 107-108).

Książka Zajička *Poza ekranem. Kinematografia polska w latach 1896-2005* (Zajiček, 2008) doczekała się dwóch wydań. Pierwsze ukazało się w 1992 roku nakładem WAiF i obejmowało lata 1918-1991; w drugim, które przygotowały wspólnie Studio Montevideo i Stowarzyszenie Filmowców Polskich, profesor sięgnął do pradziejów kina, rozpoczynając jego opis na roku 1895 i kończąc w 2005, w symbolicznym momencie objęcia funkcji Dyrektora Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej przez Agnieszkę Odorowicz.

Perspektywę historyczną w pracach Zajička odnajdujemy także we wznowieniu *Zarysu historii gospodarczej kinematografii polskiej. Tom I. Kinematografia wolnorynkowa w latach 1896-1939* (Zajiček, 2015). Syntetyczna forma cechuje artykuły o historii polskiej produkcji i dystrybucji pióra zarówno Zajička, jak i Ewy Gębickiej w prawdziwym białym kruk: *Encyklopedii kultury polskiej XX wieku. Film. Kinematografia* (Zajiček, 1992; Gębicka, 1992). Badaczka ta jest także autorką wyczerpującego opracowania instytucjonalnych i rynkowych uwarunkowań polskiej kinematografii okresu transformacji zatytułowanego *Między państwowym mecenatelem a rynkiem. Polska kinematografia po 1989 roku w kontekście transformacji ustrojowej* (Gębicka, 2006).

Interesującym fenomenem polskich badań nad filmem jest fakt, iż – poza pionierskimi pracami Edwarda Zajička i Ewy Gębickiej – prekursorski charakter mają też książki Aliny Madej (*Kino-władza-publiczność. Kinematografia polska w latach 1944-1949*, 2002) i Małgorzaty Hendrykowskiej (*Śladami tamtych cieni. Film w kulturze polskiej przełomu stuleci 1895-1914*), poruszające między innymi wątki bliskie późniejszemu programowi badań produkcyjnych.

Jeśli chodzi o wcześniejsze książki Edwarda Zajička, można na nie obecnie patrzeć jak na opracowania z jednej strony przyjmujące perspektywę historyczną, z drugiej strony – nadal po części aktualne (mimo fundamentalnych zmian w organizacji branżowej), szczególnie w odniesieniu na przykład do zadań i ról uczestników planu filmowego i grupy zdjęciowej, jak chociażby w dwutomowym dziele *Praca i film. Problemy ekonomiki pracy w produkcji filmowej* (Zajiček, 1997). Warto podkreślić, że pisarstwo Zajička stało się przedmiotem analizy w cytowanym powyżej eseju Hendrykowskiego (Hendrykowski, 2013).

Ujęcie historyczne z zakresu *production studies* odnaleźć można w artykułach ze wspomnianego tomu „Images”: na przykład w tekście Grzegorza Fortuny o rynku VHS (Fortuna, 2013) i Małgorzaty Smoleń (Smoleń, 2013) o producentach dokumentów, a także w pracy Marcina Adamczaka o społecznym aspekcie realizacji wczesnych filmów Andrzeja Wajdy (Adamczak, 2013).

Nurt historyczny w rodzimych *production studies* częściowo reprezentują również książki, które stworzono na podstawie analizy dokumentów archiwalnych w dyskursie filmoznawczym. Należy podkreślić, że monografie te łączą tradycyjny dyskurs filmoznawczy z szerszą perspektywą produkcyjną: myślę tu o *Historii*

niebyłej kina PRL Tadeusza Lubelskiego (Lubelski, 2012) i książce Piotra Zwierzchowskiego *Kino nowej pamięci. Obraz II wojny światowej w kinie polskim lat 60.* (Zwierzchowski, 2013). Szczególną pozycję w tym nurcie zajmuje „*Popiół i diament*” Andrzeja Wajdy Krzysztofa Kornackiego, który precyzyjnie i w najdrobniejszych detalach rekonstruuje proces powstawania filmu (Kornacki, 2011).

Paweł Sitkiewicz w pracy *Polska szkoła animacji* (Sitkiewicz, 2011) przyjmuje podwójną optykę badawczą: obok charakterystyki najważniejszych nurtów polskiej animacji, wykazania wpływów i inspiracji, analizy wybranych dzieł, dużo miejsca poświęca warunkom produkcyjnym, ekonomicznym i politycznym, w jakich rozwijał się i ewoluował polski film animowany. O wadze tej publikacji świadczy również fakt, że jako jedna z nielicznych podejmuje tematykę filmu animowanego. W tym miejscu można jeszcze przywołać popularnonaukową, ale opisującą zbliżone zagadnienia książkę Jerzego Armaty i Anny Wróblewskiej *Polski film dla dzieci i młodzieży* (Armata, Wróblewska, 2014), która również obejmuje obszar do tej pory mało zreferowany i przybliża historię polskiego filmu dla młodej widowni w kontekście sytuacji produkcyjnej, finansowej, a także politycznej.

W latach 2012-2013 pojawiły się dwie publikacje napisane z perspektywy historycznej, a jednocześnie poświęcone tematyce polskich zespołów filmowych. Nakładem Wydawnictwa PWSFTviT ukazała się książka *Idea zespołu filmowego. Historia i nowe wyzwania* (Szczepański, Pachnicka, red., 2013), stanowiąca podsumowanie konferencji zorganizowanej przez Wydział Organizacji Sztuki Filmowej Szkoły Filmowej w Łodzi z 2013 roku. Perspektywę historyczną przyjmują w niej artykuły Marka Hendrykowskiego, Rafała Syski, Jakuba Zajdla, Piotra Zwierzchowskiego, Marka Bączyka, Anny Pachnickiej, Tadeusza Lubelskiego, Ewy Gębickiej, Magdaleny Sobocińskiej. Niektórzy z autorów (Pachnicka, Kopczyński) rozszerzają zakres rozważań o refleksję na temat współczesnej kinematografii i wpływu, jaki na jej kształt wywarło dziedzictwo zespołów filmowych.

Podobny zabieg zastosowali redaktorzy i autorzy książki *Restart zespołów filmowych/Film Units* (2012), czyli Marcin Adamczak, Piotr Marecki i Marcin Małyński. Publikacja stanowi świeże spojrzenie na ideę zespołu filmowego. Studium z zakresu historii zespołów towarzyszą artykuły, rozdziały i wywiady poświęcone idei pracy zespołowej w kinematografii, dziedzictwu zespołów w dzisiejszej kulturze filmowej Polski i Europy, a także refleksji krytycznej wobec zarówno tej formy organizacyjnej, jak i tradycji pisania o polskich zespołach.

## Ujęcia teoretyczne

*Production studies* – jako nowy na polskim gruncie nurt filmoznawstwa – szczególnie spragnione jest ujęć teoretycznych. W ostatnich latach pojawiło się kilka publikacji, które zawierały rozważania metodologiczne i próby stworzenia własnych modeli badawczych i opisowych, a także miały ambicję ujmowania tematu w sposób holistyczny. W nurcie tym sytuuje się książka Marcina Adamczaka *Globalne Hollywood. Filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku* (Adamczak, 2010), charakteryzująca się spojrzeniem na rynek filmowy w skali globalnej i lokalnej, rzuconym na tło obrazu filmowej Europy końca XX wieku. Autor definiuje i charakteryzuje



globalne i transnarodowe procesy zachodzące w kinematografii, a także wpisując część z nich w opracowane przez siebie modele.

Kolejna książka Adamczaka, *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu* (Adamczak, 2014), poświęcona jest już stricte badaniom produkcji filmowej, instytucji kinematografii i ich finansowaniu. Warto podkreślić, że *Obok ekranu...* zawiera wytyczne do stosowania metody antropologicznej w badaniach z zakresu kultury produkcji.

*Rynek filmowy w Polsce* Anny Wróblewskiej (Wróblewska, 2014) stanowi analizę o mniej ogólnym, a bardziej sektorowym charakterze – jest przykładem spojrzenia na kinematografię jako na system stworzony przez połączonych ze sobą graczy, a także próbą zastosowania w *production studies* metod analizy strategicznej zaadaptowanych wprost z zarządzania. Omówienie wyzwań metodologicznych towarzyszących badaniom znajdziemy natomiast w artykule autorki zatytułowanym *Polska produkcja filmowa po roku 2005 w perspektywie badań ilościowych*, zamieszczonym we wspomnianym tomie „Images” (Wróblewska, 2013).

Warto wspomnieć też tutaj o pracy *Kino po kinie* pod redakcją Andrzeja Gwoźdźdza (Gwoźdź, red., 2010). Choć nie można tej wielowątkowej książki traktować wprost jako studia z zakresu kultury produkcji, artykuły Andrzeja Gwoźdźdza, Konrada Klejsy i Mirosława Filiciaka przełamują język tradycyjnego filmoznawstwa, opisują procesy rynkowe z perspektywy zarówno filmoznawczej i medioznawczej, jak i społeczno-ekonomicznej.

## Dystrybucja, rozpowszechnianie, promocja

Wydaje się, że obszarem najmniej zagospodarowanym, a jednocześnie najbardziej atrakcyjnym z punktu widzenia czytelnika, są zagadnienia dystrybucji, promocji i organizacji kultury filmowej. To jednocześnie realna propozycja badawcza dla młodych naukowców szukających swojego miejsca we współczesnym filmoznawstwie. Publikacji zwartych czy pokonferencyjnych jest raptem kilka, brakuje monografii poświęconej rynkowi dystrybucji czy specyfice polskich kampanii promocyjnych.

Tym bardziej warto podkreślić znaczenie tomu *Wokół zagadnień dystrybucji filmowej* (Adamczak, Klejsa, red., 2015), który zawiera 12 referatów poświęconych ściśle temu zagadnieniu (między innymi Arkadiusza Lewickiego i Krzysztofa Kopczyńskiego) oraz takim szczegółowym tematami jak: VOD, Internet, piractwo (między innymi artykuły Krzysztofa Jajki, Mirosława Filiciaka, Krzysztofa Franka). Tom jest pokłosiem konferencji *Dystrybucja filmowa. Fakty i mity* zorganizowanej przez Wydział Organizacji Sztuki Filmowej PWSFTviT w 2014 roku. Publikację wzbogacono o stanowiska i zapis doświadczeń praktyków, takich jak Dariusz Jabłoński, Sławomir Salamon, Monika Żelazowska. O formach marketingu filmowego pisze we wspomnianej publikacji Magdalena Sobocińska, naukowo badająca zagadnienia promocji w kulturze. Ten obszar zagadnień eksploruje również Ewa Gębicka, analizując rolę nowych mediów w kampaniach promocyjnych filmów.



Co istotne, redaktorzy tomu wzbogacają go o perspektywę teoretyczno-metodologiczną, podsumowując w ten sposób bogaty dorobek konferencyjny.

Magdalena Saryusz-Wolska i Konrad Klejsa (2014) doprowadzili do wydania antologii przekładów tekstów poświęconych szeroko rozumianemu rozpowszechnianiu filmów. *Badanie widowni filmowej. Antologia przekładów* to zbiór tekstów pochodzących z kilkunastu krajów, z których najstarszy powstał blisko wiek temu!

Konrad Klejsa i Ewa Ciszewska w 2015 roku opublikowali tom *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. Zestaw artykułów powstał w wyniku projektu badawczego przyjmującego za punkt wyjścia rzadko stosowaną perspektywę regionalną. Zakres zagadnień poruszanych przez autorów obejmuje takie kwestie jak: historia łódzkiej kultury filmowej, producenci, kina, instytucje, turystyka filmowa, perspektywy na przeszłość, edukacja filmowa, szkolnictwo.

## Nowe wyzwania

Prowadzone obecnie badania mogą w ciągu kilku lat doprowadzić do zwiększenia wolumenu prac z nurtu *production studies*. Na Wydziale Organizacji Sztuki Filmowej PWSFTviT w Łodzi trwa realizacja projektu badawczego pod tytułem „Proces tworzenia dzieła filmowego oraz jego uwarunkowania organizacyjno-ekonomiczne w perspektywie badań kultury produkcji” (Narodowy Program Rozwoju Humanistyki, moduł Rozwój 2.b 2016-2018, kierownik – Marcin Adamczak). Ruszają też prace nad projektem badawczym pod opieką Konrada Klejsy – „Rozpowszechnianie filmów w Polsce w latach 1945-1989: ogólnokrajowe ramy instytucjonalne i lokalne studium przypadku” (Narodowe Centrum Nauki, konkurs SONATA BIS, 2017-2022).

Nie mniej istotne dla tworzenia naukowego dyskursu z zakresu *production studies* są pozamaterialne skutki konferencji *Ekonomia kina*, która odbyła się w maju 2016 roku na Uniwersytecie Gdańskim. Obecność kilkudziesięciu prelegentów, w tym w większości ludzi młodych, magistrów i doktorantów, zaowocowała zawiązaniem się nieformalnego środowiska badaczy kultury produkcji, którzy wspólnie chcą przecierać ścieżki metodologiczne w interesującej ich dziedzinie. Inicjatywa zorganizowania konferencji wyszła ze strony grupy młodych badaczy skupionych w Pracowni Badań Produkcyjnych i Nowej Historii Kina Uniwersytetu Gdańskiego (Grzegorz Fortuna, Joanna Kiedrowska, Paulina Pohl, Piotr Wajda, Krystyna Weiher-Sitkiewicz; opiekunami Pracowni są Marcin Adamczak, Krzysztof Kornacki, Paweł Sitkiewicz). Wydaje się ponadto, że naukowa refleksja nad produkcyjnym aspektem kinematografii powinna zostać rozszerzona o produkcję telewizyjną. Tymczasem studia medioznawcze wciąż rzadko obejmują aspekty produkcyjne, choć i tutaj zdarzają się ciekawe ujęcia, jak na przykład badania Artura Majera (2016).

Badania produkcyjne przyciągają też naukowców spoza dyscyplin filmoznawstwa czy kulturoznawstwa. Przykładem jest geograf ekonomiczny Krzysztof Stachowiak wzbogacający ujęcia produkcyjne o analizy koncentracji przestrzennej przemysłów kreatywnych i funkcjonowania klastrów filmowych w Polsce (Stachowiak, 2017).

## Publikacje branżowe i popularnonaukowe

Badacz szeroko pojmowanej kultury produkcji, choć dysponuje niewielką liczbą monografii i publikacji pokonferencyjnych, może skorzystać także z szybko poszerzającego się katalogu literatury branżowej, popularnonaukowej, podręcznikowej, a także z przybywających co roku raportów branżowych i eksperckich (na przykład realizowanych na zlecenie PISF-u). Od kilku lat Wydawnictwo Wojciech Marzec konsekwentnie wydaje kolejne podręczniki branżowe. Wśród nich szczególnie wyróżniają się takie publikacje jak *Scenografia* Allana Starskiego (Starski, 2013), a przede wszystkim *Organizacja produkcji filmu fabularnego w Polsce* Michała Zabłockiego (Zabłocki, 2013, 2015). „Moim zdaniem trudno przecenić jej praktyczne i faktograficzne znaczenie. To prawdziwe vademecum, fachowy niezbędnik, kompetentny przewodnik po labiryncie polskiego rynku kinematograficznego A.D. 2013” – podsumował tę książkę Edward Zajiček na łamach „Magazynu Filmowego SFP” (Wróblewska, 2014b). Wedle zapowiedzi wydawnictwa wiosną 2017 ukazać się mają pozycje autorstwa cenionych fachowców z branży filmowej, między innymi Andrzeja Wojnacha (*Film animowany. Sztuka czy biznes*) i Małgorzaty Przedpeńskiej-Bieniek (*Sztuka dźwięku. Technika i realizacja*).

Paradoksalnie, mimo iż nurt *production studies* w Polsce znajduje się na etapie rozwojowym, w wyniku indywidualnych, osobistych inicjatyw powstała cała biblioteka monografii producenckich, które mają ogromną wartość w dokumentacji przemian rynku filmowego. Należy podkreślić, że nie są to książki o charakterze naukowym, ale popularnonaukowym, często albumy i wydawnictwa ukazujące się z okazji jubileusów. Jednakże ich wartość faktograficzna jest na tyle duża, że umieściłam je w bibliografii niniejszego artykułu. Warto z nich korzystać – ich autorami, bohaterami lub redaktorami są zazwyczaj osoby bezpośrednio związane z owymi instytucjami, świadkowie wydarzeń i faktów. Swoich monografii doczekały się Studia Filmowe: Kadr, Oko, Tor, Zebra, Wytwórnia Filmów Dokumentalnych i Fabularnych w Warszawie, Wytwórnia Filmów Oświatowych w Łodzi, Wytwórnia Filmów Fabularnych w Łodzi i TV Studio Filmów Animowanych. Źródłem wiedzy o kształtowaniu się polskiego środowiska filmowego jest także publikacja jubileuszowa Stowarzyszenia Filmowców Polskich, *Filmowcy. Polskie kino według jego twórców* (Janicka, red., 2006).

Źródłem licznych raportów i eksperckich artykułów poświęconych branży filmowej i kinematografii są pisma „Magazyn Filmowy. Pismo Stowarzyszenia Filmowców Polskich” (dostępne w wersji PDF na stronie [www.sfp.org.pl](http://www.sfp.org.pl)) oraz poświęcone przede wszystkim realizacji filmowej pismo „FilmPro”. Zagadnienia produkcyjne coraz częściej trafiają także do naukowych pism filmoznawczych, jak „EKRAŃY” czy „Przezrocze”. Cennym źródłem wiedzy są serwisy Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl) (dział: Rynek Filmowy), i Stowarzyszenia Filmowców Polskich, [www.sfp.org.pl](http://www.sfp.org.pl) (dział: Baza Wiedzy). Na stronach Instytutu w dziale Rynek Filmowy można również znaleźć zamówione lub współfinansowane przez PISF raporty, z których szczególnie należy wyróżnić przygotowane przez Fundację Obserwatorium *W małym kinie* (2012) i *W małym kinie. Raport z dużych miast* (2013). Najnowszą publikacją w tym dziale jest przygotowane na zamówie-

nie PISF, zrealizowane we współpracy z ekspertami branżowymi badanie *Bilans kompetencji wybranych sektorów branży audiowizualnej* (2016), jedna z pierwszych publikacji dotyczących rynku pracy w kinematografii. Nieco archiwalnym już źródłem wiedzy na temat kinematografii są dwa raporty z 2009 roku (Miczka, red., 2009; Kowalski, red., 2009) – oba mają tę zaletę, że obejmują branżę filmową w sposób całościowy i mają walor opracowań zarówno eksperckich, jak i po części naukowych. Dane z obszaru box office’u są dostępne w corocznych wydawnictwach Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, na przykład *Nowe polskie filmy* (również w wersji elektronicznej na stronie pisf.pl). Serwis Stowarzyszenia Filmowców Polskich (www.sfp.org.pl) zamieszcza cotygodniowe analizy box office’u, a w dziale Baza Wiedzy owego serwisu znajdują się także omówienia roczne. Wielką zaletą tych artykułów, analiz i raportów jest ich łatwa dostępność – można je pobierać ze wspomnianych stron internetowych bez ponoszenia kosztów.

## Podsumowanie

Perspektywy badań produkcyjnych we współczesnym polskim filmoznawstwie rysują się obiecująco. Tworzące się obecnie młode środowisko badaczy kultury produkcji ma szansę stać się istotną, zauważalną formacją w polskim piśmiennictwie filmowym. Czynnikiem sprzyjającym rozwojowi nurtu jest wielość programów, z których można czerpać środki na badania. Ich charakter wykracza bowiem poza tradycyjne naukowe ramy. Film jest przemysłem kreatywnym, a środki na badania i analizy *creative industries* można znaleźć między innymi w Programach Operacyjnych MKiDN i Narodowego Centrum Kultury. Ważną rolę odgrywa tutaj Polski Instytut Sztuki Filmowej, dofinansowujący (priorytet Badania i Rozwój) lub wręcz zamawiający badania czy opracowania dotyczące rynku filmowego, a następnie szeroko je udostępniający. Badaczom pomaga również fakt, że obecnie informacja branżowa jest dość uporządkowana, co widać w trzech najważniejszych serwisach: www.pisf.pl, sfp.org.pl, audiowizualni.pl. Jak mówi w cytowanym już wywiadzie Edward Zajiček:

W sumie potwierdza się teza, że zastosowanie izomorfizmu nauk ścisłych, w tak hermetycznych i egzotycznych dziedzinach jak twórczość i wytwórczość filmowa, pozwala na głębsze poznanie kształtujących je determinant. Można się więc spodziewać, że nurt produkcyjny wzmoże zainteresowanie publikacjami o filmie i telewizji, ale także o pozostałych mediach (Wróblewska, 2014b).

Wydaje się, że w tej sytuacji warunkami powodzenia w *production studies* są: współpraca z ekspertami branżowymi i tworzenie zespołów złożonych z badaczy posiadających różnorodne kompetencje wynikające zarówno z doświadczeń akademickich, jak i praktycznych, poszukiwanie i opracowywanie modeli teoretycznych oraz wytrwałość w zdobywaniu środków finansowych poza tradycyjnymi grantami naukowymi.

## Bibliografia

### Publikacje zwarte

- Adamczak, M. (2010). *Globalne Hollywood. Filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*. Gdańsk: Słowo/ obraz terytoria.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Adamczak, M., Marecki, P., Malatyński, M. (red.) (2012). *Restart zespołów filmowych / Film Units: Restart*. Kraków – Łódź: Wydawnictwo PWSFTviT.
- Armata, J., Wróblewska, A. (2014). *Polski film dla dzieci i młodzieży*. Warszawa: Fundacja Kino.
- Ciszewska, E., Klejsa, K. (red.) (2015). *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo PWSFTviT.
- Drecka-Wojtyczka, E., Oziemska, T. (2000). *Oświatówka. 55 lat przygód z filmem krótkim*. Łódź: Wytwórnia Filmów Oświatowych i Programów Edukacyjnych.
- Gębicka, E. (2006). *Między państwowym mecenatem a rynkiem. Polska kinematografia po 1989 roku w kontekście transformacji ustrojowej*. Katowice: Uniwersytet Śląski.
- Hendrykowska, M. (1993). *Śladami tamtych cieni. Film w kulturze polskiej przełomu stuleci 1895-1914*. Poznań: Book Service.
- Hollender, B., Turowska, Z. (2000). *Zespół Tor*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Janicka, B. (red.) (2006). *Polskie kino według jego twórców*. Warszawa: Fundacja Kino.
- Klejsa, K., Adamczak, M. (2015). *Wokół zagadnień dystrybucji filmowej*. Łódź: Wydawnictwo PWSFTviT.
- Kołodzyński, A. (1999). *Chełmska 21. 50 lat Wytwórnii Filmów Dokumentalnych i Fabularnych w Warszawie*. Warszawa: WFDiF.
- Kornacki, K. (2011). *„Popiół i diament” Andrzeja Wajdy*. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.
- Kuśmierczyk, S., Zawisliński, S. (red.) (2002). *Księga „Kadru”. O zespole filmowym Jerzego Kawalerowicza*. Warszawa: Wydawnictwo Skorpion.
- Lubelski, T. (2012). *Historia niebyła kina PRL*. Kraków: Znak.
- Madej, A. (2002). *Kino-władza-publiczność. Kinematografia polska w latach 1944-1949*. Bielsko-Biała: Wydawnictwo „Prasa Beskidzka”.
- Sitkiewicz, P. (2011). *Polska szkoła animacji*. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.
- Saryusz-Wolska, M., Klejsa, K., (red.) (2014). *Badanie widowni filmowej. Antologia przekładów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Sobolewska, E. (red.) (2010). *Filmy warte Poznania. 30 lat Tv Studio Filmów Animowanych*. Poznań: Tv Studio Filmów Animowanych.
- Starski, A. (2013). *Scenografia*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Szczański, T., Pachnicka, A. (red.) (2013). *Idea zespołu filmowego. Historia i nowe wyzwania*. Łódź: Wydawnictwo PWSFTviT.
- Wijata, T., Zawisliński, S. (2013). *Fabryka snów*. Łódź: Toya sp. z o.o.
- Wróblewska, A. (2009). *Oko szeroko otwarte. 25 lat Studia Filmowego Oko*. Warszawa: Fundacja Kino.
- Wróblewska, A. (2014). *Rynek filmowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Zabłocki, M. (2013). *Organizacja produkcji filmu fabularnego w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.

Zajciček, E. (1997). *Praca i film. Problemy ekonomiki pracy w produkcji filmowej*, t. I-II. Łódź: PWSFTviT.

Zajciček, E. (2008). *Poza ekranem. Kinematografia polska w latach 1896-2005*. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich, Studio Filmowe Montevideo.

Zajciček, E. (2015). *Zarys historii gospodarczej kinematografii polskiej. Tom I. Kinematografia wolnorynkowa w latach 1896-1939*. Łódź: Wydawnictwo PWSFTviT.

Zarębski, K. (2008). *Kręci nas Zebra*. Warszawa: Fundacja Kino.

Zwierzchowski, P. (2013). *Kino nowej pamięci. Obraz II wojny światowej w kinie polskim lat 60*. Bydgoszcz: Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.

### Artykuły w monografiach

Gębicka, E. (1994). *Ścieżka kin i rozpowszechnianie filmów*, [w:] E. Zajciček (red), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Film. Kinematografia*. Warszawa: Instytut Kultury, Komitet Kinematografii.

Gwóźdź, A. (2010). *Kino po kinie – film po kinie*, [w:] A. Gwóźdź (red), *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Filiciak, M. (2010). *Film jako zdarzenie wizualne. Relacje kina i innych mediów w epoce cyfrowej – przypadek gier wideo*, [w:] A. Gwóźdź (red), *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Klejsa, K. (2010). *A film like thing, czyli o tym, jak zjawiska filmopodobne utrudniają odpowiedź na pytanie: „Co to jest film”*, [w:] A. Gwóźdź (red), *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Majer, A. (2016). *Produkcja serialu (dla) Telewizji Polskiej S.A. na przykładzie pierwszej serii „O mnie się nie martw”*, [w:] A. Krawczuk Łaskarzewska, A. Naruszewicz-Duchlińska (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Widzowie-fani-twórcy*. Olsztyn: Instytut Polonistyki i Logopedii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Zajciček, E. (1994). *Kinematografia*, [w:] E. Zajciček (red), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Film. Kinematografia*. Warszawa: Instytut Kultury, Komitet Kinematografii.

### Artykuły w czasopismach

Adamczak, M. (2013). *Wstęp*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Adamczak, M. (2013). *Między poetyką kulturową a kulturą produkcji. Społeczny kontekst realizacji pierwszych filmów Andrzeja Wajdy*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Fortuna Jr., G. (2013). *Rynek wideo w Polsce*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Hendrykowski, M. (2013). *Produkcja filmowa jako kultura. O pisarstwie filmowym Edwarda Zajączka*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Ostrowska, D. (2013). *Magic, Emotions and Film Producers: Unlocking the Black-box of Film Production*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Smoleń, M. (2013). *Studia Filmowe ‘Kronika’ i ‘Wir’, czyli kilka uwag na temat produkcji filmów dokumentalnych po roku 1989*. „Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Wróblewska, A. (2013). *Polska produkcja filmowa po roku 2005 w perspektywie badań ilościowych*.

„Images. The International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XIII, no. 22.

Wróblewska, A. (2014b). *Poza ekranem, czyli księgozbiór branży filmowej*. „Magazyn Filmowy SFP”, nr 31.

### Prace zgłoszone do druku

Chapain, C., Stachowiak, K. (w druku). *Innovation Dynamics in the Film Industry: The Case of the Soho Cluster in London*. [w:] C. Chapain, T. Stryjakiewicz (red.), *Creative Industries in Europe: Drivers of New Sectoral and Spatial Dynamics*. Heidelberg: Springer.

### Artykuły na stronach internetowych

Kowalski, T. (red.) (2009). *Raport o stanie kultury. Kinematografia. W kierunku rynku i Europy*. [http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is\\_www/Raport\\_o\\_stanie\\_kultury\\_kinematografia\\_W\\_kierunku\\_ryнку\\_i\\_Europy.pdf](http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is_www/Raport_o_stanie_kultury_kinematografia_W_kierunku_ryнку_i_Europy.pdf) (dostęp: 20.12.2016).

Miczka, T. (2009). *Raport o stanie polskiej kinematografii*. [http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportKinema/kinematografia\\_raport\\_w.pelna.pdf](http://www.kongreskultury.pl/library/File/RaportKinema/kinematografia_raport_w.pelna.pdf) (dostęp: 20.12.2016).

### Strony internetowe

Serwis informacyjny polskich producentów filmów fabularnych, dokumentalnych, animowanych i programów telewizyjnych Audiowizualni.pl. <http://audiowizualni.pl/> (dostęp: 20.12.2016).

Serwis Internetowy Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl), dział: Rynek Filmowy, <http://www.pisf.pl/rynek-filmowy> oraz Instytut/Wydawnictwa <http://www.pisf.pl/instytut/wydawnictwa> (dostęp: 20.12.2016).

Serwis Internetowy [sfp.org.pl](http://www.sfp.org.pl), dział: Baza Wiedzy [http://www.sfp.org.pl/baza\\_wiedzy](http://www.sfp.org.pl/baza_wiedzy) (dostęp: 20.12.2016) oraz „Magazyn Filmowy. Pismo Stowarzyszenia Filmowców Polskich”, wersja elektroniczna [http://www.sfp.pl/magazyn\\_filmowy\\_sfp](http://www.sfp.pl/magazyn_filmowy_sfp) (dostęp: 20.12.2016)

## Production Studies in Poland – the Current State of Research

Film culture research involves observing and analysing complex production, economic and market contexts as well as film set issues and the film preparation process, team work realities, customs, and self-reflective narratives of crew members, which usually fall beyond the scope of the film studies. The film production culture research, though innovative a few years ago, is now becoming more and more popular in Poland. Therefore, it appears to be the right moment to define both the state of research and the latest achievements in the production studies in Poland. The aim of this paper is to present an outline of the Polish film culture research on film production in Poland, make an attempt to systematise it as well as specify the areas that have not been examined thoroughly.

**Dział 1.**

**Problemy  
metodologiczne**



# Marcin Adamczak

Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Instytucja festiwalu filmowego w ekonomii kina

Festiwale jawią się jako frapujący przedmiot refleksji filmoznawczej i kulturoznawczej, stanowią bowiem złożony fenomen społeczny, w którym splatają się aspekty estetyczne, ekonomiczne (także związane z „ekonomią prestiżu”) oraz (geo)polityczne.

### Historia międzynarodowych festiwali

Dla każdego obserwatora oczywista jest różnorodność festiwali, ich profili, możliwości budżetowych, wielkości, czasu trwania, geograficznego zasięgu etc. Znacznie trudniej zauważyć zmienność konkretnych imprez w czasie, tymczasem z całą pewnością nie są one fenomenami ahistorycznymi.

Za pierwszy festiwal uchodzi wydarzenie zainaugurowane na terenie Hotelu Excelsior w Wenecji 6 sierpnia 1932 roku pokazem amerykańskiego filmu *Doktor Jekyll i pan Hyde* (1931, reż. Rouben Mamoulian) i zorganizowane, trudno rzecz ukrywać, przy pełnym wsparciu Benita Mussoliniego oraz jego zaangażowanego w produkcję filmową syna Vittoria. Festiwale filmowe organizowano jednak w Europie już wcześniej, jeszcze w XIX stuleciu. Pierwszy z nich rozpoczęto w Nowy Rok w 1898 roku w Monako, a następne festiwale odbyły się w Turynie, Mediolanie, Palermo, Hamburgu i Pradze. Festiwal w Wenecji o tyle zasługuje jednak na palmę historycznego pierwszeństwa, że była to najwcześniejsza impreza odbywająca się w sposób cykliczny (do roku 1935, co dwa lata, jako część weneckiego biennale).

Już od początku funkcjonowania owego formatu „święta sztuki filmowej” determinujący wpływ na jego kształt oraz wyłanianie się kolejnych imprez miały nie tyle zagadnienia estetyki czy dyskusje o sztuce ruchomych obrazów, co międzynarodowe uwarunkowania polityczne. Na historyczną genezę instytucji festiwalu filmowego znacząco wpłynęło polityczne wrzenie w Europie lat trzydziestych, a następnie nie mniej zażarte, choć na Starym Kontynencie prowadzone innymi niż militarne środkami, zmagania okresu zimnej wojny, zwłaszcza pierwszej jej fazy.



Festiwal w Wenecji w latach trzydziestych uchodził za platformę promowania przede wszystkim kina włoskiego i niemieckiego, a za ich pośrednictwem – ideologii faszystowskiej. W 1937 furię Francuzów wywołało całkowite pominięcie przez jury dalekich od tej ideologii *Towarzyszy broni* (1937, reż. Jean Renoir). W 1938 roku nieco tylko mniejszą złość Amerykanów wywołało przyznanie pomniejszej jedynie nagrody ich faworytowi, *Królewnie Śnieżce i siedmiu krasnoludkom* (1937). W trakcie obu festiwali promowano przede wszystkim filmy włoskie i niemieckie, w pierwszym przypadku powiązane produkcyjnie z rodziną Mussoliniego, w drugim z hitlerowską propagandą (w 1938 roku zwyciężyła *Olimpiada* Leni Riefenstahl). W tej sytuacji Amerykanie, Francuzi i Brytyjczycy wycofali się z obrad jury, a następnie zdecydowali o powołaniu własnego festiwalu w nadmorskim francuskim kurorcie o nazwie Cannes. Polityka znowu zainterweniowała jednak w bieg historii festiwali. W trakcie pierwszego festiwalu w Cannes odbyła się tylko gala otwarcia i projekcja jednego filmu – *Dzwonnika z Notre Dame* (1939, reż. William Dieterle), gdyż canneńską imprezę zaplanowano wówczas na dni 1-20 września 1939 roku.

Po wojnie zarówno festiwal wenecki, jak i canneński na stałe wróciły do kalendarza, pojawiło się też więcej imprez filmowych. Ich konfiguracja, ponownie wyznaczana geopolityką, przebiegała już jednak według innej osi międzynarodowego konfliktu. Oś faszyci–antyfaszyci (i ich festiwale) w pierwszych latach zimnej wojny zastąpiła oś świat atlantycki–blok komunistyczny. Centralną rolę odgrywał zorganizowany po raz pierwszy w 1951 roku festiwal w Berlinie, stworzony przede wszystkim dzięki staraniom Stanów Zjednoczonych i mający od swego zarania bardzo jasną agendę polityczną: przywracanie Niemiec Zachodnich do europejskiej wspólnoty politycznej i kulturalnej, zaznaczenie obecności Ameryki na kontynencie, zbudowanie dla jej kina festiwalowej platformy, umacnianie relacji mocarstwa zza oceanu z nowym zachodnioniemieckim sojusznikiem oraz ustanowienie blisko żelaznej kurtyny czołowej imprezy wolnego świata prezentującej jego dorobek filmowy i zachodnie wartości. W czasie pierwszych imprez, w wyniku głosowania członków komitetu organizacyjnego, zdecydowano o niedopuszczeniu na festiwal filmów radzieckich oraz powstałych w zdominowanej przez Sowieców Europie Środkowo-Wschodniej. Blok komunistyczny nie pozostawał dłużny, ustanawiając festiwale w Moskwie (w tym przypadku również po przerwie, pierwszy raz odbył się bowiem 1935 roku) i Karłowych Warach. Nagradzano na nich rzecz jasna przede wszystkim filmy radzieckie i czechosłowackie, a także produkcje innych krajów bloku socjalistycznego. Jak zauważa Marijke de Valck: „[...] ponieważ równość obfitość nagród specjalnych, zapewniająca, iż niemal żaden filmowiec z kraju socjalistycznego lub kraju rozwijającego się nie wyjeżdżał stamtąd z pustymi rękoma” (de Valck, 2007, s. 57). Specjalne laury nosiły rozmaite intrygujące nazwy: „nagroda pokoju i pracy”, „nagroda za walkę o wolność i postęp społeczny”, „nagroda przyjaźni pomiędzy narodami”, „nagroda za walkę o lepszy świat” (de Valck, 2007, s. 57).

Wraz z postalinowskim międzyblokowym odprężeniem zarzucono wzajemne niedopuszczanie na festiwalach filmów powstałych po przeciwnej stronie żelaznej kurtyny (choć akurat w przypadku Berlinale zmiana nastąpiła dopiero w 1975 roku). Otworzyła się wówczas nowa, bardziej skomplikowana przestrzeń festiwalowej gry: reżimy socjalistyczne, wysyłając za granicę filmy umiarkowanie krytyczne, mogły dowodzić swego liberalizmu oraz normalizacji; twórcy tego rodzaju filmów, zyskując na festiwalach kapitał symboliczny, wzmacniali swoją pozycję względem władzy i cenzury; instytucje zachodnie, nagradzając takie filmy, mogły wspierać postawy dysydenckie; komunizująca lewica Zachodu ze szczególnym zainteresowaniem oglądała i częstokroć doceniała produkcje socjalistyczne. Pojawiały się też typowe dla epoki festiwalowe skandale związane z wyświetlaniem filmu uznawanego przez dany kraj lub mocarstwo za absolutnie kłamliwy, propagandowy, przeinaczający fakty, słowem: nad wyraz politycznie nieprawy (de Valck, 2007, s. 55-57). Nawiasem mówiąc, ciekawą okolicznością jest fakt, że po zakończeniu zimnej wojny festiwalowe skandale dotyczyły już przede wszystkim spraw obyczajowych.

W historycznym rysie co najmniej równie istotne jak poszczególne wydarzenia zdają się pewne trwalsze, dłuższe trendy, periodyzacje ukazujące zmieniający się na przestrzeni XX wieku model funkcjonowania festiwalu filmowego. Marijke de Valck proponuje podział historii instytucji międzynarodowego festiwalu na trzy okresy. Pierwszy rozpoczął się wraz z inauguracją imprezy weneckiej w 1932 roku i trwał mniej więcej do roku 1968, względnie do początku lat siedemdziesiątych. Charakteryzuje go traktowanie festiwalu zakorzenione jeszcze w XIX wieku, pośród rozmaitych wystaw światowych, salonów, prezentacji narodowych osiągnięć, mianowicie postrzeganie go jako okna wystawowego produkcji poszczególnych krajowych kinematografii. Kwalifikacji filmów wysyłanych na festiwal dokonywały gremia w poszczególnych krajach, decydując, co z własnego dorobku ostatnich 12 lub 24 miesięcy chciałyby pokazać widowni zagranicznej i poddać ocenie jury. Etap drugi rozpoczął się w wyniku gwałtownych protestów doprowadzających do zerwania festiwalu w Cannes i Wenecji w 1968 roku. Ich tłem były strajki i niepokoje w Europie Zachodniej, a efektem przeobrażenie instytucji festiwalu, wynikające również z nieco wcześniejszych, szerszych przemian w kulturze filmowej – mianowicie wyłonienia się i rychłej dominacji „teorii autorskiej”, wyniesienia postaci reżysera i modernistycznych wzorców wartościowania dzieła filmowego. Selekcji filmów na festiwalach dokonywali programerzy, nie narodowe gremia, a generalną zasadą imprez stała się celebrowanie autorów, poszukiwanie i konsekrowanie nowych talentów, śledzenie wyłaniania się kolejnych nowych fal. Etap ten trwał, zdaniem de Valck, do początku lat osiemdziesiątych, kiedy to festiwale stały się imprezami coraz liczniejszymi i coraz potężniejszymi, świetnie zorganizowanymi, profesjonalnie zarządzanymi, silnie związanymi z filmowym biznesem, dysponującymi niebagatelnymi budżetami i wsparciem możliwych sponsorów. Są one odąd imprezami o globalnym zasięgu, dominującym znaczeniu dla współczesnej kultury filmowej oraz niemałym wpływem na ekonomiczny wymiar kina.

## Metafory

Jak sądzę, trzy okresy historii festiwalu oraz reminiscencje specyfiki imprez właściwych dla każdej z nich częściowo nakładają się dziś na siebie w wyobrażeniach na temat festiwalu, w łączonej z nimi metaforyce. Innymi słowy, okres pierwszy i drugi pozostawiły sporo w myśleniu o instytucji festiwalu oraz niemało również w jej dzisiejszej charakterystyce, nawet jeśli zastąpione zostały przez – wynikający z przemian w kulturze filmowej ostatnich dwóch dekad XX wieku – trzeci okres według periodyzacji de Valck.

Thomas Elsaesser w eseju *Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe* wskazuje kilka metafor organizujących myślenie o festiwalach: bazaru, areny rywalizacji (jak igrzyska olimpijskie), swoistego ONZ lub parlamentu kinematografii narodowych oraz eucharystycznej przemiany (Elsaesser, 2005, s. 88 i s. 99-100). Wydaje się, że dwie z nich, wskazujące na quasi-sportową oraz quasi-religijną naturę festiwalu, są najciekawsze.

Zacznijmy od tej pierwszej i sięgnijmy po odległe, bo pochodzące z kontekstu kinematografii polskiej, i to jeszcze okresu PRL-u, przykłady. Ukażą one trwałość tego rodzaju struktur myślenia oraz ich przypisanie do całkiem różnych aktorów społecznych.

W 1963 roku Krzysztof Teodor Toeplitz pisał w „Kulturze”:

Udział w festiwalu filmowym, a co za tym idzie i nasza lokata na poszczególnych festiwalach, ma w sobie coś z pierwiastka międzynarodowych zawodów sportowych, które na zewnątrz przynoszą nam korzyści propagandowe, na wewnątrz zaś podbudowują nastroje społeczne w kierunku uzasadnionego poczucia dumy i własnej wartości, co jest niebagatelnym czynnikiem ogólnego klimatu społecznego. Oczywiście jednak warunkiem takiego właśnie działania społecznego naszej ekspansji filmowej jest, podobnie jak w sporcie, sukces (Toeplitz, 1963, s. 11).

Janusz Zaorski przytaczał natomiast swego czasu anegdotę związaną z niejakim towarzyszem Kasakiem z Wydziału Kultury KC: „Towarzysz Kasak wszedł na zebranie SFP w siedzibie na Trębackiej i powiedział: «No wiecie, ja nie mam czasu, bo tutaj mam w Białym Domu [popularnie o siedzibie KC PZPR – przyp. aut.] naradę, ale tak: w muzyce jesteśmy najlepsi na świecie, Pąderecki, Lutoszański, Bajdr i Sierocki. I o to chodzi, żebyśmy i w filmie byli najlepsi na świecie. To cześć»” (*Filmowcy...*, 2006, s. 140).

Cytaty te pokazują uniwersalność myślenia o festiwalu w kategoriach sportowych. Być może jest ona dziedzictwem pierwszego etapu ich historii (narodowa rywalizacja przemysłów w oparciu o kwalifikowanie „reprezentacji” przez krajowe gremia), być może jeszcze wcześniejszego kontekstu wystaw światowych, w każdym razie zachowuje zadziwiającą trwałość. Imprezy będące celebracją sztuki wysokiej i sztuki czystej budzą uderzająco zbieżne ze sportowymi emocje, kiedy to

„nasi” pokonali „innych”, okazali się „najlepsi” i „odnieśli sukces w prestiżowej międzynarodowej rywalizacji”.

Warto zaznaczyć, że sportowe paralele dotyczą nie tylko nagród filmowych, lecz także literackich i przyznawanych w dziedzinie architektury. Interesującą koincydencją jest ponadto dynamiczny rozwój nagród kulturalnych w okresie, w którym rodzi się też nowożytny sport, czyli u schyłku XIX wieku i na początku następnego stulecia (English, 2013, s. 179-187).

Metaforyka sportowa, choć oddająca pewien aspekt towarzyszących festiwalom emocji, jest zarazem myląca. Sugeruje bowiem podobną do sportowej rywalizację, gdzie poza ostatecznie jednak nielicznymi przypadkami pomyłek sędziowskich zwycięstwo danego zawodnika czy drużyny nie podlega zazwyczaj dyskusji: ktoś przebiegł szybciej 100 metrów, ktoś strzelił jedną bramkę więcej. Z festiwalami rzecz ma się inaczej. Już reguły selekcji na najbardziej prestiżowe imprezy, by nie wspominać o decyzjach jury, układają się w system nieporównanie bardziej skomplikowany i wielowymiarowy niż jakiegokolwiek sportowe eliminacje do mistrzowskiego turnieju.

Elsaesser z właściwą sobie przenikliwością pisze:

Kiedy działasz w biznesie tworzenia autorów, wtedy jeden autor jest „odkryciem”, dwóch to pomyślny znak zapowiadający „nową falę”, a trzech nowych autorów z tego samego kraju to nic innego jak „nowe kino narodowe. [...] Krytyczka Ruby Rich, uczestnicząc wielokrotnie w pracach rozmaitych konkursowych jury, krytykowała coś, co nazywała kultem „smaku”, cechującym jej zdaniem dyskurs międzynarodowych festiwalu. Ale w ten sposób nie doceniamy właśnie rytualnych, religijnych i *quasi*-magicznych elementów niezbędnych, aby uczynić festiwal „wydarzeniem”. Wymaga to atmosfery, w której ma miejsce niemal eucharystyczna przemiana, w której musi zstępować Duch, władny kanonizować arcydzieło lub konsekrować *autora*. Dlatego też wyznaczniki „jakości” i „talentu” muszą być nieprzeniknione dla racjonalnych kryteriów czy późniejszych systematycznych opracowań (Elsaesser, s. 99).

Na podobieństwo festiwalu do rytuału religijnego już w latach pięćdziesiątych zwracał uwagę André Bazin (Iordanova, 2013). Język mówiący o „eucharystycznej przemianie”, „konsekracji” i „kanonizacji” doskonale oddaje zdolność najważniejszych festiwalu do przeprowadzania „transmutacji”, w wyniku której młody, szerzej nieznanym reżyser po zdobyciu festiwalowych laurów stać się może jednym z „najważniejszych współczesnych twórców”, a lekceważona dotąd lub traktowana jako egzotyczna kinematografia przeistoczyć się w maceznik kolejnej „nowej fali”. Dla filmowców spoza krajów będących kulturowymi centrami sukces festiwalowy pociąga za sobą znacznie większą niż komercyjny sukces w kraju pochodzenia możliwość międzynarodowej dystrybucji i ewentualnie międzynarodowej kariery. Nierzadko jest to przy tym dla nich możliwość jedyna. Ponadto w przypadku wielu kinematografii międzynarodowy sukces festiwalowy otwiera dopiero możliwość

docenienia na rynku lokalnym (przypadek Dogmy 95 i Rumuńskiej Nowej Fali) lub docenienie takie zastępuje (przypadek tak zwanego nowego kina niemieckiego czy reżyserów chińskich Piątej Generacji).

Niebagatelną rolę odgrywają w procesie tym nagrody – rozmaite Palmy, Lwy, Niedźwiedzie, Muszle, Leopardy, Żaby – owe rozmaite, parodiowane przez Sofię Coppolę w *Somewhere. Między miejscami* (2010) – Złote Koty. Warto poczynić tu jednak pewną dygresję i przypomnieć jedno wydarzenie z historii polskich, nie zaś międzynarodowych festiwali. W 1977 festiwal w Gdyni miał dwóch faworytów: *Człowieka z marmuru* Andrzeja Wajdy i *Barwy ochronne* Krzysztofa Zanussiego. Władza czyniła wszystko, by nagrody nie dostał pierwszy z reżyserów, dlatego nagrodzono drugiego, skądinąd za film również wybitny. Zanussi celowo nie dotarł jednak na galę w Gdyni. Kiedy Wajda został pominięty przez jury, akredytowani na festiwalu dziennikarze wręczyli mu na schodach Teatru Muzycznego opakowaną cegłę – kojarząc się z filmem nieoficjalne Grand Prix krytyków i środowiska filmowego. Cegłę przyniósł podobno z pobliskiej budowy Janusz Kijowski. Anegdota ta daje unikalny wgląd w mechanizm konsekracji i kreowania prestiżu. To mechanizm na wskroś społecznym, związanym z uznaniem poprzez dysponujące odpowiednią mocą „konsekracji” podmioty. W jej wyniku bezwartościowy przedmiot (cegła znaleziona na budowie) staje się Grand Prix festiwalu, o takiej samej sile oddziaływania jak rozmaite pozłacane statuetki, bo wartość związana jest tu ze społecznym konsensusem, nie zaś samym przedmiotem. Współoddziaływanie i konsensus istotnych aktorów społecznych pozwala na zaistnienie mechanizmu przemiany zwyczajnej cegły w główną nagrodę, filmu i reżysera w „zwycięzców” imprezy.

Ten liturgiczny mechanizm kieruje nas jednocześnie w stronę socjologii sztuki Pierre’a Bourdieu. Zjawisko konsekracji jest jednym z głównych mechanizmów konstytuujących autonomiczny biegun twórczości artystycznej w dychotomicznym podziale pola produkcji kulturowej; biegun, dodajmy, opozycyjny względem twórczości podlegającej przede wszystkim prawom rynku i rachunku ekonomicznego (Bourdieu, 2001). Zaznaczyć jednak wypada, że w przypadku festiwali filmowych klarowność tego rodzaju podziału wydaje się mniej jednoznaczna niż w odniesieniu do opisywanego przez Bourdieu literackiego świata Paryża XIX wieku. Przynajmniej od lat osiemdziesiątych, a więc w trzecim okresie historii festiwali, wcale nie stronią one również od prezentacji głównonurtowych hitów, hollywoodzkiej najczęściej produkcji, zwłaszcza w trakcie otwarcia festiwalu lub podczas specjalnych pokazów pozakonkursowych. Z drugiej strony festiwalowy sukces (lub festiwalowy skandal), wynikający z konsekracji prestiż oraz marka sztuki wysokiej mogą być umiejętnie wykorzystywane w celach marketingowych i rynkowych, o czym przekonuje historia duńskiej Dogmy 95 i jej przedstawiciele. Na kino artystyczne oraz związaną z nim instytucję festiwalu również spojrzeć można jako na specyficzną komercyjną strategię właściwą dla określonego sektora rynku audiowizualnego (Corrigan, 1990).

Innym pomocnym w opisie i rozumieniu fenomenu festiwali pojęciem z socjologii sztuki Bourdieu jest *illusio* – przekonanie o istotności stawek będących w grze.

Festiwale (zarówno międzynarodowe, jak i mniejsze, narodowe) nie tylko kreują określonych reżyserów czy nurty w kinematografii, lecz także wzmagają znaczenie kina jako takiego, przekonanie o wadze kinematografii w kulturze, o kuszącym blichtrze przemysłu filmowego. Elsaesser pisał wyżej o „biznesie tworzenia autorów”, ale nie jest to jedyne „wytwórcze” pole działalności festiwalu. Jak zauważa de Valck, wskazując na szersze nieco pole: „Festiwale filmowe produkują własny materiał: działają w biznesie wytwarzania kulturowego prestiżu” (2007, s. 106).

Tym samym dla wielu filmowców kluczowa staje się odpowiedź na pytanie: jak dostać się na wielki międzynarodowy festiwal? Okazuje się, że nakręcenie dobrego filmu jest tu z pewnością okolicznością pomocną, ale niewystarczającą, będącą dopiero pierwszym krokiem w kierunku konkursu na prestiżowej imprezie.

## Epoka nadpodaży

Program festiwalu to wynik decyzji selekcjonerów i dyrektora danej imprezy. Dobór filmów do konkursu i poszczególnych sekcji jest z pewnością kluczowym elementem festiwalu. Niestety z trudem poddaje się akademickim rozpoznaniom, ponieważ badacze nie mają dostępu do zachodzących w jego trakcie procedur i w przypadku średnich i większych imprez mogą poznawać go wyłącznie na podstawie rozproszonych relacji insiderów.

W ostatnich kilkunastu latach ogromne znaczenie w procesie tym zyskują agenci sprzedaży, nierzadko inwestujący w filmy już na etapie developmentu i opiekujący się następnie tytułem w jego dalszej drodze. Wyłonienie się agentów sprzedaży jest procesem jak najbardziej zrozumiałym w kontekście logiki działania systemu. W sytuacji ogromnej podaży tytułów często nieznanymi wcześniej twórców lub kinematografii, niezwiązanych ze studiami hollywoodzkimi i ich potężną machiną promocyjno-reklamową, naturalne wydaje się wyłonienie instytucji pośredniczącej, pełniącej rolę selekcjonera i „gatekeepera”. Pozycję agentów sprzedaży buduje sieć społecznych kontaktów umożliwiających pośredniczenie między branżą (wyszukiwanie nieznanymi scenariuszy i talentów, inwestowanie w poszczególne projekty już w okresie preprodukcji) oraz selekcjonerami i dystrybutorami.

Agenci sprzedaży wykazują determinację w dążeniach do obecności swoich tytułów w konkursach najważniejszych festiwalu, doskonale zdając sobie sprawę ze znaczenia opisanego wyżej mechanizmu „konsekracji” dla prowadzonych przez siebie interesów. Jedyne największe imprezy (a i te, jak się zdaje, nie zawsze i z wielkim nieraz trudem) zdolne są oprzeć się wpływowi agentów sprzedaży. De Valck i Peranson wyliczają, jak wiele filmów określonego agenta sprzedaży obecnych było w konkursie danego festiwalu, Roddick natomiast podaje przykład dość otwartej próby wywierania wpływu na selekcję do konkursu (de Valck, 2007, s. 113; Peranson, 2013, s. 196-199; Roddick, 2013, s. 176-177). Zauważyć jednak należy, iż nawet krytycy rosnącej roli i wpływów agentów sprzedaży przyznają, że ich niewątpliwą zasługą są daleko idące starania o promocję i medialną obecność



filmu, kwestie logistyki i organizacji pokazów. Programerzy festiwalu otrzymują tym samym w konkursie produkt, o którym w mediach będzie głośno, co z kolei zwrotnie pozytywnie wpływa na pozycję samego festiwalu.

Relację filmowców i programerów również charakteryzują obustronne korzyści. Dina Iordanova przedstawia je w stwierdzeniu: „Filmy potrzebują festiwalu. Festiwale potrzebują filmów” (2013). Można ująć je również w sposób następujący: „Filmy rywalizują o festiwale. Festiwale rywalizują o filmy”. Sęk w tym, o jakie festiwale i o jakie filmy chodzi. Relacja ta, przy swoim dwustronnym charakterze, jest bowiem niesymetryczna. Festiwale rywalizują o najbardziej pożądane tytuły, twórcy kilku tysięcy obrazów marzą o konkursach głównych trzech festiwali o największym prestiżu. Poza najważniejszą trójką (Cannes, Berlin, Wenecja) największe znaczenie mają pozostałe festiwale tak zwanej kategorii A oraz kilka imprez spoza tej listy, ale znaczeniem przewyższających niejedną z nich (Toronto, Sundance, Rotterdam).

Tym, którym nie udało się sforsować selekcji kilkunastu najważniejszych imprez, pozostaje nieprzebrana mgławica innych festiwali. Jest ona na tyle liczna, że nawet badaczom zagadnienia niełatwo dziś oszacować liczbę imprez odbywających się rokrocznie na świecie. Dina Iordanova, powołując się na różne źródła, pisze, że między rokiem 1980 a końcem pierwszej dekady XXI wieku liczba festiwali na świecie wzrosła mniej więcej dziesięciokrotnie. U progu przedostatniej dekady ubiegłego stulecia (a więc, przypomnijmy, u zarania trzeciego okresu w historii festiwali według typologii de Valck) ich liczbę szacowano na 170, u progu nowego stulecia już na 500, zaledwie kilka lat później na 700. Pod koniec pierwszej dekady XXI wieku w samej Francji odbywało się rocznie 350 festiwali filmowych, a w Brazylii ponad 130 (Iordanova, 2009a, s. 1-2). Nick Roddick podawał wówczas liczbę około 3 000 festiwali odbywających się co roku na świecie (2013, s. 185-186). Sądząc po obfitości imprez tego rodzaju w Polsce, gdzie trudno obecnie wskazać większe miasto pozbawione festiwalu filmowego, taka ich globalna liczba wydaje się wiarygodna.

Rzecz jasna nie najważniejsze są tu jednak dokładne liczby, lecz pojawiający się pośród części komentatorów oraz uczestników festiwalowego życia pogląd, iż wydarzeń tych jest za dużo. Najgłośniejszy tekst wyrażający taki pogląd to *Wide-screen on Film Festivals* Marka Cousinsa (2013). Brytyjski filmowiec i swego czasu dyrektor festiwalu w Edynburgu wylicza, iż co roku powstaje około 3 000 pełnometrażowych filmów fabularnych, z czego – jak orzeka – około 150 ma „jakąkolwiek wartość artystyczną”. Samych festiwali kategorii A jest 12, a każdy musi mieć w programie co najmniej 14 światowych premier. Prosta operacja mnożenia daje nam tutaj liczbę 168, co – wobec orzeczenia Cousinsa o 150 filmach „o jakimkolwiek znaczeniu” – daje nam tutaj dotkliwy deficyt w liczbie 18 tytułów, i to biorąc pod uwagę jedynie festiwale kategorii A. Wniosek: festiwali jest zbyt wiele w stosunku do liczby dobrych filmów. Dodajmy, iż od czasu rachunków czynionych przez Brytyjczyka liczba festiwali kategorii A zwiększyła się z 12 do 15.

Cousinsowi zdaje się wtórować Mark Peranson zakładający, co gorsza, iż każdego roku powstaje jedynie 50 wartościowych filmów, a w efekcie – jak twierdzi Peranson – zbyt liczne w stosunku do tej liczby filmów festiwale nie są w stanie wypełniać zadania prezentacji największych osiągnięć światowego kina artystycznego w danym roku (Peranson, 2013, s. 192). Jeden z głównych programerów Berlinale Nikołaj Nikitin w czasie panelowej dyskusji na festiwalu Transatlantyk w 2014 roku stwierdził, że każdego roku powstaje jedynie trzy do pięciu dobrych filmów. Prowokacyjna opinia Nikitina jest o tyle ciekawa, że – paradoksalnie – obnaża charakter tego rodzaju wyliczeń. Trzy do pięciu filmów nie wystarczyłoby, o zgrozo, nawet na jeden festiwal, i jego organizację trzeba by odłożyć na następny rok, a najlepiej poczekać dwa lata, aż uzbiera się odpowiednia liczba premierowych tytułów do programu.

Inflacja liczby festiwali po roku 2000 jest rzeczywiście niesłychana, trudno jednak wyobrazić sobie jakąkolwiek reglamentację. Dyskusyjne są ponadto Cousinowskie orzeczenia *ex cathedra* o liczbie filmów mających „jakąkolwiek wartość artystyczną”. Nie wdając się w dywagacje o przyjemnościach, jakich dostarczyć może na festiwalach zbiorowe obcowanie z filmami w nomenklaturze Cousinsa „pozbawionymi jakiegokolwiek wartości artystycznej”, poprzestańmy na konstatacjach, iż mniejsze festiwale prezentują najczęściej lokalnej widowni filmy znane już z większych imprez, spora część programu opiera się na panoramach i retrospektywach oraz warsztatach i dyskusjach, poszczególne festiwale starają się też znajdować własne specjalizacje, unikatowy profil, niezagospodarowane jeszcze w filmowym świecie nisze. I ostatni, ale nie mniej istotny punkt, projekcje filmów i oficjalne wydarzenia są tylko jedną z funkcji współczesnych festiwali, w przypadku wielu imprez być może wcale nie najważniejszą.

Nie ulega jednak wątpliwości, iż praca programerów mniejszych i średniej wielkości imprez nie należy do zadań łatwych, w świetle konkurencji między festiwalami, strategii dystrybutorów oraz roli agentów sprzedaży. Te dwa ostatnie podmioty zdolne są kontrolować obieg filmów na mniejszych i średnich festiwalach, kształtując go według własnych interesów i preferencji. W praktyce oznacza to nie tylko trudności w zdobyciu określonych tytułów przez mniej liczące się imprezy, lecz także konieczność ponoszenia opłat za festiwalowe projekcje (z reguły im mniej licząca się impreza, tym wyższe opłaty) oraz ewentualność otrzymywania filmów obecnych już wcześniej na szeregu innych festiwali, nierzadko sezon lub dwa temu. Jedną z decyzji, przed którą stoją wówczas programerzy, jest wybór pomiędzy usilnymi poszukiwaniami interesujących nowości na mocno spenetrowanym już rynku a oparciem programu na filmach obecnych już gdzie indziej, ale za to sprawdzonych. Ta druga strategia z pewnością nie przynosi szkody lokalnemu audytorium mniejszego festiwalu, ale może już mieć wpływ na mniejsze zainteresowanie daną imprezą krytyków i podróżujących na festiwale widowni.



## Obieg festiwalowy jako alternatywny system dystrybucji?

Rozwój festiwalu oraz bardzo umiejętne retoryczne wykorzystywanie przez nie stereotypowego przeciwstawienia: głównonurtowa komercja vs. prawdziwa sztuka filmowa, Hollywood vs. Europa sprawiają, że kusząca wydaje się teza o narastającym dychotomicznym podziale współczesnej kultury filmowej. Z jednej strony wyróżnić moglibyśmy w niej zdominowaną przez produkcje hollywoodzkie (60–70% udziału w rynku europejskim) regularną dystrybucję oraz oparty na multipleksach obieg kinowy, z drugiej natomiast strony stanowiący, wobec zdecydowanie mniej licznych niż multipleksy kin tradycyjnych i studyjnych (około 20% udziału w rynku przy wsparciu ze środków publicznych), naturalne schronienie dla artystycznych produkcji europejskich obieg festiwalowy.

Obraz taki wydaje się uprawniony, przy kilku wszakże istotnych zastrzeżeniach. Przede wszystkim obieg festiwalowy tylko w pewnym sensie jest alternatywnym kanałem dystrybucji, wiele zależy tu od tego, jak definiujemy samo pojęcie kanału dystrybucji. Jeżeli myślimy o nim jako o działalności całorocznej, koordynowanej przez wyspecjalizowany w niej podmiot, zarządzanej w sposób mający zapewnić ciągły dostęp filmów na ekrany jak największej liczby kin oraz możliwie stabilny strumień dochodów, oczywiście stają się różnice względem obiegu festiwalowego. Dystrybucja festiwalowa jest incydentalna, związana z kalendarzem danej imprezy. Incydentalność tę w części niwelują jednak dwie okoliczności: filmy oraz ich autorzy często podróżują przez cały rok po wielu mniejszych i średnich festiwalach rozsianych po całym świecie, niestawiających, jak dzieje się to w wypadku kilkunastu największych imprez, wymogu „premierowości” danego tytułu. Dla sporej grupy tytułów – pozbawionych walorów komercyjnych, które umożliwiają regularną międzynarodową dystrybucję – słabo skoordynowany, ale układający się indywidualnie dla każdego tytułu i wyznaczany kalendarzowym rytmem kolejnych imprez „łańcuch festiwalowy” stanowić może pewien alternatywny kanał dystrybucji, umożliwiający w dodatku dotarcie do właściwej tego rodzaju tytułom grupy docelowej w postaci widowni o kinofilskim profilu, krytyków, filmoznawców i ludzi branży. Ponadto niektóre festiwale starają się rozszerzać swoją działalność poza okres trwania samej imprezy, organizując w innych miastach kilkudniowe pokazy specjalne prezentujące najciekawsze tytuły danego roku lub angażując się w regularną dystrybucję kinową.

Problematyczną w traktowaniu festiwalowego obiegu jako alternatywnego kanału rozpowszechniania jest również naturalna charakterystyka dystrybucji jako merkantylnej działalności mającej zapewnić stabilny dopływ dochodów z eksploatacji filmu. Festiwale (zwłaszcza te zmuszone rywalizować o filmy) płacą za możliwość wyświetlenia danego tytułu w trakcie imprezy, są to jednak kwoty relatywnie niewielkie w kontekście kosztów produkcji filmu. Zysk z biletów sprzedawanych na seanse w trakcie festiwalu zasila konto jego organizatorów, nie zaś dystrybutora, producentów czy – tym bardziej – twórców. Stąd też Nick Roddick, pisząc o dystrybucji festiwalowej, proponuje postrzeganie jej jako swoistego odpowiednika self-publishingu na rynku wydawniczym (2013, s. 186).

Innego rodzaju zastrzeżenia poczynić wypada przy stereotypowym przeciwstawieniu Hollywood kontra Europa oraz przypisanym obu stronom tego podziału walorom komercji i sztuki, festiwalu i regularnego obiegu kinowego. Pozostawiając na boku oczywiste spostrzeżenia o obecności również artystycznej produkcji w Hollywood i komercyjnej w Europie czy kinie artystycznym jako specyficznej rynkowej strategii, przyjrzyjmy się temu aspektowi stereotypowego przeciwstawienia, który istotny jest w perspektywie niniejszego rozdziału, mianowicie znacznie mniej oczywistej, niż można przypuszczać, relacji Hollywood oraz europejskich festiwali filmowych.

W Cannes w ostatnich latach można było oglądać premierowe pokazy takich filmów jak: *Matrix Reaktywacja* (2003, reż. siostry Wachowskie), *Troja* (2004, reż. Wolfgang Petersen), *Gwiezdne wojny: Część III – Zemsta Sithów* (2005, reż. George Lucas), *Kod da Vinci* (2006, reż. Ron Howard) czy *Grace księżna Monako* (2014, reż. Olivier Dahan). Festiwalowa projekcja, w przypadku hollywoodzkich superprodukcji zwłaszcza pozakonkursowa, to świetna platforma dla rozpoczęcia podboju europejskich ekranów, pozwala bowiem wykorzystać obecność przedstawicieli mediów na festiwalu. Z kolei dla festiwalu obecność amerykańskich gwiazd jest dogodnym i pożądanym czynnikiem sprzyjającym zainteresowaniu mediów, czyli jednemu z kluczowych elementów powodzenia festiwalu. Ponadto już wspomniane na początku realia historyczne ukazują genezę festiwalu w Cannes jako wspólnego przedsięwzięcia francuskiego, brytyjskiego i amerykańskiego. W przypadku Berlinale zasadne jest twierdzenie o powstaniu festiwalu w zasadzie z inspiracji Stanami Zjednoczonymi. Imprezy te od początku korzystały też z oddziaływania amerykańskich gwiazd, zgodnie ze słowami pewnej polskiej producentki „tak potrzebnych na czerwone dywany”. De Valck wskazuje na udział w już pierwszych edycjach Berlinale gwiazd takich jak Gary Cooper, Billy Wilder czy Errol Flynn, oraz nagrodzenie Włta Disneya specjalnym porcelanowym niedźwiedziem przez ówczesnego burmistrza Berlina, Willy’ego Brandta w 1958 roku (de Valck, 2007, s. 58). Za fasadą retoryki przeciwstawiającej Hollywood i Europę oraz niecną komercję szlachetnej sztuce kryje się w istocie symbioza i częściowo wspólny zakres interesów obu graczy oraz rzeczywistość, w której festiwale europejskie świetnie potrafiły uczyć się od Hollywoodu kreowania blichtru, boskiego blasku gwiazd i migotliwej magii filmowego biznesu. Nieprzypadkowo więc de Valck cytuje Andrew Sarrisa stwierdzającego, iż Cannes jest „najbardziej rozpustną kochanką Hollywood” (de Valck, 2007, s. 15).

Bliskość ta, częściowo osłabiona w czasie drugiego okresu historii festiwali, może dziś razić komentatorów w rodzaju Cousinsa, jako że ich myślenie bardzo mocno zakorzenione jest w wizji festiwali z lat siedemdziesiątych oraz modernistycznej sztuki filmowej z lat sześćdziesiątych. Fakt ponownego zbliżenia interesów producentów hollywoodzkich i europejskich na festiwalowej niwie, ewidentny w wyniku przemian instytucji festiwalu po roku 1980, w pewnym sensie jest jednak powrotem do korzeni, co ponownie skłania do spojrzenia na okres modernistyczny jako pewnego interludium w historii kina i jego instytucji.

Paralelne względem tych przemian są również przeobrażenia dominującego stylu filmowego. Zbliżenie konwencji kina gatunkowego i kina artystycznego czy też charakterystyczne dla postmodernizmu wzajemne przenikanie się elementów różnych porządków estetycznych pozwoliło wielu reżyserom, zwłaszcza amerykańskim (takim jak Joel i Ethan Coenowie, Steven Soderbergh, Paul Thomas Anderson, Wes Anderson czy Sofia Coppola) płynnie poruszać się pomiędzy sferą wielkich studiów a twórczością niezależną oraz kręcić filmy „artystyczne” z udziałem gwiazd, doskonale wpisujące się w zarysowaną wyżej częściową wspólnotę interesów, a także w strategię dystrybucyjną. Alisa Perren ukuła termin „indie blockbuster” świetnie oddający charakter propozycji Miramaxu i innych „departamentów kina niezależnego” w strukturze amerykańskich wytwórni. Indie blockbusters, na równi ze zwycięzcami trzech największych festiwali, zyskują międzynarodową dystrybucję. Prowadzi to do sytuacji wskazywanej przez Elsaessera, w której – znajdując się w jakimkolwiek miejscu globu – mamy duże prawdopodobieństwo, że natrafimy na podobną ofertę tych samych pięciu, sześciu największych amerykańskich superprodukcji, lecz także niewiele szerszą ofertę pięciu, sześciu indie blockbusters w rodzaju *Między słowami* (2003, reż. Sofia Coppola) lub nowych produkcji europejskich reżyserskich gwiazd w rodzaju *Porozmawiaj z nią* (2002, reż. Pedro Almodóvar) (Elsaesser, 2005, s. 92). Nie znaczy to rzecz jasna, że są to złe filmy, pokazuje jednak ponownie paralelność strategii dystrybucyjnych, często mających swoją genezę w obiegu festiwalowym, co skłania po raz kolejny do problematyzowania festiwalowych relacji przemysłów po obu stronach Atlantyku.

### Aktorzy społeczni tworzący instytucję festiwalu

Co do zasady, festiwale są słabo zamaskowanymi rynkami, na których sprzedaje się dwie rzeczy: produkty przemysłu filmowego oraz członkostwo w małej grupie akredytowanych „regulatorów”, których zadaniem jest organizacja i nadzorowanie warunków, na których te produkty są konsumowane. Jest to zadanie dziennikarzy mianowanych przez redakcje gazet, stacji radiowych i telewizyjnych, aby ustalali zbiór pojęć i kategorii nadających filmom sens (Willemen, 2013, s. 19).

Festiwale są zjawiskiem tak złożonym, ponieważ w czasie ich trwania do głosu dochodzą różne logiki i porządki dyskursywne oraz spotykają się przedstawiciele różnych branżowych i okołofilmowych sektorów. Cytowany Paul Willemen pisze o dwóch rynkach i kluczowej roli dziennikarzy. Janet Harbord wyróżnia cztery dyskursy obecne w przestrzeni obiegu festiwalowego: po pierwsze, niezależnych filmowców i producentów, po drugie, reprezentacji medialnych, po trzecie, biznesowej sfery transakcji finansowych i prawnych, po czwarte, związany z turystyką i ekonomią miast goszczących festiwale. Ragan Rhyne, wychodząc od podziału Harbord, proponuje typologię pięciu grup aktorów społecznych obecnych na festiwalu i w niego zaangażowanych, nazywanych przez niego interesariuszami (*stakeholders*): a) filmowców i producentów, b) dziennikarzy, c) inwestorów, prawni-

ków, dystrybutorów i przedstawicieli firm z branży, d) przedstawicieli organizacji turystycznych i pokrewnych, e) lokalnych decydentów, sponsorów i ludzi zarządzających festiwalom (Rhyne, 2013, s. 144-145). Spotykają się oni w przestrzeni festiwalowej, a raczej w wyznaczonych w niej miejscach spotkań, ale nietrudno zauważyć, że w istocie grupy te często skupiają się we własnym gronie, tworząc swoiste branżowe mikrostruktury. Bankiet czy oficjalne wywiady są okazją do spotkania filmowca z dziennikarzem, ale poza tymi sytuacjami filmowcy, dziennikarze i krytycy oraz przedstawiciele firm z branży najczęściej spędzają czas, również imprezowy, we własnym gronie, nawet jeżeli przebywają we wspólnej przestrzeni. To sytuacja naturalna, a festiwal buduje w ten sposób więzi i grupową tożsamość na kilku poziomach jednocześnie. Poszczególne grupy zachowują kontakty między sobą, ale gęstość relacji skupia się wokół kilku różnych ośrodków wyznaczanych profesjonalnymi afiliacjami.

Szczególną uwagę wypada poświęcić dziennikarzom, pełnią bowiem funkcję dla wydarzenia kluczową, a nie zawsze eksponowaną. To nie dziennikarze paradują na festiwalu po czerwonym dywanie, ale ich obecność jest niezbędna do tego, aby w ogóle tego rodzaju parady odniosły skutek i osiągnęły zamierzony cel. Traktowani niekiedy z lekceważeniem, segregowani rozmaitymi typami akredytacji, nie wszędzie mający wstęp, ustawiający się w kolejkach po wywiady i przepychający z aparatami w ręce, przepędzani nieraz z miejsca na miejsce zgodnie z wymogami organizacyjnymi, próbujący dostać się na bankiety, na które nie mają zaproszenia – to jednak właśnie oni przede wszystkim tworzą festiwal. Racją bytu wszelkich imprez tego rodzaju, podstawą festiwalowych strategii imitacji blichtru i znaczenia Hollywood jest bowiem medialny szum, ciągłe i jak najszersze relacje, utrzymywanie imprezy w agendzie głównych mediów, na początkowych stronach gazet. To festiwalowy dziennikarski prekariat czyni z festiwalu wydarzenie i dostarcza niezbędnego paliwa dla festiwalowej maszyny zdolnej przemieniać niektóre postacie w gwiazdy kina i kreować prestiż oraz znaczenie konkretnych tytułów i narodowych kinematografii, a przede wszystkim twórczości filmowej jako całości.

Dziennikarze i krytycy na festiwalu tworzą własną mikrosieć: razem uczęszczają na projekcje, konferencje prasowe, jadają, dyskutują w kularach i spędzają czas na wieczornych imprezach, w przerwach między tymi wszystkim aktywnościami pisząc natomiast relacje. Wynika stąd pewne zjawisko „ucierania opinii” w toku kolejnych dyskusji, wyłanianie się swoistego ruchomego „parlamentu” piszących przemierzającego się i rekonstruującego na różnych festiwalowych arenach. Jest ono związane nie tyle z konformizmem, co z pewnym zbiorowym mechanizmem kreowania opinii w rezultacie szeregu dyskusji. Podczas ostatnich dni festiwalu, poza nielicznymi głosami odrębnymi, ustala się już ogólną, przyjętą opinię (*common sense*) na temat najlepszych i najgorszych filmów, zwycięzców i przegranych, niespodzianek i rozczarowań, nowych odkryć oraz nowych filmów starych mistrzów, która to opinia kolportowana jest potem medialnie (i czasami dopiero po upływie miesiący lub lat bywa niekiedy korygowana w dyskursie filmoznawczym).

Festiwal jako miejsce spotkań różnych profesji związanych z branżą filmową buduje też grupową tożsamość oraz, zwłaszcza w przypadku festiwalu kina narodowego i cyklicznej bytności na nich, nierzadko pewną więź piszących z daną kinematografią narodową, która staje się wówczas „wspólną sprawą”. Jednocześnie budowane jest poczucie przynależności do nomadycznej grupy bywalców kolejnych imprez, dotyczące zarówno dziennikarzy, jak i filmowców oraz producentów.

Dina Iordanova używa na określenie wędrówek nomadów z imprezy na imprezę obrazowego sformułowania *festival treadmill*, które dość trudno tłumaczyć na język polski, ponieważ „festiwalowy kierat” nie oddaje przyjemności czerpanych z tego męczącego niekiedy peregrynowania oraz możliwego uzależnienia od nich, a „festiwalowa bieżnia” jest myląca o tyle, że nie są to praktyki równie zdrowe, jak ćwiczenia w klubie fitness. Przywodzą one na myśl nie tyle kierat, co pewną zabawkę uwielbianą przez chomiki. Świetnie obrazuje ją przytaczana przez Iordanovą powtarzająca się w wielu odsłonach anegdota:

Za każdym razem, kiedy jestem na festiwalu, staję się świadkiem kolejnej wersji pewnej wymiany zdań. Zazwyczaj ma ona miejsce między dwoma mężczyznami, najczęściej noszącymi okulary i mającymi dłuższe, lekko siwiejące włosy. Istotnymi rekwizytami są trampki oraz przewieszona przez ramię torba festiwalowa pełna materiałów promocyjnych. Scena z reguły ma miejsce w pobliżu biura prasowego lub niedaleko festiwalowych boksów przypisanych posiadaczom karnetów podczas akredytacji.

Protagoniści wpadają na siebie i za każdym razem następuje niemal identyczny dialog:

A: Zdołałeś pojechać w tym roku na festiwal X?

B: Niestety nie dałem rady. Pokrywał się częściowo z festiwalem Y i mogłem pojechać tylko na jeden z nich, bo zaraz po powrocie z Y czekał mnie festiwal Z. Słyszałem jednak, że w tym roku na X nie było nic ciekawego. A ty pojechałeś? Jak było?

A: Cóż, X był z pewnością interesujący, szczególnie dzięki kilku kontaktom, jakie tam nawiązałem, ale musiałem wyjechać wcześniej, żeby zdążyć na ostatni dzień Y.

B: Terminarz rzeczywiście był napięty. Ja nawet teraz muszę wyjechać wcześniej. Ale wybierasz się może na festiwal XX? Mam zamiar koniecznie tam pojechać i cokolwiek istotnego opuściłem na X, prawdopodobnie będę mógł zobaczyć tam...

A: Pewnie. Wybieram się, ale tylko jeśli uda mi się jakoś ustawić ten wyjazd po drodze na festiwal YY. Mam tam parę spotkań do poprowadzenia.

B: W porządku, a więc do zobaczenia na XX. Świetnie byłoby wreszcie się spotkać i pogadać (Iordanova, 2009b, s. 32-33).

## Przyszłość festiwalu filmowych

W dobie rosnącego znaczenia dystrybucji internetowej festiwalom relatywną pewnością perspektyw na przyszłość zapewnia paradoksalnie fakt, że to nie oglądanie filmów idzie ma na tych imprezach największe znaczenie. Wiele cech festiwalu filmowego przywodzi na myśl kulturoznawcze analizy fenomenu karnawalizacji, stąd jest on formą spędzania czasu trudno zastępowalną w domowych pieleszach. Nawet jeśli dla zdecydowanej większości uczestników z branży pociąga za sobą konieczność wypełniania zawodowych obowiązków (relacje i wywiady dla dziennikarzy, promocja filmu dla twórców, rozwijanie projektu i zawodowe kontakty dla producentów), fakt wyjazdu do odległego miejsca czyni zeń wydarzenie choć częściowo wyłączone z codziennego biegu spraw, związane z czasem odświętnym. Nieprzypadkowo festiwal odbywający się w miejscu naszego zamieszkania nie bawi aż tak bardzo, impreza w naszym rodzinnym mieście zawsze będzie dla nas festiwalem niepełnym, jedynie quasi-festiwalom.

Sekwencja dworców i portów lotniczych, taksówek, kolejnych hoteli składająca się na festiwalową bieżnię uzupełniana jest o tak istotny składnik bankietowy wyznaczający rytm kolejnych karnawałowych festiwalowych dni. Na festiwalach spotyka się widywanych najczęściej tylko przy tego rodzaju okazjach znajomych, ale zawsze poznaje się też nowe osoby. Ten mieszany charakter towarzyskich interakcji przynosi wciąż nowe kontakty, ale pociąga również za sobą atmosferę znacznie bardziej nieformalnych niż zazwyczaj przyjacielskich relacji, wolnych od służbowych, zawodowych czy branżowych hierarchii w nieporównanie większej niż poza czasem festiwalowym mierze. Podobnie jak w czasie karnawału, zostają one w trakcie festiwalu osłabione, w jego nieformalnej atmosferze do pewnego przynajmniej stopnia zawieszane.

Przekonanie o względnej stabilności perspektyw staje się jeszcze bardziej przekonujące, biorąc pod uwagę przemiany ostatnich kilku lat, kiedy, zdaniem Seana Farnela, zasadne stało się rozszerzenie periodyzacji de Valck o czwarty okres (Farnel, 2013). Charakteryzuje się on dążeniem festiwalu do rozszerzania swojej działalności na inne pola oraz prowadzenie jej przez okrągły rok. Nie rezygnując ze specjalnego statusu karnawałowego wydarzenia, szuka się jednocześnie innych jeszcze obszarów ciągłej aktywności. Festiwale angażują się więc, przybierając w tych celach rozmaite podmiotowości prawne, w dystrybucję kinową, prowadzenie kin, własnych kanałów telewizyjnych oraz działalności szkoleniowej i edukacyjnej, inwestowanie w development, a nawet w koprodukcję filmów. Tym samym stają się hybrydycznymi fenomenami obecnymi na różnych polach rynku filmowego.

Spoglądając na listę 15 festiwali tak zwanej kategorii A, warto przyjrzeć się podziałowi na geograficzne obszary, z którymi związane są najważniejsze imprezy. Pięć z nich organizowanych jest w Europie Zachodniej (Cannes, Berlin, Wenecja, Locarno, San Sebastian), cztery w Europie Środkowej i Wschodniej (Karlowe Wary, Moskwa, Warszawa oraz od 2014 roku Tallin), trzy w Azji (Tokio, Szanghaj, Goa), jeden w Afryce (Kair) i po jednym w Ameryce Północnej (Montreal) oraz



Ameryce Południowej (Mar de la Plata). Jeśli do listy tej dodalibyśmy imprezy pozbawione tej kategorii (ale też niezabiegające o nią, mają bowiem zapewniony stały dopływ filmów oraz prestiż przewyższający większość imprez z kategorią A), konieczne byłoby umieszczenie na niej Sundance, Toronto, Rotterdamu i ewentualnie Londynu. Ewidentna jest wówczas geograficzna koncentracja najważniejszych imprez w Europie (przede wszystkim Zachodniej) i Ameryce Północnej, w świecie atlantyckim poszerzonym o Europę Środkowo-Wschodnią lub tak zwanym Pierwszym Świecie. To rzecz umykająca często uwadze w naszej europocentrycznej perspektywie, ale podkreślana niekiedy przez obserwatorów z innych kontynentów (Nornes, 2013, s. 151-153; Ross, 2010, s. 182-183). Być może więc los festiwalu i typowego dla nich formatu wydarzenia związany będzie ze znacznie szerszymi niż świat kina i kultury filmowej, a nawet niż cały sektor audiowizualny, przemianami geopolitycznymi i kulturowymi. Pytaniem otwartym pozostaje, czy wschodzące ponownie stare cywilizacje azjatyckie – Chiny i Indie – w przeobrażonym otoczeniu technologicznym wyłonią inne formy obcowania z dziełem filmowym lub w sposób istotny zmienią obecne. Czy zaproponują inne niż te o zachodnioeuropejskich korzeniach wzorce budowania opowieści oraz formy kultury popularnej? Czy sięgną po inne formy kreowania ekonomii prestiżu?

Ktoś oczywiście mógłby stwierdzić, że Chiny i Indie mają już własne festiwale, a z kolei świat festiwalu Zachodu cechuje wyjątkowa pieczołowitość i dbałość o obecność tytułów z krajów rozwijających się, wspieranych nie tylko przez projekcje i nierzadko nagrody na festiwalu, lecz także poprzez partycypowanie festiwalu „czwartej generacji” w rozmaitych źródłach finansowania, funduszach i platformach koprodukcyjnych wspierających egzotyczne niekiedy kinematografie. Jeśli idzie o zastrzeżenie pierwsze, festiwale na Goa i w Szanghaju, mimo kategorii A, nie dorównują w ekonomii prestiżu imprezom organizowanym na Starym Kontynencie. Z zastrzeżeniem drugim wiąże się natomiast nieoczywista kontrowersja, ujęta przez Marka Peransona w pytaniu: „Skąd nagle zainteresowanie kolonizacją Trzeciego Świata poprzez rozmaite fundusze na rzecz kina światowego, które, mimo iż z pewnością wartościowe, jednocześnie często skutkują determinowaniem charakteru filmów, które zostaną tam wyprodukowane?” (Peranson, 2013, s. 201).

Faworyzowanie modelu europejskiego kina modernistycznego lub „egzotyzacja” innych kinematografii nierzadko wiążą się z działaniem modelu wspierania przez festiwale Zachodu „kina świata”, umiejscawianego w ten sposób w pewnej rynkowej niszy. Prowadzi to do pytania o układ sił w globalnym systemie, o to, kto ma moc kreowania uniwersalnych modeli narracji i dystrybuowanego na świecie kina gatunkowego, a komu pozostaje wpisywanie się w estetyczne kanony kulturowego i politycznego centrum oraz podług kanonów tych funkcjonujące systemy produkcyjnego wsparcia i festiwalowej konsekracji, której źródła tkwią przede wszystkim w świecie Zachodu.

Póki co, skoro świat atlantycki nie utracił jeszcze globalnej hegemonii, żyjemy w festiwalowej *belle époque*. Trudno oprzeć się wrażeniu pewnego istotnego przesunięcia, jakie zaczęło dokonywać się w Europie w trakcie pierwszej dekady

nowego stulecia, wyraźny kształt zyskując po upływie kilku pierwszych jego lat. Jeszcze w latach dziewięćdziesiątych i na początku dekady następczej mnożyły się, zamawiane najczęściej u zewnętrznych ekspertów, opracowania możliwych strategii przemysłów europejskich w rywalizacji z Hollywood. Opracowaniom towarzyszyły kolejne fundusze przyznawane na wspieranie kinematografii. Lata miały, ekspertyzy i fundusze płynęły, a sytuacja przemysłów Starego Kontynentu względem dominującego także na wewnętrznym rynku europejskim przemysłu amerykańskiego nie zmieniała się. Od początku nowego stulecia zapał do rywalizacji wyraźnie osłabł, opracowań tego rodzaju było coraz mniej, jeśli nie liczyć raportów z funkcjonowania poszczególnych europejskich funduszy, podkreślających sukces badanych mechanizmów. Mniej więcej w tym samym czasie w większym jeszcze niż wcześniej tempie rosła liczba festiwali i rozszerzały się pola funkcjonowania tych już istniejących.

Stąd to wrażenie *belle époque*, rezygnacji z rynkowych starań i zamknięcia się w wygodnym obiegu kina festiwalowego. Kilka z ważnych europejskich festiwali odbywa się zresztą w kurortach lub uzdrowiskach o długiej, sięgającej XIX wieku tradycji. W pejzażu medialnej ponowoczesności świetnie funkcjonują one jako schronienie dla podróżującej elity europejskich producentów i filmowców oraz towarzyszących im, choć już nie tak uprzywilejowanych, dziennikarzy i krytyków. Festiwale rozwijają się wraz ze związaniem się europejskiej wiary w powodzenie rynkowej rywalizacji z hollywoodzkim hegemonem. Nie orzekam tu, czy kierunek ten jest dobry czy zły, a wielu z nas mogłoby sobie życzyć, by *belle époque* trwała jak najdłużej, być może wspomniana koincydencja jest jednak nieprzypadkowa.

## Bibliografia

- Bourdieu, P. (2001). *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego* (tłum. A. Zawadzki). Kraków: Universitas.
- Bourdieu, P. (2005). *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia* (tłum. P. Biłos). Warszawa: Scholar.
- Corrigan, T. (1990). *The Commerce of Auteurism: a Voice without Authority*. „New German Critique”, no. 49.
- Cousins, M. (2013). *Widescreen on Film Festivals/Film Festival Form: A Manifesto*, [w:] D. Iordanova (red.), *The Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Elsaesser, T. (2005). *Film Festival Networks: the New Topographies of Cinema in Europe*, [w:] T. Elsaesser, *European Cinema. Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Farnel, S. (2013). *Towards a Filmmaker's Bill of Rights for Festivals*, [w:] D. Iordanova (red.), *Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Filmowcy: polskie kino według jego twórców* (2006). Koncepcja, układ i wybór tekstów A. Romanowska, red. B. Janicka. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich.
- Iordanova, D. (2013). *Introduction*, [w:] D. Iordanova (red.), *The Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Iordanova, D. (2009a). *Introduction*, [w:] D. Iordanova, R. Rhyne (red.), *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*. St Andrews: St Andrews Film Studies.



- Iordanova D. (2009b). *The Film Festival Circuit*, [w:] D. Iordanova, R. Rhyne (red.), *Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Nornes, A. M. (2013). *Asian Film Festivals, Translation and the International Film Festival Short Circuit*, [w:] D. Iordanova (red.), *Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Peranson, M. (2013). *First You Get the Power, Then You Get the Money: Two Models of Film Festivals*, [w:] D. Iordanova (ed. by), *The Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Rhyne, R. (2013). *Film Festival Circuits and Stakeholders*, [w:] D. Iordanova (ed. by), *Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Roddick, N. (2013). *Coming to a Server near You: The Film Festival in the Age of Digital Reproduction*, [w:] D. Iordanova (red.), *The Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Ross, M. (2010). *Film Festivals and the Ibero-American Sphere*, [w:] D. Iordanova, R. Cheung (red.), *Film Festival Yearbook 2: Film Festivals and Imagined Communities*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Toeplitz, K. T. (1963). *Dziwny sezon*. „Kultura”, nr 15.
- de Valck, M. (2007). *Film Festivals. From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Willemen, P. (2013/1981). *On Pesaro*, [w:] D. Iordanova (red.), *Film Festival Reader*. St Andrews: St Andrews Film Studies.

### **Institution of a Film Festival in the Economy of Cinema**

The article focuses on the issue of film festival as a multidimensional social phenomenon crucial to economical organisation of the contemporary cinema, especially in Europe. The author describes history of film festivals and metaphors which highlight their functions. He elaborates the question of festival circulation as a form of distribution and positions of social actors involved in creating a film festival. The institution of a film festival is perceived as linked to the film market, reversed economy and regimes of taste in the contemporary culture.

# Krzysztof Stachowiak

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Klastry filmowe jako nowy sposób organizacji produkcji audiowizualnej

### Koncentracja i globalizacja produkcji audiowizualnej jako procesy warunkujące powstawanie klastrów filmowych

Lokalizacja branż kreatywnych, takich jak film, muzyka, telewizja czy gry wideo, jest powodowana mechanizmami lokalizacyjnymi, związanymi z jednej strony z procesami koncentracji, a z drugiej z procesami dyspersji przestrzennej. Pozwalają one wyjaśnić, dlaczego podmioty sektora kreatywnego lokalizują się w określonych miejscach i w określony sposób. W literaturze zwykle zaznacza się, że koncentrują się one w obszarach miejskich i tworzą wyspecjalizowane skupiska, zwane klastrami (Turok, 2003, Wu, 2005, Lazerretti, Boix, Capone, 2008, Boix, Lazerretti, Capone, De Propriis, Sánchez, 2013, Evans, 2009, De Propriis, Chapain, Cooke, MacNeill, Mateos-Garcia, 2009, Chapain, Cooke, De Propriis, MacNeill, Mateos-Garcia, 2010). Ogólnie silną tendencję do koncentracji na danym obszarze można wyjaśnić korzyściami urbanizacji, które wynikają z interakcji pomiędzy różnymi rodzajami działalności i stanowią przeciwwagę dla wyższych kosztów transportu i kosztów operacyjnych w miastach niż w przypadku ulokowania przedsiębiorstwa na peryferiach. Do korzyści urbanizacji należą między innymi bliskość klientów i dostawców, dostęp do informacji i tak zwane środowisko twórcze (kreatywne *milieu*). Jednakże należy zwrócić uwagę, że różne branże kreatywne cechują się odmiennymi tendencjami lokalizacyjnymi. Działalności związane z produkcją są najbardziej skoncentrowane w każdej skali przestrzennej, podczas gdy działalności zorientowane na konsumentów czy też użytkowników końcowych cechują się największym rozproszeniem (Power, 2011). Miary koncentracji wyraźnie pokazują, że najbardziej skoncentrowanymi branżami kreatywnymi są te zaangażowane w wyspecjalizowaną produkcję (na przykład filmową), działalność w zakresie gier komputerowych czy produkcję programów telewizyjnych i nagrań wideo (tab. 1). Z kolei najmniej skoncentrowane działalności to takie znajdujące się najbliżej kon-

umenta – sale wystawowe i sceny teatralne czy też usługi eksploatowane dla biznesu, z których inne branże regularnie korzystają – fotografia, reklama, architektura itd. Takie działalności nie wykazują tendencji do skupiania na poziomie krajowym, ale koncentracja może być bardziej widoczna w obrębie regionów lub lokalnie, na poziomie dzielnic handlowych czy też dzielnic kultury (Power, 2011).

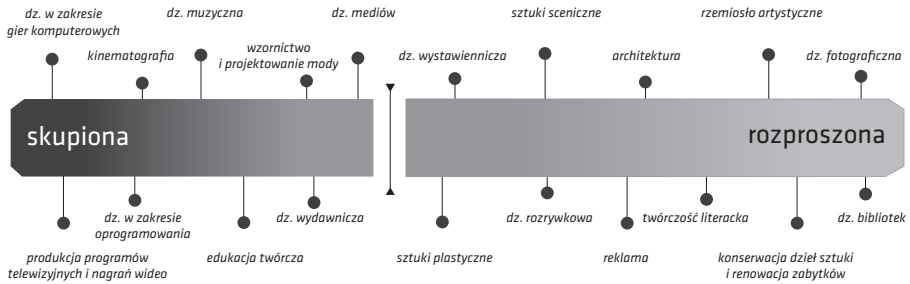
<b>Branża kreatywna (klasa działalności wg PKD)</b>	<b>Wsp. koncentracji Giniego*</b>
Publikacja gier komputerowych	0,91
Wytwarzanie magnetycznych i optycznych nośników informacji	0,83
Reprodukcja zapisanych nośników	0,82
Dystrybucja filmów fabularnych, nagrań wideo i programów telewizyjnych	0,78
Działalność postprodukcyjna związana z filmami, nagraniami wideo i programami telewizyjnymi	0,75
Obsługa zabytków i miejsc historycznych oraz tym podobnych atrakcji turystycznych	0,73
Portale internetowe	0,71
Działalność agencji reklamowych	0,70
Działalność związana z tworzeniem i nadawaniem programów telewizyjnych	0,69
Edukacja kulturalna	0,69
Działania biblioteczne i archiwizacja	0,66
Nagrywanie dźwięku i muzyczna działalność wydawnicza	0,66
Działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania	0,66
Wytwarzanie instrumentów muzycznych	0,66
Audycje radiowe	0,64
Druk gazet	0,63
Działalność muzealna	0,61
Działalność obiektów kulturalnych	0,61
Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo oraz programów telewizyjnych	0,61

<b>Branża kreatywna (klasa działalności wg PKD)</b>	<b>Wsp. koncentracji Giniego*</b>
Wyspecjalizowana działalność projektowa	0,57
Inna działalność wydawnicza	0,55
Twórczość artystyczna	0,55
Przedstawienia medialne	0,54
Wydawanie książek	0,53
Usługi introligatorskie i podobne	0,51
Publikacja dzienników i czasopism	0,51
Prace wspierające sztukę widowiskową	0,49
Działalność związana z tłumaczeniami ustnymi i pisemnymi	0,49
Sprzedaż detaliczna nagrań muzycznych i wideo w sklepach specjalistycznych	0,47
Sztuki widowiskowe	0,47
Wypożyczalnie wideo i DVD	0,45
Działalność związana z programowaniem komputerowym	0,43
Publikacja czasopism	0,40
Sprzedaż detaliczna czasopism i wyrobów papierniczych w sklepach specjalistycznych	0,38
Prace architektoniczne	0,37
Agencje reklamowe	0,36
Działalność usługowa związana z przygotowaniem do druku	0,36
Działalność fotograficzna	0,34
Sprzedaż detaliczna książek w sklepach specjalistycznych	0,31
Działalność związana z projekcją filmową	0,30
Inne usługi drukarskie	0,23

\*Współczynnik Giniego jest stosowaną w statystyce miarą koncentracji. Przyjmuje wartości od 0 do 1, gdzie wartość zerowa wskazuje na pełną równomierność rozmieszczenia danego zjawiska, a wartość 1 oznacza pełną koncentrację (np. w jednym miejscu lub regionie). Współczynniki koncentracji w powyższej tabeli obliczone zostały dla 129 regionów NUTS 2 (odpowiednik polskich województw) w 17 krajach, tj. Austrii, Belgii, Cypru, Danii, Estonii, Finlandii, Francji, Niemiec, Irlandii, Włoch, Luksemburga, Litwy, Łotwy, Portugalii, Słowenii, Szwecji, Szwajcarii. Dane dotyczyły roku 2010.

Tab. 1. Koncentracja przestrzenna branż kreatywnych w Europie. Źródło: Power (2011, s. 28), ze zmianami

## Lokalizacja działalności



Ryc. 1. Charakter lokalizacji branż kreatywnych. Źródło: Stachowiak, Tomczak (2015, s. 24)

Oprócz koncentracji branż audiowizualnych ich charakterystyczną cechą jest złożoność, co sprawia, że są bardziej podatne na działanie procesów globalnych. Produkcja audiowizualna, a w szczególności filmowa, to skomplikowany proces obejmujący trzy główne etapy: przygotowawczy (preprodukcja), wytwarzanie materiału filmowego (okres zdjęciowy, właściwa produkcja) oraz obróbkę i przygotowywanie końcowego produktu (postprodukcja). Tradycyjnie większość lub wszystkie etapy produkcji skoncentrowane były w jednej lokalizacji (na przykład w Hollywood), jednak współcześnie pojawia się coraz więcej miejsc, w których można realizować produkcje filmowe (Walls, McKenzie, 2012, Mirrlees, 2013). W zasadzie sposób funkcjonowania branży filmowej ma coraz bardziej charakter globalnej sieci produkcyjnej. Przy czym termin „globalny” nie oznacza, że taka sieć oplata cały świat, a wskazuje jedynie na rozległość przestrzenną takich sieci i ich integrację funkcjonalną przekraczającą granice państw. Globalizacja branży filmowej obejmuje między innymi ekspansję produkcji filmowej do miejsc oddalonych od tradycyjnych ośrodków filmowych, takich jak Los Angeles, Nowy Jork, Londyn czy Tokio. Te nowe miejsca produkcji pojawiają się zarówno w krajach o rozwiniętej branży filmowej (na przykład Stany Zjednoczone, Kanada, Wielka Brytania, Włochy, Indie), jak i w nowych lokalizacjach, takich jak Nowa Zelandia, RPA, Czechy, Rumunia, Bułgaria czy Chiny. Ta tendencja zostaje wzmocniona przez procesy międzynarodowej współpracy oraz nowo powstające studia filmowe w krajach rozwijających się, co wpływa (najczęściej niekorzystnie) na tradycyjne ośrodki filmowe (Dahlström, Hermelin, 2007). Niektórzy, zwłaszcza grupy filmowców amerykańskich, określają to zjawisko mianem uciekającej produkcji (*run-away production*) (Johnson-Yale, 2008).

Globalizacja branży filmowej w zasadzie stała się już faktem, a globalna sieć produkcyjna jedną z głównych koncepcji opisujących to zjawisko. Poszczególne etapy produkcji mogą być realizowane w różnych lokalizacjach – zasoby produkcyjne przepływają więc między węzłami tej globalnej sieci swobodniej niż kiedykolwiek. Otwartą kwestią nadal pozostaje jednak znaczenie węzłów tej sieci (a więc ośrodków produkcji filmowej), które paradoksalnie wydają się mieć słabszą pozycję

niż same połączenia w sieci (Wasko, Erickson 2008). Ponadto węzłów tych jest relatywnie niewiele, co wynika z tego, że produkcja filmowa mocno koncentruje się w określonych miejscach nazywanych klastrami filmowymi lub medialnymi (Karlsson, Picard, 2011). Poza tym nowe elementy globalnej sieci produkcji filmowej obejmują między innymi międzynarodową ekspansję infrastruktury filmowej (studia filmowe), pojawianie się narodowych i regionalnych zachęt finansowych dla produkcji filmowej, polityki władz różnego szczebla wspierającej organizację produkcji, wzrastające powiązania międzynarodowe filmowych firm produkcyjnych (globalne korporacje medialne i ich kooperanci). Na sposoby organizacji działalności kreatywnej wpływa mocno specyfika branży, oraz to, że działalność produkcyjna podlega rozbiciu na poszczególne etapy. To dlatego w tej skoncentrowanej i jednocześnie mocno zglobalizowanej branży, jaką jest przemysł filmowy, coraz większą rolę odgrywają klastry.

## Idea klastra

Koncentracja działalności gospodarczej nie jest nowym zjawiskiem. W epoce przemysłowej, a więc od XVIII do XX wieku, również zaobserwować było można silne tendencje do skupiania się produkcji na niewielkich obszarach, nazywanych okręgami przemysłowymi. W końcu XIX wieku brytyjski ekonomista Alfred Marshall pisał o okręgach przemysłowych, które są prototypami współczesnych klastrów (1920). Lokalne koncentracje wyspecjalizowanej działalności charakteryzowały się prostą triadą korzyści zewnętrznych: łatwą dostępnością wykwalifikowanej siły roboczej, wzrostem zawieranych transakcji pomocniczych oraz specjalizacją poszczególnych firm w różnych fazach i gałęziach produkcji (Grzeszczak, 1999, Martin, Sunley, 2003).

Od połowy XX wieku znaczenie przemysłu w rozwoju gospodarczym sukcesywnie malało, a rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych, w tym Internetu spowodował to, że przyspieszyły procesy globalizacji, zarówno gospodarczej, jak i kulturowej. W zglobalizowanym świecie, skomunikowanym za pomocą sieci internetowej, wymiana dóbr i informacji stała się znacznie szybsza i tańsza. W związku z tym obwieszczono „śmierć geografii” (Toffler, 2007) i stwierdzono, że to, w jakim miejscu prowadzi się działalność, nie powinno mieć większego znaczenia (Friedman, 2007). Tymczasem, jak pokazały badania, tak nie jest. Na ten paradoks globalnej gospodarki zwrócił uwagę między innymi w latach dziewięćdziesiątych XX wieku amerykański ekonomista, profesor Uniwersytetu Harvarda Michael Porter. Zauważył on, że lokalizacja w dalszym ciągu ma ogromne znaczenie, a oprócz tego gdzie działa firma, ważne jest też, co znajduje się wokół niej. Porter (1990, 1998a, 1998b) sformułował koncepcję klastrów (w polskiej literaturze używane są również określenia „skupienia” lub „grona”), stając się jedną z najbardziej wpływowych w tej dziedzinie. Według Portera (1998b) klastry to geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, firm w branżach pokrewnych oraz związanych z nimi instytucji (na przykład uniwersy-

tetów i stowarzyszeń branżowych), które w poszczególnych dziedzinach jednocześnie konkurują i współpracują ze sobą. W powyższej definicji na uwagę zasługują dwa zasadnicze elementy. Po pierwsze Porter (1998b) zaznacza, że firmy w klastrze są wzajemnie powiązane dzięki podobieństwu i więzom komplementarności. Powiązania mogą być zarówno pionowe (między firmą dominującą a firmami od niej zależnymi), jak i poziome (między firmami oferującymi komplementarne produkty i usługi), a większość z nich obejmuje relacje społeczne lub sieci, które generują korzyści dla firm zaangażowanych. Drugim elementem jest geograficzne skupienie firm w klastrze. Współlokalizacja zwiększa korzyści wynikające z tworzenia sieci interakcji pomiędzy firmami (Martin, Sunley, 2003). Korzyści te są szczególnie widoczne dla małych firm, które zasadniczo mają większą od dużych firm tendencję do lokowania się w bliskim sąsiedztwie innych przedsiębiorstw. Włączając się w zakres klastra, małe firmy dzięki uzyskaniu korzyści skali, korzyści zakresu produkcji i korzyści wzrostu elastyczności mogą zwiększyć swą przewagę konkurencyjną (Grzeszczak, 1999).

Początkowo przewagę konkurencyjną firm Porter uzależniał od korzystnego zbioru czterech grup czynników:

1. strategii, struktury i rywalizacji przedsiębiorstw,
2. warunków wejścia na rynek,
3. warunków popytowych,
4. przemysłów pokrewnych i wspierających.

Im bardziej rozwinięte i intensywne są interakcje między tymi czterema grupami czynników, tym większa będzie wydajność firm (Porter, 1990). Później Porter (1998a, 1998b) doszedł do wniosku, że intensywność oddziaływania tych czynników jest większa, jeżeli firmy są również geograficznie skupione. Jego zdaniem przestrzenna koncentracja firm w tych samych branżach jest uderzająco powszechna na całym świecie.

Choć Porter (1990, 1998a, 1998b) odnosił koncepcję klastrów w głównej mierze do przemysłu, rzeczywistość pokazała, że z sukcesem mogą się również rozwijać w pozaprzemysłowych gałęziach gospodarki (Krapiński, Rybacka, Szlachta, Szultka, 2012). Działalność kreatywna związana z twórczością kulturową również charakteryzuje się szczególną tendencją do koncentracji w przestrzeni, tworząc tak zwane klastry kreatywne, które łączą w sobie (De Propriis i in., 2009, Lazzeretti i in., 2012):

- wspólnotę kreatywnych ludzi dzielących zainteresowanie nowatorskimi pomysłami na wielu polach tematycznych;
- stymulujące miejsce, gdzie ludzie, relacje, pomysły i talenty mogą wzajemnie na siebie wpływać;
- środowisko oferujące różnorodność, bodźce i swobodę twórczą;



- gęste, otwarte i stale zmieniające się sieci wymiany interpersonalnej czerpiące z niepowtarzalności i tożsamości kreatywnych jednostek.

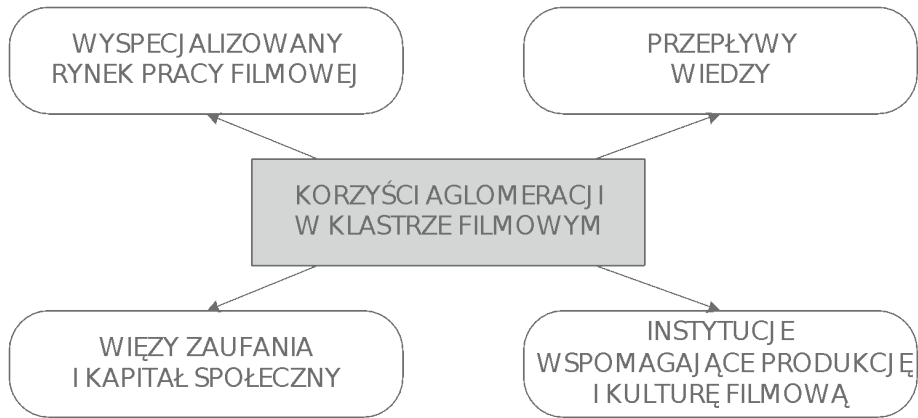
Klaster kreatywny można określić jako grupy konkurujących, ale i współpracujących ze sobą przedsiębiorstw, które generują w danym miejscu zapotrzebowanie na sieci wyspecjalizowanych dostawców oraz zasoby wysoko wykwalifikowanej siły roboczej (De Propriis, Wei, 2009). Zaspokojenie tych potrzeb zależy nie tylko od poziomu rozwoju samego sektora kreatywnego, lecz także od polityki publicznej i znaczących inwestycji. Ważną cechą klastrów kreatywnych to kooperacja (od angielskiego *co-opetition*, co jest zbitką językową słów kooperacja i konkurencja). Oznacza ona, że rywalizujące ze sobą firmy potrafią ze sobą również współpracować, gdyż po prostu można odnieść więcej korzyści, działając w grupie niż w pojedynkę, a sukces grupy będzie również sukcesem jednostki (Jankowska, 2012).

### Korzyści aglomeracji w klastrze filmowym

Klaster filmowy to wyspecjalizowana forma klastra, w której wytwarzane są treści audiowizualne, to jest filmy, programy telewizyjne, seriale itp. Współpraca w ramach klastra filmowego przynosi wiele korzyści podmiotom, które lokalizują się w jego obrębie, zapewniają sobie przestrzeń sprzyjającą pracy twórczej. Z uwagi na tak zwane efekty „rozlewania się” korzyści ze współpracy klastrowej są odczuwane także w innych gałęziach gospodarki (Krafiński i in., 2012). Dzieje się tak ze względu na to, że dynamiczne środowisko klastrów kreatywnych charakteryzuje się silnymi powiązaniem z branżami pokrewnymi, z którymi dzieli zazwyczaj kapitał kreatywny – wspólną pulę talentów (Sölvell, Lindqvist, Ketels, 2003).

Jak zaznaczono wyżej, produkcja audiowizualna cechuje się wysokim stopniem koncentracji. To, dlaczego podmioty branży filmowej koncentrują się na relatywnie niewielkim obszarze, można wyjaśnić za pomocą korzyści wynikających z umiejscowienia w sąsiedztwie innych podmiotów tej samej branży. Są to tak zwane korzyści aglomeracji. Budner (2003, s. 238) rozumie je jako „korzyści wynikające z koncentracji funkcji i ludności na małym obszarze”. Według De Propriis i in. (2009) korzyści aglomeracji w przypadku klastrów kreatywnych występują, gdy liczba konkretnych działań społeczno-gospodarczych i instytucjonalnych w sektorze przekracza masę krytyczną w określonym miejscu. Najistotniejsze korzyści obejmują:

1. istnienie wyspecjalizowanego rynku pracy,
2. przepływy wiedzy,
3. tworzenie więzów zaufania i nagromadzenie kapitału społecznego,
4. działanie dużej liczby instytucji otoczenia branży filmowej (ryc. 2).



Ryc. 2. Korzyści aglomeracji w klastrze filmowym. Źródło: opracowanie własne na podstawie De Propriis i in. (2009)

W sytuacji idealnej zbiorczy wyspecjalizowany rynek pracy w klastrze będzie przyciągać pracowników z określonymi umiejętnościami, co przyczyni się do obniżenia kosztów poszukiwania pracowników dla firm w ramach klastra (Hartley, Potts, Cunningham, Flew, Keane, Banks, 2013). Ma to szczególne znaczenie w branży filmowej, w której działania organizowane są jako samodzielne projekty tworzone przez zespoły pracujące razem tylko przez ograniczony czas. W zasadzie każdy film może być rozpatrywany jako osobny projekt lub też jedna produkcja filmowa może się składać z wielu mniejszych. Cechą charakterystyczną tych projektów jest to, że wymagają podziału na poszczególne zadania, co angażuje różne zestawy umiejętności. Kierownicy projektów są zatem w stanie znaleźć pracowników posiadających potrzebne umiejętności w łatwy sposób, natomiast pracownicy kreatywni korzystają z wyższego poziomu stabilności rynku pracy (De Propriis i in., 2009).

Drugim aspektem są przepływy wiedzy. Jak zaznaczył Krugman, „przepływy wiedzy są niewidoczne i nie zostawiają śladów, dzięki którym mogłyby zostać zanotowane i prześledzone” (1991, s. 53). Pojawiają się, gdy firmy komunikują się ze sobą i wymieniają towary i usługi. Interakcje tego typu mogą łączyć zarówno kooperantów, jak i konkurentów. Możliwość nieformalnych spotkań w barach i restauracjach oraz bardziej oficjalnych zebrań w biurach i na konferencjach tworzy specyficzny klimat, w którym granice między towarzyską wymianą informacji i doświadczeń a udzielaniem profesjonalnego wsparcia coraz bardziej się zacierają (Newbiggin, 2010). Stąd z całą pewnością można stwierdzić, że współlokalizacja oraz mobilność pracowników zapewniają ciągłą wymianę wiedzy i doświadczenia pomiędzy firmami i projektami. W wielu przypadkach lokalizacja w centrum konsumpcji ułatwia także skrócenie cyklu produkcji i konsumpcji, umożliwiając ciągłe opracowywanie i testowanie nowych trendów. W tych miejscach istnieje znaczna nieformalna wymiana informacji i pomysłów między konkurentami, któ-

ra utrzymuje ich w czołówce branży. Z kolei przedsiębiorcy izolujący się od tego otoczenia tracą, „wypadając z obiegu” (UNCTAD, 2010). W ten sposób przepływy informacji i wiedzy stymulują proces innowacji w przedsiębiorstwach włączonych w zakres klastra. Ponadto Bakhshi, McVittie i Simmie (2008) wykazali, że kreatywne przedsiębiorstwa stymulują innowacje w całej gospodarce poprzez ich relacje w łańcuchu dostaw z przedsiębiorstwami w innych sektorach. Przykładowo specjaliści od postprodukcji filmowej, zwłaszcza od efektów wizualnych, stanowią źródło innowacji dla branż takich jak reklama czy telewizja.

Utrzymujące się relacje między jednostkami i firmami w klastrze prowadzą do wzrostu zaufania i nagromadzenia kapitału społecznego. Ponowne wystąpienie interakcji pomiędzy przedsiębiorstwami w klastrze zmniejsza więc koszty poszukiwania odpowiedniego partnera i niepewność w kolejnych transakcjach. Nagromadzenie kapitału społecznego podwyższa standardy zachowań, ułatwia interakcje i współpracę między członkami klastra (De Propriis i in., 2009). W przeciwieństwie do kapitału fizycznego i kapitału ludzkiego, które cechują się mobilnością, kapitał społeczny przynależy do określonych miejsc, kultur oraz instytucji lokalnych (Sölvell i in., 2003). Strach przed wykluczeniem z tej korzystnej sieci wymiany stwarza dodatkową zachętę do wiarygodnych zachowań kooperacyjnych. Sieci społeczne, które formują się wewnątrz klastra, mogą także zwiększyć dostęp ich uczestników do cennych i często ukrytych informacji o dostępności talentów i nowych możliwości handlowych (De Propriis i in. 2009).

Fariselli i in. (1999, za de Berranger, Meldrum, 2000) twierdzą, że do zbudowania zaufania niezbędne są interakcje twarzą w twarz. Sugerują, że sama komunikacja elektroniczna nie wystarczy do wytworzenia takiego zaufania, lecz może pomóc je podtrzymywać. Zastosowanie technologii informacyjnych i komunikacyjnych w celu zapewnienia wirtualnych przestrzeni komunikacji i wymiany towarów i usług staje się jednak coraz powszechniejsze (de Berranger, Meldrum, 2000). Wiele małych przedsiębiorstw kreatywnych działa bowiem w oparciu o formy tymczasowego partnerstwa z innymi firmami, nawet zlokalizowanymi w odległych częściach świata. Pozwalają na to dostęp do szerokopasmowego Internetu oraz charakter wykonywanej działalności (Newbiggin, 2010). Jak zauważają Sölvell i in. (2003), należy pamiętać, że nawet najnowocześniejsze formy zdalnej komunikacji nie są w stanie dorównać bezpośrednim kontaktom między ludźmi w sytuacjach, kiedy dochodzi do przekazania nieskodyfikowanych informacji. W związku z tym, aby osiągnąć sukces, wymagane będzie połączenie lokalnych sieci społecznych, zarówno bezpośrednich, jak i wirtualnych (de Berranger, Meldrum, 2000).

Ostatnim przejawem korzyści aglomeracji występujących w klastrach filmowych jest obecność dużej liczby organizacji, które wspomagają funkcjonowanie branży filmowej. Nazywane są one często instytucjami otoczenia biznesu. Ich liczba wynika bezpośrednio z geograficznego skupienia firm specjalizujących się w danej branży. Obecność tego typu skupień zachęca bowiem do lokowania się w ich pobliżu innych przedsiębiorstw, które są dostawcami specjalistycznych usług

dla biznesu, w wielu przypadkach ułatwiają proces produkcji, a także obrót i dystrybucję (Hartley i in., 2013). W produkcji filmowej będą to firmy dostarczające specjalistyczny sprzęt, lokalni rzemieślnicy, firmy gastronomiczne zapewniające wyżywienie na planie zdjęciowym itd. Mogą to także być instytucje edukacyjne i szkoleniowe, takie jak szkoły filmowe. Są to również organizacje branżowe, stowarzyszenia lub rządowe bądź samorządowe instytucje, takie jak instytuty czy komisje filmowe. Pojawienie się tych wyspecjalizowanych podmiotów publicznych i prywatnych, świadczących szeroki zakres usług wspierających produkcję filmową, pozwala filmowcom skoncentrować się na kluczowych kompetencjach, co poprawia średnią wydajność i przewagę konkurencyjną wszystkich podmiotów w ramach klastra (Hartley i in., 2013).

Podsumowując, jak twierdzi Scott (2005), który wnikliwie badał klastry filmowe Hollywood, poprzez skupianie się firmy są w stanie czerpać wiele korzyści z przestrzennie skoncentrowanych rynków pracy, obfitych przepływów informacji oraz w pełni wykorzystywać potencjał innowacyjny, który obecny jest wszędzie tam, gdzie gromadzi się wiele różnych firm w wyspecjalizowanych działalnościach. Jednak korzyści, jakie generują klastry filmowe, są odczuwane nie tylko przez same firmy z branży, lecz także przez pozostałe podmioty w obrębie klastra, a także mieszkańców regionu dzięki efektom rozlewania się (*spill-over effect*). Niemniej w literaturze przedmiotu dotyczącej klastrów wspomina się także o ich potencjalnych wadach, które mogą odnosić się również do klastrów filmowych. Martin i Sunley (2003) dokonali syntetycznego zestawienia wymienianych w literaturze zalet i wad tworzenia klastrów, przedstawionego w tabeli 2. Ponadto podkreślają także, że nie należy przeceniać stopnia, w jakim sukces firmy zależy od lokalizacji w klastrze. Jak bowiem twierdzą, jeśli firma osłabiana jest poprzez złą kulturę zarządzania i stosowanie nieodpowiednich praktyk, trudno wymagać, aby zbudowała swoją przewagę konkurencyjną głównie dzięki lokalizacji w klastrze.

Potwierdzone zalety:	Potencjalne wady:
<p>większa innowacyjność,            wyższa wydajność,            wyższa rentowność,            większa konkurencyjność,            mniejsze ryzyko zawieranych transakcji,            większa liczba nowo zakładanych firm,            tworzenie nowych miejsc pracy,            przyciąganie inwestorów zewnętrznych,            szybszy rozwój regionu.</p>	<p>wyższe koszty pracy,            wyższe ceny gruntów i mieszkań,            nadmierna specjalizacja,            lokalne zatłoczenie i zwiększona presja na środowisko.</p>

Tab. 2. Zalety i wady tworzenia klastrów. Źródło: Martin, Sunley (2003, s. 27), ze zmianami

## Specyfika klastrów filmowych

Zarysowane powyżej korzyści aglomeracji wynikające z umiejscowienia się w klastrze mogą pojawić się również w innego rodzaju klastrach (przemysłowych, kreatywnych i innych). Istnieje jednak szereg cech nadających klastrom filmowym unikalny charakter. Do elementów wpływających na specyfikę klastrów filmowych należy to, że:

- filmy są dobrami o złożonym charakterze, których wytwarzanie obarczone jest wysokim ryzykiem;
- filmy mają charakter dóbr unikatowych – firmy nie mogą powielać wcześniejszych produkcji;
- branża filmowa, podobnie jak inne branże audiowizualne, działa projektowo, opierając się na sieci powiązań wewnątrz i na zewnątrz firm (tak zwane tymczasowe sieci produkcyjne);
- istnieje ciągła potrzeba kreatywności i innowacyjności w wytwarzaniu dobra, jakim jest film;
- na rynku filmowym i medialnym istnieje konkurencja oligopolistyczna, a więc obecność dużych podmiotów, takich jak międzynarodowe korporacje medialne, ale też telewizje publiczne lub instytuty filmowe dysponujące publicznymi środkami na produkcję filmową (jak to ma miejsce w przypadku Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej).

Pierwszym z wyróżnionych elementów jest złożoność dóbr, jakimi są filmy. Rozróżnienie na proste i złożone dobra kreatywne wprowadził Caves (2000). Według niego cechują je odmienne własności ekonomiczne. Wytwarzanie złożonych dóbr kreatywnych wymaga wieloetapowego działania i angażuje wiele podmiotów, zarówno pojedynczych twórców, pośredników kulturowych, jak i firm lub innych organizacji. Działania podejmowane dla wytworzenia takich dóbr układają się najczęściej w łańcuchy wartości dodanej, a więc sekwencję czynności, z których każda dodaje coś nowego do produkowanego dobra. Zazwyczaj taki łańcuch rozpoczyna faza przygotowawcza i koncepcyjna, po czym następuje etap produkcyjny, by w końcowych stadiach ukształtować produkt końcowy. Następnie dobra finalne są dystrybuowane do odbiorców. Choć dobra złożone mogą występować we wszystkich branżach kreatywnych, jednak w niektórych z nich ich udział jest zdecydowanie większy. Należą do nich przede wszystkim branże audiowizualne: filmowa, telewizyjna, muzyczna, medialna i gier wideo. Wytwarzanie kreatywnych dóbr złożonych cechuje występowanie wysokich kosztów stałych i kosztów utopione. Te ostatnie, w branży filmowej nazywane kosztami negatywu, ponosi się na początku danego przedsięwzięcia, kiedy jeszcze nie jest znana jego zyskowność. Dopiero gotowe dzieło filmowe można ocenić w kategoriach jakościowych i stwierdzić, czy efekt końcowy przyniesie zysk. Całkowity koszt na wyprodukowanie takiego dobra został już jednak poniesiony. Odzyskać te nakłady można tylko w przypad-

ku sukcesu komercyjnego danego przedsięwzięcia. To sprawia, że wytwarzanie złożonych dóbr kreatywnych, jakimi są filmy, jest obarczone wysokim ryzykiem i niepewnością (De Vany, Walls, 1999, De Vany, 2004), a klastry pozwalają na rozproszenie tego ryzyka.

Kolejną specyficzną cechą klastrów filmowych wynika z tego, że dobra, jakimi są filmy, mają unikatowy charakter. Unikatowość dóbr koniunkcją trzech cech (Karpik, 2010): wielowymiarowości, nieprzewidywalności i niewspółmierności. Wielowymiarowość oznacza, że dane dobro może służyć nie tylko temu, po co zostało stworzone, lecz także innym celom. Nieprzewidywalność dotyczy trudności lub niemożliwości określenia cech danego dobra przed rozpoczęciem jego konsumpcji. Niewspółmierność to cecha, która wskazuje, że dobra nie dają się porównywać z innymi dobrami tego samego rodzaju. Filmy mają w większym lub mniejszym stopniu wszystkie te cechy. Wielowymiarowość związana jest z wieloma funkcjami, jakie może pełnić dzieło filmowe: komunikacyjna, społeczna, użytkowa, kulturalna, poznawcza, ludzka. Nieprzewidywalność wiąże się z indywidualnym odbiorem dzieła filmowego. Nawet jeśli ktoś inny opíše nam treść przed obejrzeniem filmu, różna będzie recepcja całości przez poszczególne jednostki ludzkie. To sprawia, że dobra, jakimi są filmy, nie dają się w prosty sposób porównywać między sobą. O ile samochody można porównać przez obiektywne parametry techniczne, o tyle w procesie porównywania filmów duży jest udział sądów wartościujących, co uniemożliwia wypracowanie spójnych kryteriów porównań.

Trzecią cechą nadającą specyfikę klastrom filmowym jest to, że produkcja filmowa ma charakter projektowy. Wynika to zarówno z unikatowości dóbr, jakimi są filmy, jak i z ich złożoności. Wyprodukowanie filmu wymaga specjalistycznej wiedzy i kompetencji. Firmy zajmujące się produkcją nie mogą (i w zasadzie nie muszą) mieć wiedzy i umiejętności we wszystkich dziedzinach filmowych. Ewentualne braki mogą nabywać poprzez interakcje z podmiotami, które brakującą wiedzę mają. Stąd też istotną rolę odgrywają sieci relacji pomiędzy podmiotami pomagającymi w tworzeniu i przekazywaniu wiedzy. Istnienie takich sieci jest zasadnicze z tego względu, że stanowi sposób nabywania wiedzy i specjalistycznych umiejętności, co pozwala im zwiększyć swoją przewagę konkurencyjną. Pewne relacje sieciowe, zwłaszcza nieformalne, nie wymagają obecności rozbudowanych struktur instytucjonalnych, a więc specjalnych organizacji, które pośredniczyłyby między podmiotami. Dzięki temu są one łatwe do zainicjowania, zarówno z ekonomicznego, jak i organizacyjnego punktu widzenia. Współpraca między różnymi podmiotami owocuje także kreatywnym podejściem do wielu zagadnień i umożliwia wzajemne przenikanie wiedzy. Badania wskazują wyraźnie, że to właśnie usieciwienie produkcji filmowej sprzyja efektywności produkcji i wpływa pozytywnie na jej późniejszy sukces komercyjny (Krätke, 2002, Schulz, 2006, Escher, 2007, Johns, 2010).

Czwartą cechą, istotną i wręcz fundamentalną, odróżniającą klastry filmowe od innych rodzajów klastrów jest ich innowacyjność i kreatywność. Każde dzieło filmowe to unikalne dobro, którego odbiorcy muszą doświad-



czać jak nowego lub przynajmniej różniącego się od pozostałych (nawet jeśli nieznacznie). W przeciwnym przypadku nie będą chcieli obejrzeć filmu. Stąd produkcja nowych dóbr w branży filmowej jest silnie uzależniona od talentu, pomysłowości i kreatywności pojedynczych osób lub zespołów. Scenarzyści, aktorzy, kompozytorzy muzyki, oświetleniowcy, montażyści – od nich wszystkich zależy ostateczny kształt dzieła. Ludzie z określonymi kompetencjami kulturowymi, wiedzą i doświadczeniem spotykają się (intencjonalnie lub nie) w określonym miejscu i czasie. Pewne przestrzenie bardziej sprzyjają powstawaniu nowych idei, znaczeń lub artefaktów, albo inaczej sprzyjają produkcji kulturowej. Taką przestrzeń, która indukuje kreatywność, Törnqvist (1983) określał miejscem spotkań. Miejsca takie tworzą tak zwane kreatywne *milieu*, a więc środowisko sprzyjające twórczości. Hall (1998) w swoim monumentalnym dziele na temat roli miast w rozwoju cywilizacji pokazał, że to miasta były i są takimi „miejscami spotkań”. Od Rzymu i Aten przez Paryż i Wiedeń po Memphis i Los Angeles – we wszystkich okresach historycznych pewne miasta pełniły rolę swoistych lokomotyw wzrostu. To w nich właśnie powstawały rewolucyjne idee, przełomowe wynalazki czy innowacyjne produkty. I to właśnie w nich rozwijają się klastry kreatywne oraz klastry filmowe.

Ostatnia cecha wyróżniająca klastry filmowe to specyfika rynku filmowego, a także szerzej medialnego. Z geograficznego punktu widzenia relatywnie silna koncentracja przestrzenna jest jedną z najbardziej wyróżniających cech branż audiowizualnych. Występują one w ograniczonej liczbie dużych miast, w których rozwinęły się tak zwane klastry filmowe lub klastry medialne lub pełniące rolę „miast medialnych” (Krätke, Taylor, 2004) lub „miast filmowych” (Dimendberg, 2009). Miasta te są powiązane światową siecią obsługiwaną przez relatywnie niewielką liczbę wielkich międzynarodowych korporacji medialnych działających na skalę globalną i kontrolujących rozległą sieć filii i jednostek podległych. W ten sposób miasta stają się lokalnymi i narodowymi węzłami w globalnej sieci medialnej. Globalne korporacje medialne wprowadzają strategie koncentrujące się na otwieraniu nowych rynków i zwiększaniu udziału w istniejących rynkach, co wymaga obecności w miastach specjalizujących się w mediach lub w wielkich ośrodkach medialnych (Mirrlees, 2013). Obecność w tych wielkich miastach ułatwia firmom medialnym dostęp do najnowszych trendów i nowości w kulturze i sektorze kreatywnym, jak również do najnowszych branżowych osiągnięć technicznych. Wokół tych dużych korporacji rozwijają się skupiska małych, często bardzo małych, wyspecjalizowanych firm medialnych, które odgrywają rolę podwykonawców dla większych podmiotów albo służą pomocą w czasie produkcji zorientowanej na konkretny projekt. Takie klastry funkcjonują jako kreatywne środowiska miejskie charakteryzujące się elastyczną formą wewnątrzfirmowej sieci. Pozwalają one także globalnym korporacjom medialnym wykorzystać rozproszony w różnych częściach świata potencjał kreatywny produkcji rozrywkowej i produkcji treści audiowizualnych (Karlsson, Picard, 2011).



## Przykład klastra filmowego w Londynie

Aby ukazać specyfikę funkcjonowania klastra filmowego, przedstawiony zostanie przykład Londynu, który jest w pełni rozwiniętym i mocno wyspecjalizowanym klastrem. Klastrer londyński to część brytyjskiego przemysłu filmowego, jednego z bardziej znaczących w Europie i na świecie. W 2015 roku wyprodukowano na wyspach 201 filmów, a w szczytowym roku 2010 nawet 376. Rozwój brytyjskiej branży filmowej już od lat dwudziestych XX wieku jest mocno związany z Hollywood. Wspólna kultura i język sprawiają, że znacznie łatwiej współpracować obu kinematografiom. Z łącznej kwoty 1,4 miliarda funtów wydanej na produkcję filmową w Wielkiej Brytanii w 2015 roku aż 889 milionów, a więc 63% pochodziło zza oceanu (BFI, 2016). Za ten ogromny budżet wyprodukowano 17 filmów, co daje średnią 53 milionów funtów za film. Dla porównania, na 176 niezależnych produkcji brytyjskich wydano łącznie 308 mln funtów, a więc średnio 1,8 milionów na film.

Powiązania ze Stanami Zjednoczonymi sprawiają, że brytyjski przemysł filmowy od lat opiera się na dwóch modelach (Baillieu, Goodchild, 2002): produkcji wysokobudżetowych filmów „zamawianych” i finansowanych przez Hollywood oraz na niezależnej produkcji rozwijanej przez mniejsze rodzime wytwórnie, często wspieranej przez krajowe i regionalne fundusze filmowe. Te dwa z pozoru odległe modele oddziałują jednak na siebie, tworząc efekt synergii. Efekt taki oznacza uzyskiwanie zwielokrotnionych korzyści dzięki umiejętnemu połączeniu elementów obu nurtów (czyli komercyjnego i autorskiego). Mechanizm tej synergii jest w uproszczeniu następujący: wysokobudżetowe produkcje wymagają dużej dozy innowacyjności i rozwijania nowych rozwiązań – technologicznych, organizacyjnych lub artystycznych. To sprawia, że firmy i twórcy rozwijają specjalistyczne kompetencje, na przykład w zakresie tworzenia efektów wizualnych lub dźwiękowych, grafice 3D. Dzięki temu rodzime firmy wykształcają unikalną grupę wysoko wykwalifikowanych osób znających się na różnych aspektach produkcji filmowej. Jednocześnie te osoby na co dzień pracują na rzecz rodzimej kinematografii, pomagając podnosić poziom techniczny lub artystyczny kina autorskiego. To przekłada się później na sukcesy – zarówno artystyczne, jak i komercyjne – kina autorskiego, co potwierdzają raporty Brytyjskiego Instytutu Filmowego. Dla przykładu, w 2015 roku kino niezależne w Wielkiej Brytanii wygenerowało zyski ze sprzedaży biletów dające mu 11% udział w rynku, a rok wcześniej udział ten wyniósł nawet 16% (z reguły udział kina niezależnego nie przekracza kilku procent) (Shone, 2015, Cookson, 2016).

Serce brytyjskiego przemysłu filmowego to Londyn, co nie jest zaskoczeniem, w przeciwieństwie do wysokiego stopnia koncentracji branży w mieście. Blisko 60% wszystkich firm związanych z produkcją filmową w kraju i 50% firm postprodukcyjnych znajduje się właśnie w Londynie. Odpowiadają one za 80% wartości obrotów całej brytyjskiej branży filmowej. Równie duża jest koncentracja twórców – ponad dwie trzecie osób związanych z filmem zamieszkuje Londyn i jego okolice (Pratt, Gornostaeva, 2009).

Choć Londyn jest niezwykle rozległy, to zdecydowana większość firm związanych z filmem znajduje się na bardzo niewielkim obszarze w centrum Londynu, w dzielnicy Soho (ryc. 3). Ta silna koncentracja w tym miejscu ma swoje korzenie w latach dwudziestych XX wieku, kiedy to zaczął rozwijać się klaster filmowy. Zagraniczne firmy (francuskie i amerykańskie) otwierały swoje oddziały w Soho przy Wardour Street (Pratt, 2011). Ta ulica stała się główną osią i zarazem symbolem filmowego Londynu. Do dziś jest ona centralnym miejscem świata filmowego, choć jej charakter zmienił się. Studia filmowe już od lat trzydziestych przenoszono poza centrum miasta, a w Soho pozostawały siedziby dużych firm produkcyjnych i dystrybucyjnych, mniejsze firmy oraz przedstawicielstwa zagranicznych firm, takich jak Pathé czy 20th Century Fox. Dziś na tym niewielkim obszarze w promieniu około jednego kilometra od Wardour Street działa kilkadziesiąt firm związanych z produkcją, postprodukcją i dystrybucją filmową. Są wśród nich niemal wszystkie największe globalne korporacje medialne zajmujące się produkcją filmową (Nachum, Keeble, 2000).

Niegdyś, przechadzając się Wardour Street, można było natknąć się na takich aktorów jak Michael Caine, Peter Sellers czy Roger Moore, albo na reżyserów takich jak Michael Winner, Ken Russell, Mike Leigh czy Peter Greenaway. Szyldy nad drzwiami wejściowymi do budynków informowały o obecności takich firm jak J. Arthur Rank (organizacja magnata przemysłowego, który wybudował największe brytyjskie studio filmowe Pinewood, gdzie kręcone są obecnie filmy o Jamesie Bondzie i kolejne części sagi *Gwiezdnych wojen*), EMI Films czy Handmade Films. To ostatnie to małe studio filmowe założone przez eks-Beatlesa George'a Harrisona, które wyprodukowało między innymi *Żywot Briana* (1979, reż. Terry Jones) – film zrealizowany przez grupę Monty Python. Dzielnica obfitowała również w inne działalności kulturalne. Obok branży filmowej w Soho rozwijały się także firmy muzyczne, reklamowe, a później telewizyjne. Oprócz filmowców i aktorów można było spotkać również muzyków. Od końca lat dziewięćdziesiątych w krajobrazie Soho dominują studia postprodukcyjne stanowiące obecnie o sile klastra filmowego. To tam, w niepozornych przestrzeniach zwykłych budynków, tworzone są niezwykle efekty wizualne, które wszyscy mogliśmy oglądać w filmach takich jak *Gladiator* (2000, Ridley Scott), *Grawitacja* (2013, reż. Alfonso Cuarón) czy serie filmów o Harrym Potterze lub o piratach z Karaibów.

Klaster londyński to jednak nie tylko Soho i firmy filmowe. To również organizacje branżowe i stowarzyszenia, których w mieście jest blisko 30. Poza nimi ważny element stanowią szkoły artystyczne i filmowe (w liczbie 13) kształcące osoby znajdujące później pracę w branży filmowej. Do tego klaster korzysta z obecności publicznych instytucji rangi krajowej, takich jak Brytyjski Instytut Filmowy (odpowiednik PISF-u). Również władze miasta i organizacje z nim związane, takie jak Film London, wspierają działalność filmową, poprzez różne działania na rzecz branży – od pomocy w organizacji zdjęć przez szkolenia, pomoc prawną, wydarzenia i festiwale aż po wsparcie finansowe.

Klaster filmowy w Londynie tworzy zatem duża liczba rozmaitych podmiotów (firm, organizacji branżowych, szkół, władz publicznych), powiązanych ze sobą

złożoną siecią relacji. W ramach tych sieci ma miejsce zarówno współpraca, jak i konkurencja. Firmy z jednej strony rywalizują o nowe projekty, a z drugiej wymieniają się pracownikami przy realizacji większych zadań. Twórcy, którzy pracują w Soho, tworzą swego rodzaju społeczność lokalną. Jej członkowie nie tylko pracują, lecz także wiodą życie towarzyskie w ponad 80 pubach zlokalizowanych w Soho. Podczas spotkań w luźnej i nieformalnej atmosferze często dyskutowane są pomysły i wymieniane myśli. Badacze klastrów określają to mianem lokalnego gwaru (*local buzz*), który ma istotne znaczenie dla innowacji i przepływów wiedzy. Tworzony w ten sposób „ekosystem kreatywny” stanowi o sile i konkurencyjności Soho, a także każdego klastra filmowego (Pratt, 2011).



Ryc. 3. Lokalizacja firm związanych z produkcją, postprodukcją i dystrybucją w centrum Londynu.  
Źródło: opracowanie własne

## Podsumowanie

Produkcja audiowizualna, w tym filmowa, cechuje się wyraźną tendencją do koncentracji przestrzennej, na co wskazują dotychczasowe badania. Skupianie się podmiotów danej branży na relatywnie niewielkim obszarze może przybierać różne formy, które dają podmiotom odmienne korzyści. Tradycyjne okręgi przemysłowe stanowiły środowisko sprzyjające elastycznej specjalizacji, gdzie możliwe było osiągnięcie korzyści skali i zasięgu, gdzie rozwija się rynek pracy i wyspecjalizowanych umiejętności, czy dochodzi do interakcji między producentami a klientami i dostawcami. Podstawowe korzyści dla firm występowały w sferze wydajności i elastyczności działania. Klastry z kolei to takie skupiska, gdzie dodatkowo występują korzyści z zakresu innowacyjności. Klastry nie opierają się tylko na fizycznych przepływach zasobów i produktów, lecz także na intensywnej wymianie informacji biznesowej i wiedzy technologicznej. Wyróżnikiem klastrów są właśnie techno-



Ryc. 4. W niepozornych przestrzeniach zwykłych budynków Soho tworzone są niezwykle efekty wizualne, które wszyscy mogliśmy oglądać w filmach takich jak *Gladiator*, *Harry Potter*, *Grawitacja*, *Piraci z Karaibów* i wielu innych. Fot. K. Stachowiak

logiczne efekty przenikania wiedzy. Podstawowymi podmiotami w klastrze, podobnie jak w okręgach przemysłowych, są firmy, ale dodatkowo kluczową rolę pełnią instytucje otoczenia danej branży – władze lokalne, uniwersytety, media, samorząd gospodarczy. Te cechy, wraz z postępującą globalizacją gospodarczą i kulturową, sprawiają, że nowoczesna branża filmowa coraz częściej organizuje się w klastry. To pozwala jej dynamicznie się rozwijać i budować swoją przewagę konkurencyjną, przede wszystkim dzięki innowacyjnemu wykorzystaniu nowych technologii, co jest widoczne w klastrze filmowym w Londynie. To wykorzystanie nie byłoby skuteczne, gdyby nie wymiana wiedzy pomiędzy wyspecjalizowanymi pracownikami, a ta z kolei odbywa się w złożonych sieciach relacji społecznych i gospodarczych, opartych na kapitale społecznym i zaufaniu. Cały ten układ relacji jest wspierany przez instytucje otoczenia branży.

Na koniec należy zwrócić uwagę na to, że efektywność klastrów sprawiła, że władze publiczne różnych szczebli próbują włączyć je do polityki rozwoju. Klastry są więc mocno związane z polityką gospodarczą, zwłaszcza Unii Europejskiej. I to z nią najczęściej kojarzy się termin „klastery”. Należy jednak odróżnić klastry od organizacji klastrowych. O ile klastery są „naturalnym” skupiskiem ludzi, firm i innych podmiotów danej branży, o tyle organizacja klastrowa to formalne zrzeszenie różnych podmiotów, które podpisały oficjalne porozumienie i które bez takiej umowy być może nie zdecydowałyby się na współpracę. Jest to więc świadome i celowe działanie zmierzające do utworzenia nowego lub wzmocnienia już istniejącego skupienia. Nie zastąpi ono pewnej naturalnej tendencji do wymiany wiedzy pomiędzy podmiotami, która jest fundamentem powstawania i funkcjonowania każdego klastra.



## Bibliografia

- Baillieu, B., Goodchild, J. (2002). *The British Film Business*. Chichester: John Wiley.
- Bakhshi, H., McVittie, E., Simmie, J. (2008). *Creating Innovation: Do the Creative Industries Support Innovation in the Wider Economy?*. London: Nesta.
- BFI. (2016). *BFI Statistical Yearbook 2016*. London: British Film Institute.
- Boix, R., Lazzarretti, L., Capone, F., De Propriis, L., Sánchez, D. (2013). *The geography of creative industries in Europe: Comparing France, Great Britain, Italy and Spain*. [w:] L. Lazzarretti (red.), *Creative industries and innovation in Europe: Concepts, measures and comparative case studies*. London: Routledge.
- Budner, W. (2003). *Lokalizacja przedsiębiorstw: Aspekty ekonomiczno-przestrzenne i środowiskowe*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S., Mateos-Garcia, J. (2010). *Creative Clusters and Innovation: Putting Creativity on the Map*. London: Nesta.
- Cookson, R. (2016). *Independent film in strong supporting role at UK cinemas*. <https://www.ft.com/content/e5ecc0c2-c5c5-11e5-808f-8231cd71622e> (dostęp: 28.01.2016).
- Dahlström, M., Hermelin, B. (2007). *Creative Industries, Spatiality and Flexibility: The Example of Film Production*. „Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography”, 61 (3).
- de Berranger, P., Meldrum, M. C. R. (2000). *The Development of Intelligent Local Clusters to Increase Global Competitiveness and Local Cohesion: The Case of Small Businesses in the Creative Industries*. „Urban Studies”, 37, 10.
- De Propriis, L., Chapain, C., Cooke, P., MacNeill, S., Mateos-Garcia, J. (2009). *The geography of Creativity*. London: Nesta.
- De Propriis, L., Wei, P. (2009). *Creativity and space: The opportunity of an urban creative jewellery cluster*. „Creative Industries Journal”, 2 (1).
- De Vany, A. (2004). *Hollywood Economics: How Extreme Uncertainty Shapes the Film Industry*. London: Routledge.
- De Vany, A., Walls, W. D. (1999). *Uncertainty in the Movie Industry: Does Star Power Reduce the Terror of the Box office?*. „Journal of Cultural Economics”, 23, 4.
- Dimendberg, E. (2009). *City and film*, [w:] R. Hutchinson (red.), *Encyclopedia of urban studies*. Thousand Oaks: Sage.
- Escher, A. (2007). *Network of the cultural economy. Local node and global integration of film and television industry in Germany and the USA*. *Erdkunde*, 61, 2.
- Evans, G. (2009). *From Cultural Quarters to Creative Clusters: Creative Spaces in the New City Economy*. [w:] M. Legner (red.), *The sustainability and development of cultural quarters: International perspectives*. Stockholm: Institute of Urban History.
- Friedman, T. L. (2007). *The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century*. New York: Picador.
- Grzeszczak, J. (1999). *Bięgony wzrostu a formy przestrzeni spolaryzowanej*. Warszawa: Prace Geograficzne, 173, IGIiPZ PAN.
- Hall, P. (1998). *Cities in Civilization*. New York: Pantheon Books.
- Hartley J., Potts J., Cunningham S., Flew T., Keane M., Banks J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. London: SAGE Publications Ltd.
- Jankowska, B. (2012). *Kooperacja w klastrach kreatywnych. Przyczynek do teorii regulacji w gospodarce rynkowej*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań.

- Johns, J. (2010). *Manchester's Film and Television Industry: Project Ecologies and Network Hierarchies*. Urban Studies, 47, 5.
- Johnson-Yale, C. (2008). "So-Called Runaway Film Production": Countering Hollywood's Outsourcing in the Canadian Press. „Critical Studies in Media Communication”, 25, 2.
- Karlsson, C., Picard, R. G. (ed. by) (2011). *Media Clusters: Spatial Agglomeration and Content Capabilities*. Edward Elgar, Cheltenham.
- Karpik, L. (2010). *Valuing the unique: The economics of singularities*. Princeton University Press, Princeton.
- Krapiński, B., Rybacka, M., Szlachta, P., Szultka, S. (2012). *Klasy w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Krätke, S. (2002). *Network analysis of production clusters: The Potsdam/Babelsberg film industry as an example*. „European Planning Studies”, 10, 1.
- Krätke, S., Taylor, P. J. (2004). *A world geography of global media cities*. „European Planning Studies”, 12, 4.
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, Leuven: Leuven University Press, MIT Press.
- Lazzeretti, L., Boix, R., Capone, F. (2008). *Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain*. „Industry and Innovation”, 15, 5.
- Lazzeretti, L., Capone, F., Boix, R. (2012). *Reasons for clustering of creative industries in Italy and Spain*. „European Planning Studies”, 20, 8.
- Marshall, A. (1920). *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Martin, R., Sunley, P. (2003). *Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?*. „Journal of Economic Geography”, 3, 1.
- Mirrlees, T. (2013). *Global Entertainment Media: Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization*. Oxon: Routledge.
- Nachum, L., Keeble, D. (2000). *Localized Clusters and the Eclectic Paradigm of FDI: Film TNC's in Central London*. Transnational Corporations, 9, 1.
- Newbigin, J. (2010). *Kreatywna Gospodarka i Przemysł Kultury (Creative and Cultural Economy). Część I: Kreatywna gospodarka: Przewodnik dla początkujących*. British Council, London.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.
- Porter, M. E. (1998a). *The Adam Smith address: Location, clusters, and the new microeconomics of competition*. Business Economics, 33, 1.
- Porter, M. E. (1998b). *Clusters and the new economics of competition*. Harvard Business Review, 76, 6.
- Power, D. (2011). *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. Luxembourg: European Commission.
- Pratt, A. C., 2011. *Microclustering of the media industries in London*. [inw:] C. Karlsson, R. G. Picard (ed. by). *Media Clusters: Spatial Agglomeration and Content Capabilities*. Edward Elgar, Cheltenham.
- Pratt, A. C., Gornostaeva, G. (2009). *The governance of innovation in the Film and Television industry: a case study of London, UK*. [w:] A. C. Pratt, P. Jeffcutt (red.), *Creativity, Innovation and the Cultural Economy*. London: Routledge.
- Schulz, C. (2006). *Networks of the economy of culture. The local knots and global interdependence of the Film and Television industry in Germany and in the US*. Geographische Zeitschrift, 94, 4.
- Scott, A. J. (2005). *On Hollywood: The Place, The Industry*. Princeton: Princeton University Press.
- Shone, T. (2015). *The unstoppable rise of independent films*. Financial Times, 20.02.2015.

- Sölvell, Ö., Lindqvist, G., Ketels, C. (2003). *Zielona księga inicjatyw klastrowych. Inicjatywy klastrowe w gospodarkach rozwijających się i w fazie transformacji*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Stachowiak, K., Tomczak, P. (2015). *Przestrzenny wymiar sektora kreatywnego*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Toffler, A. (2007). *Szok przyszłości*. Przeźmierowo: Wydawnictwo Kurpisz,.
- Törnqvist, G. (1983). *Creativity and the renewal of regional life*. [w:] A. Buttimer (red.), *Creativity and context*. Lund Studies in Geography, Series B: Human Geography, 50, Gleerup, Lund.
- Turok, I. (2003). *Cities, clusters and creative industries: The case of film and television in Scotland*. European Planning Studies, 11, 5.
- UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010. Creative economy: A feasible development option*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- Walls, W. D., McKenzie J. (2012). *The changing role of Hollywood in the global movie market*. Journal of Media Economics, 25, 4.
- Wasko, J. (2008). *Cross-border Cultural Production: Economic Runaway Or Globalization?*. Amherst: Cambria Press.
- Wu W. (2005). *Dynamic Cities and Creative Clusters*. Washington: World Bank Policy Research, 3509, World Bank.

### **Film Clusters as a New Way of the Organisation of Audio-visual Production**

The paper aims to analyse film clusters as a spatial form of the organisation of audio-visual production. Audio-visual industries, including film production companies, show a distinct tendency to spatial concentration and forming clusters. Film clusters are specialised assemblies in which audio-visual material is produced, i.e. films, TV programmes, serials, etc. Cooperation within a film cluster brings many benefits to its entities since it ensures them a space favourable to creative work. Because of the so-called spill-over effects, the advantages following from their cooperation can also be felt in other sectors of economy. This is the case because the dynamic environment of creative clusters has strong links with related industries with which it usually shares creative capital – a common pool of talents. The paper explains the concept of cluster and shows the benefits of clustering for the film industry. Then, it analyses the distinctive features of a film cluster and explores them empirically on the example of a film cluster in London.



# Iwona Morozow

Uniwersytet Wrocławski

## Etnografia w badaniach filmu i kultury produkcji

*Rolą antropologa jest być upartym nudziarzem,  
który wypytuje o sens dowcipu [...].*

Nigel Barley

Tradycja wykorzystywania metod etnograficznych w studiach nad filmem w Polsce nie jest rzeczą znaną, choć takie propozycje pojawiły się niedawno chociażby u Marcina Adamczaka, projektującego swoje badania kultury produkcji na przykładzie przede wszystkim rodzimej kinematografii (2014). Koncepcja Adamczaka w dużej mierze posiłkuje się zresztą dorobkiem Edwarda Zajička, którego poznański filmoznawca uznaje za prekursora naukowej refleksji na temat produkcji i ekonomii filmu (Adamczak, 2014, s. 8-9; Zajiček, 2009). Podczas dalszych poszukiwań okazuje się, że choć współcześnie propozycja zastosowania etnografii w badaniu kina jawi się jako nowatorska, wcale nie jest pomysłem nowym. Pierwsze studium, w którym zastosowano wiedzę antropologiczną do badania kina i kultury filmowej, pojawiło się na początku lat pięćdziesiątych XX wieku w Stanach Zjednoczonych. To właśnie wtedy eksperymenty z metodą i terenem doprowadziły etnologkę Hortense Powdermaker do samego Hollywood. W pionierskiej pracy *Hollywood, the Dream Factory* (1951) badaczka dokonała antropologicznej analizy fabryki snów, opartej na rocznych badaniach – wywiadach i obserwacjach uczestniczących prowadzonych za kulisami wśród aktorów, scenarzystów, reżyserów, producentów, na planach filmowych i spotkaniach gildii. Powdermaker w interesujący sposób podjęła się próby badawczej tego zagadnienia filmoznawczego, które dziś określać można badaniami kultury produkcji. Jednak o ile jej pionierstwo na gruncie antropologii jest niepodważalne, to w tej sferze ba-

dawczej pozycję winna dzielić z Leo C. Rostenem, który dekadę wcześniej podjął się podobnego zadania w celu położenia „Hollywood pod mikroskopem nauki społecznej”, co w ambicji amerykańskiego badacza miało przełożyć się na solidny opis naukowy, uwzględniający także nieformalną sferę świata kina, obyczaje, plotki i kulisy. Czynnikiem umożliwiającym Rostenowi wcielenie w życie tego zamysłu badawczego był fakt, że krótko po skończonych studiach pracował dla niewielkiej wytwórni jako scenarzysta (1941).

Interesujące aspekty można zaobserwować, porównując obie wspomniane prace – Rostena, przeprowadzone z pozycji *insidera*, i Powdermaker, *outsidera*, który musi radzić sobie z ekskluzywnością środowiska. W przeciwieństwie do swojego poprzednika, który z dumą rozpisywał się w swojej pracy na temat możliwości, jakie rozpościerają się przed nim dzięki krótkiemu epizodowi w Hollywood (1941), antropolożka była przekonana, że to właśnie status „obcego” działa na jej korzyść, gdyż eliminuje osobiste interesy i więzi emocjonalne. Powdermaker nie wzięła jednak pod uwagę, że taki status powoduje również niezrozumienie pewnych elementów przemysłu (na przykład znaczenia cenzury), przez co wiele z jej sądów można uznać za naiwne i ideowe. Ponadto innym problemem badaczki było wciąż jeszcze silne przekonanie o statusie antropologii jako dyscypliny badającej odległe kultury, co uniemożliwiło modyfikację kategorii i w rezultacie zaowocowało przeniesieniem wypracowanych na kulturach plemiennych metod i pojęć, bez uwzględnienia charakterystyki nowej sytuacji. Praca przysłużyła się więc nieco „egzotyzacji” rodzimego dla niej Hollywoodu (1951). Książka Powdermaker była w efekcie – jak pisał Gordon Gray – produktem swoich czasów, przez co cechuje ją (z dzisiejszej perspektywy) trywialne podejście do mediów jako środka służącego przede wszystkim manipulacji (2010, s. 99). Mimo wszystko dziwi, że – zarówno wtedy, jak i dziś – nowatorstwo Powdermaker nie wywołało jeżeli nie euforii, to choć większego zainteresowania w środowiskach akademickich. Bez względu bowiem na niedociągnięcia pracy nie można odmówić autorce pomysłowości i odwagi, które zaowocowały wkrótce dalszymi dociekaniem, a w końcu uprawomocnieniem na gruncie antropologii subdyscypliny specjalizującej się w badaniach kina i kultury filmowej. Nie można również umniejszać wkładu autorki na polu tak zwanych *film studies*. Elementem, który interesuje mnie w tym miejscu najbardziej, jest oczywiście próba zastosowania tradycyjnych metod etnograficznych do badań kina, co – zwłaszcza przy dzisiejszych paradygmatach funkcjonujących na polu filmoznawstwa – oferuje szereg możliwości poznawczych, które muszą być uprzednio rozważone.

Rostena na pewno należy pochwalić za koncepcję zaprojektowanych badań, które miały charakter zespołowy, zostały przeprowadzone przez socjologa, ekonomistę, statystyka i specjalistę od zasobów ludzkich. Ponadto imponuje operowanie różnorodnymi, przystosowanymi do specyfiki terenu narzędziami – kwestionariuszami, obserwacjami, analizami dokumentów – a także wzięcie pod uwagę danych rynkowych i zwrócenie uwagi na wartość plotek, niesformalizowanych reguł i hollywoodzkich zwyczajów. Niestety, pomimo ambitnego projektu, efekt badawczy sprowadzał się jedynie do analiz statystycznych i niewiele wnoszących danych (na

przykład na temat liczby potomstwa pracowników branży) i przybrał formę bliższą dziennikarstwu niż naukowemu opracowaniu (Adamczak, 2014, s. 30).

Z prób Rostena i Powdermaker płynie pewna lekcja dla badacza, który chce podjąć się podobnego wyzwania, czyli zbadania kinematografii od kulis. To konieczność rozważenia konkretnych problemów metodologicznych jeszcze w fazie planowania samego projektu. Należy do nich potrzeba zmierzenia się z konsekwencjami wynikającymi z pozycji *outsider/insider* i związanym z tym nastawieniem środowiska do badacza, a także zastanowienie się nad stopniem jawności badań (przez wzgląd na ekskluzywność środowiska i panującą w branży poufność). Bez względu na wybór pozycji badacza należy nie tylko rozeznaczyć się w branży, ale też przemyśleć kwestie języka, pojęć, kategorii, wyboru materiałów i ustanowienia ich znaczenia dla wartości poznawczej projektu (w celu uniknięcia grożącej takim badaniom formy publicystycznej czy wręcz tabloidowej).

Powyższe projekty doczekały się udanej odpowiedzi przeszło 60 lat później, kiedy to inna badaczka – Sherry Ortner – powróciła do Hollywood z nowym konceptem badań etnograficznych (2010). Również i tu nie było łatwo, choć efekt – ze względu na świadomą modyfikację projektu – uchronił badaczkę przed porażką. Interesującym aspektem był tu nacisk na przedmiot badawczy, którym z jednej strony była fabryka snów, a z drugiej specyficzny dla antropologii element autoetnograficzny (refleksyjny), który wyraźnie przedstawiał charakter i kontekst zarówno zdobytej wiedzy, jak i doświadczenia. Badaczka za pomocą metaetnograficznej refleksji opisała trudności swojego doświadczenia badawczego, punktując wątpliwości co do przyjętej metody i wyboru przedmiotu badań w artykule na łamach „Etnography” (2010). Ponadto Ortner poczyniła w nim dość interesujące nawiązania do innych studiów, jak chociażby do Laury Nader – antropolożki analizującej dominujące instytucje – oraz do Johna Thorntona Caldwell, którego badania skupiały się na kulturze produkcji. Artykuł Ortner opowiadał o możliwości antropologicznego zainteresowania fabryką snów, która – jako królowa przemysłu – produkuje określone dobra i opowiada konkretne historie, cały czas poszukując skuteczniejszego sposobu na poruszanie (emocjonalnie i wewnętrznie) ludzi i najczęściej odnosząc w tym sukces (2010, s. 212). To, co chyba najistotniejsze w kontekście tej publikacji, to model tak zwanego *interface ethnography* (2010, s. 219), co w tym konkretnym przypadku przekłada się na badania prowadzone podczas publicznych wydarzeń (festiwali, konwentów, konferencji prasowych), które Ortner zdecydowała się zastosować przez wzgląd na panującą w branży poufność – powodującą, że insiderzy chcą mówić wyłącznie o produkcji, nie są zaś zainteresowani zdradzaniem szczegółów procesu, który prowadzi do jego powstania (2010, s. 226).

Propozycja Ortner jawi się jako niezwykle inspirujący przykład antropologicznych badań nad współczesnym kinem z kilku powodów. Po pierwsze, badaczka oparła je na empirii jako na kluczowej metodzie badawczej dla antropologii. Po drugie, rozszerzyła przedmiot badawczy z filmu jako takiego na rzecz analizy całej kultury filmowej. Wyłaniająca się zatem w tym miejscu propozycja badawcza mogłaby polegać na empirycznym badaniu przestrzeni lokalnej produkcji filmowej

w oparciu o wypracowane na gruncie dyscypliny i odpowiednio dobrane metody, a przez aplikowanie wiedzy i tradycji etnograficznej umożliwić interdyscyplinarne badania nad filmem w poszerzonym kontekście. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że wokół tego typu zagadnienia zbudować należy rzetelnie przemyślany terenowy projekt etnograficzny, który – tak jak w przypadku Ortner – musi być w każdej chwili gotowy na modyfikacje związane z ewolucjami problemów badawczych. Należy być świadomym trudności związanych z wejściem do środowiska – rozważyć opcję drobnego „podstępu” czy otwartości, co nigdy dla antropologa nie jest decyzją łatwą, lecz bywa wymuszone zwłaszcza w przypadku elitarnego środowiska (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 7, 77-83). Następnie należy dobrać odpowiednie metody w zależności od założonego problemu badawczego (obserwację lub obserwację uczestniczącą wśród osób tworzących plan filmowy, pogłębione wywiady nieustrukturyzowane lub badania o charakterze kwestionariuszowym; do tego należy dodać decyzję na temat prowadzenia dzienników oraz uwzględnienia swoistego aspektu działania w kulturze) i określić swoją pozycję w terenie (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 131-162). W końcu pozostaje kwestia przyjęcia odpowiedniego wizerunku – akceptowalnego, byle nie irytującego ignoranta (jak ujął to Lofland) – i uniknięcia przy tym zakładanego często w terenie bycia niekompetentnym (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 107). Badania etnograficzne, jak świetnie pokazuje na swoim przykładzie Ortner, są bowiem wejściem w inną, obcą kulturę, przez co należy je traktować jako element „uczenia się”, o czym pisała Laura Bohannom (Hammersley, Atkinson, 2001, s. 109-110). Proces ten należy traktować indywidualnie, czasami wykraczając poza podręcznikowe metody i zachowując otwartość, a także będąc przygotowanym na ciągłe zmiany.

Podobny pomysł, również dostrzegający potencjał etnograficznych badań jakościowych, pojawił się i w polskim filmoznawstwie za sprawą Marcina Adamczaka. Filmoznawca projektujący szeroko zarysowane, zespołowe badania nad kulturą produkcji pisze o etnografii jako o możliwym narzędziu pogłębiającym dotychczasowe analizy polityczne i ekonomiczne rodzimego rynku filmowego. Taki model badań pozwala dotrzeć do wielu dotychczas słabo dostrzeganych elementów związanych z kinem, ponadto oferuje spojrzenie na film w nowym wymiarze, uwzględnia całą sieć społecznych relacji i mechanizmów, w które jest uwikłany, umożliwiając również badanie określonego wycinka rzeczywistości społecznej (2014).

Poznański badacz nie projektuje swoich empirycznych strategii w oparciu o postulaty przedstawicieli brytyjskich studiów kulturowych (powołując się między innymi na Nicka Couldry'ego, Meaghan Morris, Johna Fiske), którzy po dokonaniu diagnozy dotychczasowej tradycji u progu XXI wieku głosili potrzebę zmiany perspektywy na „wewnętrzną” i unikania pankulturalistycznych paradygmatów. Adamczak podobną potrzebę zmiany dostrzega na gruncie badań filmoznawczych, gdzie brakuje już zaufania do Wielkich Teorii; formalistycznym analizom z Wisconsin przypisuje nieuwzględnianie istotnego przeciw kontekstu (ekonomicznego, społecznego, produkcyjnego itd.). W efekcie nowoczesne badania nad filmem kierują swoją uwagę na analizy ekonomiczne i instytucjonalne. Pośród nich istnieje jednak biała

plama, którą dla badacza są studia nad mikrostrukturami świata produkcji filmowej, „oddolnym” poziomem rzeczywistych realizacji, planem filmowym czy telewizyjnym studium – nie zaś tylko analizy ilościowe, badania marketingowych strategii i korporacyjnych struktur. Wszystko to ma doprowadzić do wszechstronnego obrazu współcześnie rozwijającego się przemysłu audiowizualnego (w jego różnych skalach). W ten sposób empirycznie można badać już nie tylko popularną w studiach kulturowych i w antropologii mediów (w zachodniej tradycji) recepcję tekstów czy konsumpcję kultury, ale dowartościować również drugą stronę, związaną z wytwarzaniem, produkcją, opisem konkretnych środowisk pracy, ich wewnętrznych relacji, rytuałów, narracji, stref kontaktu, praktyk i wartości (Adamczak, 2014, s. 24).

Jak zatem takie badania miałyby wyglądać w praktyce? „Projekt ów opiera się na «etnograficznych» badaniach funkcjonowania przemysłu medialnego i realiów procesu produkcji, koncentrując uwagę na studiach środowiska pracy teoż przemysłu, jego wewnętrznych relacjach, rytuałach, narracjach, strefach kontaktu, praktykach i wartościach” (Adamczak, 2014, s. 24). W rezultacie badania te mają uzupełniać „holograficzny obraz” dzisiejszej kultury audiowizualnej, wzbogacając istniejące analizy gotowych produktów na ekranie (bez względu na przyjętą optykę, szkołę) o to, co poza nim, „u dołu” czy „na froncie”. Przydatne miałyby być tu cztery metody badawcze: analiza tekstów i dokumentów, wywiady z pracownikami (zarówno kreatywnymi, jak i technicznymi), obserwacja uczestnicząca na planie filmowym (ewentualnie na etapie pre- i postprodukcji) oraz analiza ekonomiczna i instytucjonalna (Adamczak, 2014, s. 24-25). Celem tak skonstruowanych badań w opinii Adamczaka jest ich znaczenie w aspekcie teoretycznym i hermeneutycznym względem sztuki filmowej (2014, s. 256). Mogą one prowadzić bowiem do pełniejszego opisu i zrozumienia kinematografii opartego na wiedzy empirycznie ugruntowanej, dalekiej od Wielkich Teorii czy podejść neoformalno-kognitywnych (2014). Perspektywa estetyczna ustępuje tu miejsca antropologicznej i kulturoznawczej refleksji nad współczesnym kinem. Poprzez długotrwałe obserwacje uczestniczące i wywiady pogłębione pozwala zestawić na przykład klasyczny paradygmat autorski z rzeczywistym procesem powstawania obrazu filmowego, który jawi się jako zdecydowanie bardziej skomplikowany i kolektywny (Adamczak, 2014, s. 259). To z kolei przekłada się na bardziej adekwatną, złożoną i indywidualną sytuację badawczą, którą można – a wręcz należy – poddawać porównaniom. To próba uzupełnienia dociekań nad rozmaitymi aspektami kina – w tym regułami zatrudnienia, sposobami nabywania doświadczenia, roli przypadku – i nakreślenia w ten sposób znaczenia, jaką posiada ta „nieobecna, a wiele determinująca siła” (Adamczak, 2014, s. 258) pozaekranowej rzeczywistości.

W tym kontekście etnografia wydaje się kluczowym i interesującym punktem badań i ujawnia pewien wspólny trop z inną, istniejącą już tradycją antropologii wizualnej, która to właśnie marginalizowanemu w głównym nurcie badań procesowi produkcyjnemu poświęcała sporo uwagi. W końcu choćby Jay Ruby, pisząc o kinie antropologicznym (wtóruje mu również wielu innych antropologów wizualnych), podkreślał, że każdej praktyce filmowania towarzyszyć musi jeszcze me-

tapraktyka, analizująca każdy krok antropologa w terenie (2002). Myśl ta zwraca uwagę na znaczenie samego procesu filmowania i tworzenia tekstów audiowizualnych, na jego społeczne umiejscowienie. Zamiast na gotowym tekście skupia się na procesie tworzenia filmu, który jest podstawą do rozumienia całości projektów własnych czy inicjowanych.

W związku z powyższym w interesującym nas wątku tradycji subdyscypliny sięgnąć można przede wszystkim do filmujących antropologów i tych „nadzorujących” różnego rodzaju projekty filmowe i medialne. Dla wielu proces produkcji liczy się o wiele bardziej niż gotowa narracja, gdyż wyraźnie pokazuje to, co w nim społeczne. Produktem w tego typu badaniach lub projektach w efekcie nie jest jeden, ale przynajmniej dwa teksty (film i refleksja), które, istniejąc w komplementarnym związku, tworzą dla siebie nawzajem właściwy kontekst. Dla filmujących antropologów zatem plan filmowy, podobnie jak ostateczny produkt, staje się przedmiotem namysłu – szczegółowo i subiektywnie opisywany jest proces przygotowawczy (planowanie badań), okres zdjęciowy (wraz z całym towarzyszącym mu kontekstem) oraz postprodukcja. Poprzez tę praktykę przemawia oczywiście pewna intencjonalność, która uzasadnia wartość aspektu produkcyjnego i ma więcej wspólnego z chęcią zrozumienia kultury czy społeczeństwa niż faktycznym zainteresowaniem medium. W klasycznym studium Sola Taxa i Johna Adaira, *Through Navaho Eyes*, chodziło w istocie o zbadanie kulturowo zapośredniczonego systemu komunikacyjnego (1972, s. 25). Jeanu Rouchowi zależało na udowodnieniu upodmiotowienia swoich bohaterów i podkreśleniu kolektywnego charakteru tworzonego „głosu” (Ruby, 2000, s. 195-219; Sikora, 2012, s. 132-153). Z kolei dla Sarah Pink proces tworzenia filmu stał się osobną wartością, niezależną, a nawet ważniejszą od samego efektu w postaci filmu lub materiału filmowego. Bez względu jednak na różnice wszystkie trzy przykłady pokazują, jak proces produkcyjny uzupełnia wiedzę na temat obrazu, zmieniając nawet jego odbiór (Pink, 2009) i, co ważne, być może nie w sposób bezpośrednio intencjonalny, ale ma również swój wkład w rozwój wiedzy na temat filmu.

W ten sposób badania nad filmem w zakresie antropologii wizualnej – choć w zupełnie innej skali (z uwagi na lokalny kontekst produkcji) i wymiarze (bo motywowane etyką badawczą) – proponują realizowanie projektu, w którym przedmiot badawczy jest o wiele bardziej złożony (niż rysują to tradycyjne formalistycznie zorientowane badania), i jednocześnie podkreślają znaczenie procesualnego wymiaru powstawania filmu, wpisując się w trend przyjmujący jego inny status ontyczny. To podejście polegające na procesualnym, empirycznym badaniu filmu jako fenomenu społecznego, osadzonego lokalnie, stanowiącego odzwierciedlenie wiedzy wspólnoty, będącego inspirującą bazą źródłową dla filmoznawcy – etnografa ruszającego w teren lub na plan filmowy.

Wspominając o tradycji antropologii wizualnej, warto podkreślić, że takie właśnie ontologiczne podejście do filmu zakłada się w jej obrębie nie tylko w kontekście analizowania filmów tworzonych przez antropologów, lecz również badania tak zwanego kina oddolnego czy też rdzennych mediów (Ginsburg, Abu-Lughod,



Larkin, 2002). W tym wypadku poprzez badania terenowe na planach tego typu produkcji dochodzi się do opisu i prób zrozumienia określonych zjawisk o charakterze filmowym. Patrząc na film zatem, badacz nie koncentruje się wyłącznie na gotowym, skończonym tekście filmowym, lecz niejako spogląda poprzez niego na jego kulturowy i społeczny fundament, analizując w ten sposób nie tylko skończony, wytworzony tekst kultury, ale także tworzący go swoisty mikroświat, którego tenże „wytwór” jest częścią.

Empiryczna wyprawa na plan filmowy wydaje się ekscytującą możliwością nie tylko dla znudzonego, gabinetowego filmoznawcy, ale i antropologa poszukującego nowych pól badawczych i coraz śmielej wkraczającego na grunt interdyscyplinarnych dociekań. Filmoznawca potrzebuje antropologa w rzeczywistości, w której jako przepis na badania terenowe wręcza się klasyczną pozycję „ojca badań terenowych” – Bronisława Malinowskiego – z poleceniem naśladowania:

Przed opuszczeniem Harvardu udałem się z wizytą do Kluckhohna. Mimo pewności siebie, jaką wyniosłem z zajęć na uczelni, to ostatnie spotkanie mocno mnie przygnębiło. Kiedy poprosiłem Kluckhohna o jakieś wskazówki czy porady, ten opowiedział mi anegdotę o dyplomacie, który zadał identyczne pytanie Kroeberowi. Podobno w odpowiedzi Kroeber zdjął z półki największe, najbardziej opasłe tomisko etnograficzne i powiedział: „Idź i naśladuj” (Nader, 1976, s. 98).

Ta krótka anegdotka perfekcyjnie ilustruje pewną nieuchwytność etnograficznego przygotowania na rzeczywistość terenową. Podręczniki i wskazówki oczywiście istnieją, lecz niewątpliwie dopiero doświadczenie pokazuje, jak względne bywają etnograficzne procedury badawcze. Z drugiej strony antropolog musi skorzystać z wiedzy filmoznawcy, by nie popełnić błędów Powdermaker i właściwie zbudować projekt badawczy. W tym miejscu zresztą – w związku z szeregiem czynników towarzyszących, składających się na współczesny świat filmowy (na przykład kwestii ekonomicznych) – okazuje się, że również i ten duet wymaga wsparcia. Wreszcie po skompletowaniu zespołu badacze zmierzają z ekskluzywnością środowiska i koniecznością rozważenia swojej w nim pozycji. Ciekawą, ogólną propozycję na „funkcjonowanie” w terenie w książce *Obok ekranu* formułuje Marcin Adamczak, pisząc o byciu jak Donnie Brasco, czyli tytułowa postać z filmu Mike’a Newella opartego na wspomnieniach agenta FBI Joe Pistone’a. Tytułowy bohater przenika w szeregi mafijnej organizacji i zdobywa zaufanie jej szefa. Brasco spędza całe dnie z nowymi kompanami, jedząc z nimi, pijąc, odpoczywając, marząc, żartując, pracując, dyskutując i oglądając telewizję. Odgrywając rolę mafiosa, nie tylko przenika do organizacji, ale też przejmuje kulturę, którą miał poznać – w pewnym sensie staje się gangsterem, a w jego postaci zaczynają wyraźnie zmagać się dwie osobowości (Adamczak, 2014, s. 35). Kwestia przybrania roli nie powinna oczywiście zastępować procesu analitycznego i krytycznego. Co prawda w terenie zawsze istnieje element odegrania roli, a badanie uczestniczące zakłada próbę głębokiego wniknięcia w kulturę badaną. Nieodłączną częścią jest jednak element refleksyjny, który umożliwia rzetelną „spowiedź” z warunków badań i – zgodnie ze



współczesną etyką dyscypliny – ujawnia kulturowo i społecznie zapośredniczoną wiedzę oraz obecność dyskursu. W tak zaprojektowanej roli badawcza – w przeciwieństwie do Powdermaker, która obawia się pozycji uczestniczącej (w myśl za starym, dobrym scjentyzmem i ryzykiem zakłamania badań poprzez utratę obiektywizmu w wyniku zaangażowania) – dostrzegam nie tyle niebezpieczeństwo, co szansę rozprawienia się z niektórymi problemami i możliwość porzucenia kłopotliwej roli zewnętrznego i autorytarnego badacza i diagnosty na rzecz uczestnika badań. Taka procedura ma bowiem umożliwić zdobywanie wiedzy – nie tajemnej, lecz wielowymiarowej, w której poprzez „gatunki zmacone” prezentowane są dane, doświadczenie, refleksję, a czasem i intuicję (Adamczak, 2014, s. 37-38). Mając jednak nawet tak gotową charakterystykę roli do odegrania, pozostaje jeszcze kwestia dostępu do środowiska i odnalezienia swoich „odźwiernych”, co – jak pokazuje doświadczenie etnografów – nierzadko bywa rzeczą najtrudniejszą i powodem modyfikacji projektu, czego przykładem jest praca Sherry Ortner. Jak jednak pokazuje przykład badaczki, nawet nie do końca udana (według wstępnych założeń) empiria dostarcza wiedzy, przyczyniając się do lepszego zrozumienia funkcjonowania dzisiejszej rzeczywistości filmowej dzięki ujawnianiu tego, co niedostrzegane i lekceważone.

Filmoznawczy projekt badań kultury produkcji spotyka się z antropologią w punkcie, którym jest uzupełnienie i wzbogacenie badań nad filmem, unikające nadmiernych generalizacji, wprowadzające szeroko rozumiany „współczynnik humanistyczny” – już nie tylko w sensie abstrakcyjnym, bo przekładający się na konkretnych, pracujących nad filmem ludzi, oferujący wgląd w kulisy pracy nad filmem. Poprzez wykorzystanie tak zaprojektowanej do badań perspektywy można poszerzyć nie tylko sam status ontologiczny filmu, ale i pokazać, jak możliwe jest zmienić optykę podejścia do konkretnego tematu, kontekstu i wątku, a co za tym idzie – przyczynić się do wzbogacenia wiedzy o współczesnym kinie.

## Bibliografia

- Adair, J., Worth, S. (1972). *Through Navajo Eyes: An Exploration in Film Communication and Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Barley, N. (2000). *The Innocent Anthropologist: Notes from a Mud Hut*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Ginsburg, F.D., Abu-Lughod, L., Larkin, B. (2002). *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Gray, G. (2010). *Cinema: A Visual Anthropology*. Oxford, New York: Berg.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (2001). *Metody badań terenowych* (tłum. S. Dymczyk). Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Nader, L. (1976). *The Kroeber Islanders: A Handbook of Anthropology at Berkeley*. Berkeley: University of California.
- Ortner, Sh.B. (2010). *Access: Reflections of studying up in Hollywood*. „Ethnography”, no. 11.

Pink, S. (2009). *Etnografia wizualna. Obrazy, media i przedstawienie w badaniach* (tłum. M. Skiba). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Powdermaker, H. (1951). *Hollywood: The Dream Factory. An Anthropologists Looks at the Movie Makers*. London: Secker & Warburg.

Rosten, L.C. (1941). *Hollywood: the Movie Colony, the Movie Makers*. New York: Harcourt, Brace.

Ruby, J. (2000). *Picturing Culture. Exploration of Film & Anthropology*. Chicago: The University of Chicago Press.

Sikora, S. (2012). *Film i paradoksy wizualności. Praktykowanie antropologii*. Warszawa: Wydawnictwo DiG.

Zajíček, E. (2009). *Poza ekranem. Polska kinematografia w latach 1896-2005*. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich.

### **Ethnography in the Study of Film and Production Culture**

Using the ethnographic field methods in visual anthropology as a useful tool to understand and describe the process of filmmaking is a well-known practise. Of course, most of this research usually deals with a small, local production. But in fact there are also a few cases of implication of ethnography for the study of the mainstream cinema outside of the mentioned subdiscipline. Giving an examples of anthropologists and others who considered field research as a possible method to study film and production culture the author tries to look at possible gains but also problems associated with using ethnography in the film related research. What is more, the author pays attention not only to critical reading of given literature but also focuses on promising new perspectives which could strengthen and diversify the association of anthropology and film studies.

# Arkadiusz Lewicki

Uniwersytet Wrocławski

## Podstawowe formy komunikacji marketingowej dzieła filmowego

Jak píše, w klasycznej już dziś książce, zatytułowanej *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Philip Kotler:

System komunikacji marketingowej (nazywany niekiedy *promotion mix*) składa się z pięciu podstawowych instrumentów. Oto one:

- reklama; każda płatna forma nieosobistej prezentacji i promocji idei, dobra lub usługi przez określonego sponsora.
- marketing bezpośredni; wykorzystanie listów, telefonów i innych nieosobistych narzędzi kontaktu w celu komunikowania się z określonymi grupami obecnych i potencjalnych klientów.
- promocja sprzedaży; krótkookresowe działania stosujące bodźce ekonomiczne w celu pobudzenia sprzedaży produktu lub usługi.
- *public relations* i *publicity*; wszelkie działania mające na celu promowanie i/lub ochronę image przedsiębiorstwa lub produktu.
- sprzedaż osobista; osobista i bezpośrednia prezentacja oferty przez sprzedawcę potencjalnemu nabywcy” (Kotler, 1999, s. 546).

Jeśli spojrzymy na film nie jak na dzieło sztuki czy komunikat traktujący o istotnych problemach społecznych, ale jak na produkt, który powinien zostać sprzedany możliwie dużej liczbie nabywców, to okaże się, że również dzieła kinematograficzne można wpisać w określony system komunikacji marketingowej i wskazać najważniejsze elementy *marketing mix*. Oczywiście różnego typu produkty czy usługi, ze względu na specyfikę ich samych czy rynku, na którym konkurują, w różny sposób muszą programować swoją działalność promocyjną i dostosowywać ją do konkretnych warunków, a przede wszystkim adresować ją do jasno określonych grup docelowych, i z tym związana jest również wariantywność promocji poszczególnych utworów kinematograficznych.

Pierwszym i niezwykle istotnym elementem, który należy wziąć pod uwagę, rozpatrując problem komunikacji marketingowej dzieła filmowego, jest fakt, że podlega ono sprzedaży dwustopniowej, ponieważ – ujmując rzecz w dużym uproszczeniu i pomijając różnego typu podmioty pośrednie, na przykład właścicieli kin czy agentów sprzedaży – producent dzieła musi znaleźć dla niego dystrybutora, a dopiero dystrybutor zajmuje się dotarciem do konsumenta-widza. Jak twierdzi Sławomir Salamon, choć interesy producenta i dystrybutora powinny być zbieżne, to dochodzi niekiedy „do sytuacji, w której producent nie czuje się do końca odpowiedzialny za rynkowe powodzenie tytułu, bo nie angażował w niego własnych środków” (Salamon, 2015, s. 268), a wiąże się to, szczególnie w Polsce, z faktem, że „producent działa przede wszystkim w oparciu o środki publiczne, dystrybutor zaś nie ma tego wsparcia” (Salamon, 2015, s. 267). Z punktu widzenia komunikacji marketingowej ten dwustopniowy system sprzedaży jest istotny również dlatego, że w przypadku relacji producent–dystrybutor mamy do czynienia z „promocją wąską”, skierowaną do ściśle określonej i bardzo zawężonej grupy docelowej (przedstawiciele firm dystrybucyjnych, selekcjonerzy festiwali czy konkursów filmowych), w relacji dystrybutor–konsument promocja musi być szeroka, skierowana do zróżnicowanych grup odbiorczych, sprofilowanych pod kątem podatności na komunikat reklamowych oraz do liderów opinii (na przykład dziennikarzy zajmujących się filmem). Przedstawiony w postaci tabeli ogólny schemat najważniejszych stosowanych w komunikacji komponentów *marketing mix* produkcji filmowej wyglądałby następująco:

Instrument promocji	Forma promocji	Znaczenie dla producenta	Znaczenie dla dystrybutora
Reklama	Logo (tytuł) Kinowa (zwiastun) Outdoorowa (plakaty) Telewizyjna Radiowa Prasowa Internetowa	Znaczenie ma jedynie logo (tytuł)	Największe
Marketing bezpośredni	Mailing	Istotne (sprzedaż oparta na kontaktach osobistych)	Małe (skierowane do wąskich grup odbiorczych, np. dziennikarzy)
Promocja sprzedaży	Promocje cenowe i marketing „krzyżowany”	Block booking	Stosowana ewentualnie przez właścicieli kin lub tradycyjne formy w trakcie sprzedaży na nośnikach fizycznych

Public relations i publicity	Informacje dla mediów Imprezy	Istotne	Duże, ze względu na możliwość dotarcia do „liderów opinii”
Sprzedaż bezpośrednia	Prezentacje oferty	Istotne (sprzedaż oparta na kontaktach osobistych)	Bez znaczenia

Gdyby spróbować przyrzeć się poszczególnym formom promocji, można by zauważyć, że w komunikacji na linii producent–dystrybutor najistotniejsze są te oparte na kontaktach bardziej bezpośrednich. Mailing, różnego typu imprezy branżowe (na przykład targi lub festiwale) czy prezentacje aktualnej i przyszłej oferty odgrywają kluczową rolę w promocji filmu i służą przekonaniu poszczególnych dystrybutorów do współpracy z danym studiem produkcyjnym lub odwrotnie: przekonaniu producenta, że konkretny tytuł najlepiej zostanie rozpowszechniony przez konkretną firmę zajmującą się dystrybucją na danym rynku (mowa zarówno o rynkach lokalnych, jak i poszczególnych polach dystrybucji: kino, płyty DVD, stacje telewizyjne itp.). W zasadzie jedyna forma wykraczająca poza kontakty bezpośrednie stosowana czasem w marketingu pomiędzy producentem a dystrybutorem to „block booking”, czyli sprzedaż pakietowa polegająca na sprzedaży nie pojedynczych dzieł, ale całych grup utworów, do których prawa posiada dane studio.

Przed zupełnie innymi problemami staje dystrybutor. Jego celem jest umieszczenie kopii filmu na możliwie optymalnej liczbie ekranów kinowych lub sprzedaż nośników fizycznych czy praw do emisji – ale te aspekty pomiję w dalszej części rozważań. Dla niego formy marketingu czy sprzedaży bezpośredniej odgrywają marginalną rolę. Organizacja uroczystej premiery, konferencja prasowa czy pokaz dla dziennikarzy, informacje dla mediów zapewniają możliwość dotarcia do liderów opinii – krytyków filmowych, dziennikarzy, lokalnych trendsetterów. Działania te nie zawsze decydują jednak o ostatecznym wyniku sprzedaży i nie zawsze są skuteczne, przede wszystkim ze względu na brak kontroli nad dalszym przekazem. Jak twierdził teoretyk reklamy Jacek Kall, „PR nie sprzedaje produktu” (Kall, 1998, s. 24), a w kontekście filmu wtóruje mu cytowany już powyżej Sławomir Salamon, współwłaściciel firmy Syrena Entertainment Group, a od 2003 roku dyrektor generalny firmy dystrybucyjnej Forum Film Poland, który pisał, że:

Konferencja prasowa, wysyłanie informacji do dziennikarzy, zrobienie strony internetowej, działania na Facebooku – to wszystko nie sprzeda nam filmu, to mogą być jedynie działania dodatkowe. Film sprzedaje się porządnie zrobioną kampanią reklamową. A ta wiąże się z podstawową rzeczą, mianowicie z koniecznością zakupu mediów. Media po prostu trzeba kupić: outdoor, reklamę w telewizji i w radiu, miejsce na stronach internetowych (Salamon, 2015, s. 273).

Podstawą promocji filmu pozostają więc wciąż, pomimo rosnącej roli choćby mediów społecznościowych, działania P&A (print and advertising).

Zanim jednak przejdziemy do analizy poszczególnych form reklamy filmu, wydaje się, że warto przez moment zatrzymać się jeszcze na jednym elemencie, który leży najczęściej w gestii producenta, ale odgrywa również kluczową rolę w marketingu skierowanym już bezpośrednio do potencjalnego widza. Podstawowym problemem, przed jakim stają osoby zajmujące się promocją filmu, jest fakt, że w zasadzie każdy produkt (film) musi być reklamowany oddzielnie i wedle osobnych zasad dopasowanych do konkretnego tytułu. Niezwykle rzadko zdarza się dziś, by dzieło kinematograficzne było promowane przez nazwę wytwórni produkcyjnej. Do kina chodzimy raczej na kolejny horror czy film z Tomem Hanksem, a nie na kolejny produkt Warner Bros. czy 20th Century Fox (wyjątkiem jest być może Disney, ale ta wytwórnia sygnuje wyraźnie swoją nazwą jedynie filmy dla dzieci). Stąd też bierze się z jednej strony jednostkowość nie tylko poszczególnych filmów, lecz także promujących je kampanii reklamowych – reklamuje się konkretny produkt (film), a nie brand (wytwórnia). Z drugiej strony to zapewne również jeden z powodów dążenia wielkich wytwórni do budowania „marek medialnych” (Jupowicz-Ginalska, 2010, s. 70), a jeszcze lepiej „transmedialnych” (Jenkins, 2007, s. 105), które nasiliło się w ostatnim czasie. Zjawisko „sekwelizacji” wynika nie tylko z „kultury wyczerpania”, braku nowych pomysłów scenariuszowych czy chęci wykorzystania sprawdzonych już rozwiązań, lecz także z ułatwień związanych z komunikacją reklamową. Nakłady na promocję zupełnie nowego produktu zawsze są bowiem większe niż reklama wytworu, który już na starcie budzi pozytywne konotacje związane z istniejącymi już kampaniami i dziełami. Stąd też łatwy do odnotowania sukces wieloodcinkowych sag typu *Harry Potter* (2001–2011) czy *Igrzyska śmierci* (2012–2015) lub powodzenie produktów medialnych sygnowanych logo Marvela, którym udało się skonstruować rozpoznawalną markę medialną, znacznie ułatwiającą prowadzenie komunikacji marketingowej.

Jeśli jednak – tworząc kampanię promocyjną – nie możemy odwołać się do istniejącej już marki, musimy zacząć od stworzenia wyrazistego, zapadającego w pamięć logo – czyli w przypadku filmu – tytułu. Jak zauważa Magdalena Sobocińska w artykule *Formy promocji filmów – uwarunkowania i kierunki rozwoju*: „tytuł, aby został przez widza zapamiętany i aby zachęcił do obejrzenia filmu, musi się wyróżnić na tle konkurencyjnych tytułów filmowych” (2015, s. 194). Jednocześnie jednak trzeba pamiętać, że logo-tytuł pozycjonuje film (choćby wpisując go w określony gatunek filmowy), i o tym, że funkcjonuje ono w kontekście tak zwanego „comparable titles”, czyli tytułów, do których możemy je porównać, choćby w konstruowaniu przekazów reklamowych. Rzecz nieco trywializując, nawet jeśli stworzyliśmy najbardziej autorski film w historii kina, to i tak – chcąc go sprzedać dystrybutorowi – będziemy musieli opisać go jako „lepszą wersję *Amarcord*” czy „polską *Głowę do wycierania*”.

Znaczenie tytułów dla wypozycjonowania produktu łatwo prześledzić choćby na przykładzie najnowszych polskich komedii romantycznych. Po sukcesie, jaki odniosły filmy *Nigdy w życiu!* (2004, reż. Ryszard Zatorski) i *Ja wam pokazę!* (2006, reż. Denis Delić), kolejne utwory zaczęły być tytułowane przez producentów w po-

dobny sposób, a znakiem wyróżniającym stał wykrzyknik lub znak zapytania, który pojawił się w takich tytułach jak: *Dlaczego nie!* (2007), *Dzień dobry, kocham cię!* (2014, oba reż. Ryszard Zatorski), *Słaba płeć?* (2015, reż. Krzysztof Lang), *Kochaj!* (2016, reż. Marta Plucińska). Podobną rolę odgrywało użycie zdań w funkcji impresywnej: *Tylko mnie kochaj* (2006, reż. Ryszard Zatorski), *Nie kłam, kochanie* (2008, reż. Piotr Wereśniak), *Jeszcze raz* (2008, reż. Mariusz Malec), *Kochaj i tańcz* (2009, reż. Bruce Parramore). Do tej manieri nawiązywali również twórcy komedii, które nie zawsze można opatrzyć epitetem „romantyczna”, lecz niewątpliwie logo-tytuły tych utworów próbują zdyskontować popularność gatunku. Byłyby to filmy: *Ile waży koń trojański?* (2008, reż. Juliusz Machulski), *To nie tak, jak myślisz, kotku* (2008), *Pokaż kotku, co masz w środku* (2011, oba reż. Sławomir Kryński), *Jak się pozbyć cellulitu* (2011, reż. Andrzej Saramonowicz). Co ciekawe, polscy dystrybutorzy starają się podobną taktykę stosować również do wprowadzanych na nasze ekrany produkcji zagranicznych, dopasowując tłumaczenia oryginalnych tytułów do tej manieri stylistycznej.

Współczesne polskie komedie romantyczne są też świetnym przykładem tego, jak można pozycjonować produkt za pomocą reklamy drukowanej. Wystarczy jeden rzut oka, by na podstawie plakatu stwierdzić z dużą pewnością, z jakiego typu filmem mamy do czynienia. O ile dwa pierwsze filmy, które zapoczątkowały w naszym kraju modę na „komromy”, czyli *Nigdy w życiu!* i *Ja wam pokażę!*, promowane były za pomocą plakatów, gdzie główne miejsce zajmowały twarze aktorek odtwarzających główne role (odpowiednio Danuty Stenki i Grażyny Wolszczak), o tyle kolejne produkcje wypracowały już niemal wzorcowy szablon, pozwalający widzowi bez trudu rozpoznać kolejną „romantyczną” produkcję. Białe tło i ukazane w planie pełnym (ewentualnie amerykańskim) sylwetki przynajmniej trójki (lecz częściej większej liczby) bohaterów i wybity wyraźnie odbiegającymi od tła (często czerwonymi) literami tytuł – to znaki rozpoznawcze filmów wpisujących się w ten gatunek. Od roku 2006 i filmu *Tylko mnie kochaj!*, w promocji którego po raz pierwszy zastosowano tego typu stylistykę, pojawiła się ona na co najmniej kilku plakatach reklamowych. W ten sposób promowane były filmy: *Nie kłam, kochanie*, *Dlaczego nie!*, *Jeszcze raz*, *Miłość na wybiegu* (2009) i *Śniadanie do łóżka* (2010, oba reż. Krzysztof Lang), *Dzień dobry, kocham cię!*, *Słaba płeć?*, *Kochaj! czy Planeta singli* (2016, reż. Mitja Okorn), a także utwory, które nie mieściły się być może w pełni w formule komedii romantycznej, ale przez komunikację wizualną stosowaną na plakatach reklamowych również do niej nawiązywały. Takie filmy jak *Francuski numer* (2006, reż. Robert Wichrowski), *Testosteron* (2007, reż. Tomasz Konecki, Andrzej Saramonowicz), *Lejdis* (2008), *Idealny facet dla mojej dziewczyny* (2009, oba reż. Tomasz Konecki) czy *Piksele* (2009, reż. Jacek Lusiński) również odwoływały się do poetyki plakatu „komedii romantycznej”, sugerując widzowi, że ma do czynienia z gatunkiem, który polubił. Oczywiście pewne produkcje tego typu wykorzystywały nieco inne (najczęściej niebieskie lub fioletowe) tło plakatów: *Kochaj i tańcz*, *Rozmowy nocą* (2008, reż. Maciej Żak); *Mata wielka miłość* (2008, reż. Łukasz Karwowski), *Randka w ciemno* (2010, reż. Wojciech Wójcik) – ale, co też wydaje się znamienne, poza pierwszym z wymienionych filmów, który w ko-



munikacji marketingowej (i w konstrukcji plakatu) odwoływał się do popularnego tanecznego show prezentowanego w jednej ze stacji telewizyjnych, pozostałe obrazy nie były tak popularne (choć wszystkie osiągnęły raczej przyzwoite rezultaty), jak inne filmy wpisujące się komunikacyjnie w ten gatunek.

Przywołane powyżej odwoływanie się do formatu, który zafunkcjonował już w powszechnej świadomości, wykorzystali również twórcy najpopularniejszych komedii ostatnich lat, czyli filmów *Listy do M.* (2011, Mitja Okorn) i *Listy do M. 2* (Maciej Dejczer) – oba filmy zebrały ponaddwupółmilionową widownię. Zwłaszcza w momencie pojawienia się pierwszego filmu uwagę zwracało podobieństwo promującego go plakatu do reklamy filmu *To właśnie miłość* (2003, reż. Richard Curtis). Był to zapewne zabieg celowy i przemyślany, podobne były bowiem nie tylko plakaty obu tych filmów, lecz także nowelowa konstrukcja akcji obu filmów rozgrywająca się w czasie świąt Bożego Narodzenia, a twórcy chcieli w promocji wykorzystać wprost odwołanie do *comparable title*, nawet jeśli było ono bliskie prostemu kopiowaniu.

Obok tytułu i plakatu, który może być wykorzystywany w formacie outdoorowym i jako reklama prasowa, najistotniejszą rolę w komunikacji marketingowej filmu zdaje się odgrywać trailer, czyli krótki film reklamowy prezentujący dzieło. Trailer może zostać wykorzystany zarówno w reklamie kinowej (wyświetlanej przed seansami innych filmów), jak i jako reklama telewizyjna czy internetowa (z wykorzystaniem płatnych form promocji – na przykład na cieszących się popularnością portalach lub jako reklama viralowa – rozpowszechniana na przykład za pomocą mediów społecznościowych). Najczęstszą formułą stosowaną przy tworzeniu zwiastunów to „formuła teaserowa”. W komunikacji marketingowej mianem reklamy teaserowej (drażniącej) określa się przekazy promocyjne złożone przynajmniej z dwóch odstępów. Pierwsza ma zaciekawić konsumenta i przyciągnąć jego uwagę, dopiero druga wyjaśnia, co jest właściwym przedmiotem promowanym przez daną reklamę. Trailer pokazuje więc odpowiednio zmontowane fragmenty filmu, mające zaciekawić i skłonić widza do obejrzenia całego utworu. Dziś rozbudowany system promocyjny sprawia, że nawet trailery najpopularniejszych dzieł audiowizualnych mają swoje zapowiedzi, nazywane potocznie właśnie teaserami, zainteresowanie produktem buduje się więc etapowo, nie zmienia to jednak faktu, że właśnie formuła reklamy drażniącej jest podstawowym wzorcem tworzenia zwiastunów.

Jeśli spojrzeć na elementy tworzące zazwyczaj zwiastun filmowy, to wydaje się, że są one dość stałe, choć oczywiście różnicowane ze względu na produkt, który zapowiadają. Nieco inna bowiem będzie marketingowa komunikacja kolejnej części *Harry'ego Pottera* niż filmu wyprodukowanego przez niezależną wytwórnię i przeznaczanego do kin studyjnych. Jednak podstawowe składowe – dostosowane do konkretnego tytułu – wydają się podobne. Trailery najczęściej zawierają bowiem:

1. Logo wytwórni producenckiej (lub/i logo dystrybutora). Te elementy nie są dziś konstytutywne. Współczesne powiązania kapitałowe, choćby wchłó-

nięcie części wytwórni niezależnych przez wytwórnie tak zwanej Wielkiej Szóstki (Warner Bros., 20th Century Fox, Paramount, Columbia, Universal, Disney), przenoszenia praw autorskich do różnych postaci czy książek pomiędzy wytwórniami, brak stałych powiązań pomiędzy twórcami a studiami filmowymi (charakterystyczne dla klasycznego Hollywood) powodują, że dziś nazwa studia filmowego czy dystrybutora nie jest często informacją niezbędną podczas promocji filmu. Jak pisałem powyżej, jednym z wyjątków może być wytwórnia Disneya, który wyraźnie bazuje na swoim brandzie w promocji filmów animowanych i familijnych, choć – co ciekawe – ukrywa na przykład swój wkład w produkcje kolejnych części *Gwiezdných wojen* – informacji o współpracy z Lucasfilm nie sposób na przykład znaleźć w trailerach promujących film *Łotr 1. Gwiezdne wojny – historie* (2016, reż. Gareth Edwards).

2. Informacje o aktorach występujących w filmie. W dziełach wysokobudżetowych są to oczywiście nazwiska gwiazd mających przyciągnąć widzów przed ekrany. W filmach mających ambicje artystyczne nazwisko często jest opatrzone dopiskiem informującym, że był on lub ona laureatem Oscara (lub był/była nominowana do tej nagrody). Często stosowany chwyt to również odwołanie się do poprzednich ról i przypominanie największych kreacji danego aktora/aktorki.
3. Informacje o twórcach filmu. Podobnie jak w przypadku aktorów, w zależności od typu produkcji podkreślana jest rola producenta („Kolejny film Jerry’ego Bruckheimera, twórcy *Piratów z Karaibów*”) lub reżysera znanego widzowi z poprzednich dzieł lub nagrodzonego w jakimś konkursie czy festiwalu. Rzadko pojawiają się informacje o innych członkach ekipy filmowej, choć jeśli atutem filmu są zdjęcia czy muzyka stworzone przez rozpoznawalnego twórcę, tego typu informacja również może znaleźć się w zwiastunie.
4. Jeśli film zrealizowano na podstawie znanego i cieszącego się popularnością materiału literackiego, w zwiastunie również jest to zaznaczone, najczęściej w formie: „Na podstawie bestsellerowej powieści...”, choć informacja o autorze pierwowzoru pojawia się jedynie w momencie, gdy to naprawdę rozpoznawalna postać.
5. Informacje o nagrodach, wyróżnieniach, kwalifikacjach do programów renomowanych festiwali filmowych itp. Znacznie częściej tego typu informacje będą pojawiały się w odniesieniu do utworów niebędących blockbusterami. Często – z równie oczywistych względów – będą pojawiały się w promocji związanej z kolejnymi polami eksploatacji (na przykład wydaniem filmu na płycie DVD czy Blu-ray) lub w momencie, gdy wprowadzenie utworu na dany rynek było znacząco przesunięte w czasie i film wprowadzany jest do dystrybucji na przykład w Polsce już po oscarowej gali.

6. W przypadku czasowego przesunięcia dystrybucji często pojawiają się również opinie recenzentów zaczerpnięte z prasowych czy internetowych recenzji. Mają one przeważnie formę tak zwanego blurba, czyli krótkiej, często jednozdaniowej opinii na temat jakiegoś dzieła, często wyrwanej z większej całości, a nawet kontekstu (niekiedy w blurbie pojawia się na przykład słowo „Niesamowity...”, choć pełne zdanie brzmiało: „Niesamowity przykład filmowego kiczu”). Czasami zdarza się, że autorzy trailera, zwłaszcza przy promocji wydań na nośnikach fizycznych, zamieszczają również wyrażane liczbowo lub przez różne symbole graficzne (na przykład gwiazdki) zbiorowe opinie internautów oceniających film („7,8/10 według użytkowników IMDb”).
7. Często w zwiastunach pojawia się tagline, czyli slogan uzupełniający tytuł, wykorzystywany często, choć nie zawsze w identycznej formie, również na plakatach reklamujących film, na przykład „Początek nowej ery magii” – reklamujący *Fantastyczne zwierzęta i jak je znaleźć* (2016, reż. David Yates).
8. Znakomita większość trailerów kończy się informacją dotyczącą momentu, gdy dany film pojawi się w dystrybucji. Napis ten może dotyczyć bliżej nieokreślonej przyszłości („wkrótce na ekranach”), bardziej skonkretyzowanej pory roku („tej wiosny”) lub podawać szczegółową datę premiery.

Czasami zwiastun przybiera formę teledysku, a obrazom towarzyszy piosenka znanego wykonawcy, wykorzystana później w filmie, najczęściej jednak ma to miejsce w trailerach alternatywnych, funkcjonujących obok zwiastuna głównego.

Rzecz jasna, jak w przypadku każdego działania marketingowo-artystycznego, możemy odnaleźć przykłady zwiastunów oryginalnych, dalekich od przedstawionych powyżej schematów, jednak spora część dzisiejszych trailerów wykorzystuje z reguły większość opisanych powyżej elementów.

Warto również nadmienić, że rewolucja cyfrowa znalazła również swoje odbicie w komunikacji marketingowej filmów. Promocja dzieł kinematograficznych wykorzystuje całe spektrum możliwości, jakie oferuje Internet. Studia filmowe prowadzą swoje konta na YouTube, Facebooku, Twitterze i innych platformach społecznościowych. Niemal każdy film ma swoją oficjalną stronę internetową, a firmy dystrybucyjne eksploatują również płatne formy internetowej promocji: bannery, przyciski reklamowe, linki, tapety reklamowe, okna pop-up czy pop-under, pozycjonowanie w najpopularniejszych wyszukiwarkach itp. Istnienie Internetu powoduje również, że promocja może być bardziej rozciągnięta w czasie: informacja o przygotowaniach do kręcenia zdjęć, fotosy i plotki z planu, teasery zapowiadające pojawienie się trailerów, kolejne wersje zwiastunów budują napięcie i oczekiwania widzów względem najgłośniejszych premier. Warto jednak pamiętać, że na tak budowaną komunikację reklamową potrzebne są duże środki finansowe, mogą sobie na nią pozwolić więc najwięksi gracze medialnego rynku, szczególnie ci, którzy są w stanie bazować na istniejących już markach medialnych. O ile bowiem fani z radością będą „pracować” dla swoich reklamodawców-ciężycieli, tworząc ama-

torskie filmiki promujące nową część *Igrzysk śmierci*, to trudno się spodziewać, by równie ochoczo interesowali się niszowym debiutem niezależnego twórcy.

Jak wskazałem w tytule, artykuł omawia jedynie kilka podstawowych i najczęściej używanych współcześnie form komunikacji marketingowej. Oczywiście narzędzi promocji jest znacznie więcej, jednak – jak pokazuje praktyka – nadal dominują formy P&A, a sukcesu, często podawanego jako przykład promocji alternatywnej filmu *Blair Witch Project* (1999, reż. Daniel Myrick, Eduardo Sánchez), nikomu dotychczas nie udało się powtórzyć.

## Bibliografia

- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* (tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Jupowicz-Ginalska, A. (2010). *Marketing medialny*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Kall, J. (1998). *Reklama*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kotler, P. (1999). *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*. Warszawa: Wydawnictwo FELBERG SJA.
- Salamon, S. (2015). *Trzeba mieć ogromną pasję, żeby film odniósł sukces. Wystąpienie na konferencji „dystrybucja filmowa – fakty i mity” (Łódź, 21–22 października 2014)*, [w:] M. Adamczak, K. Klejsa (red.) *Wokół zagadnień dystrybucji filmowej*. Łódź: Wydawnictwo Biblioteki Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej.
- Sobocińska, M. (2015). *Formy promocji filmów – uwarunkowania i kierunki rozwoju*, [w:] M. Adamczak i K. Klejsa (red.) *Wokół zagadnień dystrybucji filmowej*. Łódź: Wydawnictwo Biblioteki Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej.

## Basic Forms of Film Marketing Communication

The article presents the most important forms of marketing communication which are used in film promotion. The author starts from the concept of the marketing mix, appearing in the classic book of Philip Kotler. The main differences in the perception of marketing tools by producers and distributors of films have also been discussed. The rest of the article is an analysis of the most important forms of marketing communication, such as a title, poster or trailer.



# **Dział 2.**

## **Ujęcie historyczne**



# Paweł Sitkiewicz

Uniwersytet Gdański

## Zło konieczne. Dubbing w przedwojennej Polsce

W wielu krajach dubbing uchodzi za barbarzyńską formę tłumaczenia filmu. W Polsce, z wyjątkiem blockbustarów, kina familijnego i animacji, stosowany bywa rzadko, na ogół budząc niechęć dorosłej publiczności. „Dubbing jest dobry dla dzieci” – tak myśli większość jego przeciwników. Nie bez powodu dubbingowane filmy aktorskie wyświetla się często w alternatywnej wersji z napisami, aby nie zniechęcić tych, którzy pod żadnym pozorem nie zaakceptują wtórnej ścieżki dźwiękowej.

Decyzje dotyczące sposobu tłumaczenia filmów na język polski zapadły w okresie dwudziestolecia międzywojennego, krótko po tak zwanym przełomie dźwiękowym. Z odrobiną przesady można powiedzieć, że w latach trzydziestych ubiegłego wieku przypieczętowano los polskiego dubbingu na następne 100 lat. W epoce kina niemego problem nie istniał – wystarczyło wyciąć plansze z napisami i wkleić nowe. Nieme kino posługiwało się uniwersalnym językiem ruchomych obrazów. Ale po roku 1927 zapanowała konsternacja. Gdy dziesiąta muza przemówiła, okazało się, że publiczność czasami jej nie rozumie. Zaczęto nawet kwestionować sens wyświetlania importowanych obrazów. Co gorsza pierwsze filmy dźwiękowe dystrybuowano niekiedy w oryginalnej wersji językowej, ku wielkiemu rozczarowaniu widzów, którzy dochodzili do wniosku, że osławione „talkiesy” to zwykłe oszustwo. W prasie rozgorzał spór: jedni uważali, że musi nastąpić rozkwit kinematografii narodowych, skoncentrowanych na lokalnych rynkach, inni zaś twierdzili, że kino dźwiękowe nie powinno opierać się na dialogu, ale na efektach akustycznych, a wtedy problem sam się rozwiąże. Część środowiska broniła napisów, część zaś starała się spopularyzować dubbing lub narodowe wersje filmów mówionych, a więc remaki. Pojawiły się nawet sugestie, że jedynym wyjściem z sytuacji jest powrót do kina niemego i pantomimy. „Nie dajmy się zagadać na śmierć” – nawoływali w 1931 roku szefowie MGM (*Only Hope...*, 1931, s. 1). Jednak na początku lat trzydziestych XX wieku taki apel musiał brzmieć naiwnie. Rewolucji dźwiękowej nie dało się bowiem zahamować. Środowisko filmowe potrzebowało skutecznego sposobu na ponowne umiędzynarodowienie dziesiątej muzy.

## Dżuma czy cholera?

Z dzisiejszej perspektywy wydaje się, że najłatwiejszym i najtańszym rozwiązaniem było umieszczenie u dołu ekranu napisów dialogowych. Jak się okazuje – tylko w teorii. Po pierwsze, technologia drukowania napisów na taśmie metodą optyczną bądź chemiczną była wówczas niedoskonała. Gotową kopię można było dystrybuować w jednym kraju, najwyżej w jednym kręgu kulturowym ograniczonym przez język. Raz wydrukowanych napisów nie dało się bowiem ani zmasować, ani nawet poprawić, gdyż uszkadzały emulsję; z kolei proces kopiowania negatywu na matrycę z napisami wpływał niekorzystnie na ostrość filmu (zob. Ivarsson, 2009). Niektórzy krytycy słusznie twierdzili, że lepiej zniszczyć ścieżkę dźwiękową (na przykład poprzez dogranie dubbingu) niż obraz, wypalając w nim białe litery, często ślepiące i niewyraźne.

Po drugie, jeżeli weźmiemy pod uwagę skalę ówczesnego analfabetyzmu, umieszczenie obszernych napisów miało się z celem, gdyż widzowie i tak nie nadążali z czytaniem tekstu (zob. D. Op., 1936, s. 20). Nie umieli ponadto śledzić jednocześnie akcji i drukowanych dialogów. W rezultacie upowszechnił się irytujący zwyczaj czytania na głos napisów. Rodzice czytali dzieciom, chłopak dziewczynie, półanalfabeta analfabecie. Dystrybutorzy potrzebowali czasu, by zrozumieć, że w polskiej wersji nie należy tłumaczyć wszystkich wypowiedzi bohaterów, gdyż kilkuwierszowe napisy zasłaniają zbyt duży obszar ekranu (dodajmy na marginesie, że pierwsze *all-talkies* były przegadane). „Napisy zbyt obfite i zbyt długie zawsze są złe. Było bardzo źle, kiedy pisali je półanalfabeci, ale też nie jest dobrze, kiedy napisy robi literat, nazbyt już rozmiłowany w kwiecistych, ozdobnych i okrągłych frazesach” – pisał Leon Brun. I dodał słuszną uwagę: „Ekran wyraża się lakonicznie” (1927, s. 1).

Po trzecie, rozgorzała dyskusja, gdzie w ogóle umieszczać napisy. Odpowiedź znów wydaje się oczywista: na dole ekranu. Ale niektórzy uważali, że to złe miejsce, gdyż odwraca uwagę od postaci znajdujących się zazwyczaj w centralnym położeniu. Ze wzmianek prasowych wynika, że nadgorliwi dystrybutorzy umieszczali napisy na środku ekranu. „Wstawki polskich napisów nie powinny być umieszczane na tle tejże samej sceny, gdyż mącą oba zmysły wzroku i słuchu. Gdy czytamy napis, nie widzimy sceny ani gry aktorów i nie słyszymy dialogu, który w danej chwili się odbywa” – pisał krytyk po premierze filmu *Śpiewający błazen* (1928) z Alem Jolsonem (Kir, 1929, s. 8, zob. także Brun, 1931b). „Dialogi w obcym języku? Czy napisy zamiast dialogów? To tak, jak gdyby nam dano do wyboru: dżuma czy cholera? Nie chcemy ani jednej, ani drugiej. Dajcie nam kino!” – apelował Leon Brun (1931a, s. 17).

Dubbing był więc rozsądną alternatywą dla napisów. Nie zasłaniał obrazu, pozwalał wszystkim zrozumieć dialogi. W późnych latach dwudziestych jego rozwój hamowały co prawda trudności techniczne, ale wraz z rozkwitem kina dźwiękowego udało się je pokonać. Zmieniała się także definicja tego obco brzmiącego słowa. Z początku każde dogranie dźwięku w postprodukcji nazywano dubbin-

giem lub dublażem (Lewin, 1931, s. 38). W dzisiejszych czasach pojęcie to oznacza z reguły zastąpienie głosu aktora w celu przetłumaczenia filmu na język zrozumiały w danym kręgu kulturowym, choć w sporadycznych przypadkach dubbinguje się wykonawców ze względu na zły akcent lub barwę głosu, nieznamość obcej mowy, brak talentu wokalnego lub dla celów artystycznych.

## Dubbingowane filmy na polskich ekranach – rekonesans

Zanim przejdę do kwestii dla mnie najistotniejszej, chciałbym krótko wspomnieć o dubbingowanych filmach z okresu dwudziestolecia. W latach trzydziestych nie mniej niż kilkanaście tytułów wyświetlano w polskiej wersji językowej, ale ułożenie pełnej listy jest niestety zadaniem trudnym, gdyż – jak podejrzewam – w niektórych wypadkach ani krytycy, ani dystrybutorzy nie informowali odbiorców, że film wchodzi na ekrany w zmienionej wersji (zmienionej nie znaczy polskiej!). Co więcej, ułożenie takiej listy nie pomogłoby nam w odpowiedzi na żadne z istotnych pytań, zwłaszcza że filmy dobierano przypadkowo, bez czytelnej strategii.

Pierwsze dubbingowane filmy pojawiły się w Polsce prawdopodobnie w roku 1931. Były to osadzone w środowisku cyrkowym *Karkołomne zakręty* (1929) Lothara Mendesa, musical *Artyści* (1929) Johna Cromwella i A. Edwarda Sutherlanda, rewiowa *Parada Paramountu* (1930) w reżyserii Lothara Mendesa i innych, a także *Ulubieniec bogów* (1930) Hannsa Schwarza. Mimo złej synchronizacji dźwięku i obrazu witano je z umiarkowanym entuzjazmem jako ciekawostkę sezonu. Już sam udział zachodnich gwiazd, takich jak Emil Jannings, Olga Czechowa czy Maurice Chevalier, mówiących z ekranu „najczystszą polszczyzną”, wydawał się efektownym osiągnięciem technicznym. Kolejne dubbingowane filmy, lekka operetka *Dwa serca biją w walca takt* (1930) Gézy von Bolváry'ego i kryminalna *Siostra Marta jest szpiegiem* (1933) Victora Saville'a, miały polskie premiery odpowiednio w roku 1932 i 1934. Ponieważ tytułową piosenkę *Zwei Herzen im Dreivierteltakt* przetłumaczono jako *Dwa serca biją w walca takt*, a nie *Dwa serca w trzy ćwierci taktu*, w prasie pisano, że to przykład „dubbingu artystycznego”, mimo iż eksponowana „artystyczność” ograniczała się do lepszego opanowania rzemiosła (*Tajemnice dubbingu*, 1934, s. 13). Wiemy ponadto, że *Siostra Marta...* została zrealizowana w „Polskiej Akustyce”, a więc rękami rodzimych specjalistów od dubbingu, którzy zadbali nawet o to, by głosy aktorów polskich i zagranicznych były do siebie podobne. Prasa znów jednak podzieliła się w ocenie – jedni chwalili efekt, drudzy dalej wytykali usterki techniczne.

Inne udźwiękowione na język polski filmy z tego okresu, między innymi austriacki *Epizod* (1935) Waltera Reischa i francuska komedia *Z tobą na koniec świata* (1934) Jeana de Limura, spotkały się z ostrzejszą krytyką. Publicyści zaczęli bowiem zwracać uwagę na przekład tekstu, synchronizację i aktorskie wykonanie dubbingu.

Jako wzór do naśladowania uchodziła natomiast rysunkowa *Królowna Śnieżka i siedmiu krasnoludków* (1937) Walta Disneya, przygotowana w roku 1938 pod nadzorem Ryszarda Ordyńskiego, cenionego przed wojną reżysera, którego wsparli specjaliści sprowadzeni z Hollywood. Ścieżkę dialogową opracowano starannie, a przede wszystkim – z udziałem gwiazd polskiego kina i estrady. Równie udana, ponoć lepsza od oryginału, była dubbingowana wersja radzieckiego filmu Aleksandra Ptuszki *Nowy Guliwer* (1936), wyreżyserowana przez Tadeusza Frenkla w 1937 roku (Czermiński, 1937, s. 11). Film, łączący w widowiskowy sposób animację lalkową z grą aktorów, z przyczyn politycznych nie trafił jednak do szerokiego rozpowszechniania – cenzura uznała go za sowiecką propagandę. Oprócz tego przed wojną wyświetlano zagraniczne filmy z obcym dubbingiem i polskimi napisami (na przykład niemiecki film z francuskim udźwiękowieniem). Podejrzewam również, że większość polskich filmów pokazywanych za granicą – a w latach trzydziestych było to nie mniej niż kilkanaście tytułów, sprzedanych głównie do Francji, Niemczech, USA, Austrii, Czechosłowacji i Hiszpanii – rozpowszechniano z dubbingiem (zob. Ford, 1935, s. 10). Zachodni dystrybutorzy nie chcieli bowiem wyświetlać filmów w egzotycznym języku.

Choć skatalogowanie dubbingowanych filmów z okresu dwudziestolecia na pewno zasługuje na uwagę historyków kina, ja chciałbym jednak odsunąć na bok archiwalne poszukiwania i znaleźć odpowiedź na kluczowe pytanie: dlaczego dubbing, mimo podejmowanych prób, nie przyjął się w międzywojennej Polsce? Poszukiwanie odpowiedzi powinno również pomóc w rozwianiu innych wątpliwości. Jaki był wówczas stosunek widzów i środowiska filmowego do dubbingu? Jakimi argumentami posługiwali się zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy tej technologii?

### Zwolennicy kontra przeciwnicy

Rozsądek podpowiada, że dubbing nie przyjął się w Polsce dlatego, że był zbyt kosztowny, a poza tym kłócił się z tradycją artystyczną, w której sztukę aktorską traktowano poważnie, jako nierozzerwalne połączenie głosu, mimiki i gry ciała. Takie argumenty istotnie pojawiają się w przedwojennej prasie. Ale z wypowiedzi widzów, dziennikarzy i filmowców wylania się obraz bogatszy w półtony: w latach trzydziestych istniało zapotrzebowanie na dubbingowane filmy, które początkowo przywitano z nadzieją jako realną konkurencję dla filmów z napisami. Nawet w późniejszych latach, gdy widzowie mogli już ocenić techniczną mizериę polskiego udźwiękowienia, głosy entuzjastów przeważały nad głosami przeciwników. Zwolennicy dubbingu mieli bowiem mocne argumenty. Lubili odwoływać się do uczuć patriotycznych. Po 123 latach niewoli filmy w obcym języku odbierano jako kolejny etap kolonializmu obcych mocarstw, z pomocą dziesiątej muzy próbujących wychowywać lub – co gorsza – indoktrynować polskiego obywatela. Nawet przeciwnicy kina dostrzegali propagandową rolę filmów w języku polskim, które w kraju o dużym odsetku mniejszości miały cementować jednorodną kulturę narodową.

Zdaniem części krytyków filmowych publiczność szczególnie niechęcią darzyła amerykańską odmianę języka angielskiego, która wydawała się ponoć wulgarna i niemiła dla ucha. Jak pisał dziennikarz „Kina” przy okazji premiery filmu *Artyści*: dubbing to „jedyne sposob wyświetlania «talkiesów» bez denerwujących nosowych dźwięków mowy amerykańskiej i bez «wersji niemych», obciążonych setkami napisów” (B., 1931, s. 14). Bogdan Brzeziński sugerował wręcz, że Amerykanie nie potrafią posługiwać się dialogiem. Oburzyło go, że Kleopatra w filmie Cecile’a B. DeMille’a z 1934 roku wita Marka Antoniusza słowami „Hallo, boy, go on!”. „Nie wydaje mi się bowiem, żeby Kleopatra znała angielski, a tym bardziej – amerykański «slang». No, ale może...” – ironizował Brzeziński (1938, s. 14). Jego zdaniem publiczność polska „niekiedy wybucha śmiechem w najtragiczniejszych momentach, jeśli szmira jest już zbyt oczywista, a «gwiazdorzy» zgrywają się do nitki”. W skrajnych wypadkach widzowie reagowali nie śmiechem, ale oburzeniem. Gdy w pewnym filmie Uniwersalu „z dziejów rewolucji francuskiej” aktorzy zaintonowali *Marsylianę* po angielsku, publiczność ponoć głośno zaprotestowała, żądając przerwania projekcji i zwrotu pieniędzy (*Skandale filmowe*, 1930, s. 9). Najwyraźniej uznała to za profanację. Z kolei po premierze filmu *Siostra Marta jest szpiegiem* pewien krytyk napisał, że wcale nie raziło go, że Konrad Veidt oraz „pruscy junkrowie” mówili w języku polskim. „Raziło mnie to nawet o wiele mniej niż język angielski w ustach Rzymian czy Egipcjan” (*Pierwszy polski „dubbing”*, 1934, s. 10).

Mimo iż tego typu doniesienia wydają mi się mocno przesadzone (młodzi ludzie uwielbiali gwiazdy zza oceanu, dlaczegoż mieliby nie lubić akcentu Clarka Gable’a?), kampanie prasowe przeciwko „nosowym dźwiękom mowy amerykańskiej” były zapewne świadome i miały na celu obronę interesów polskiego kina przed ekspansją Hollywood.

Największe rozmiary przyjęła jednak histeria antyniemiecka, stosunkowo łatwa do zrozumienia w kontekście trudnych relacji sąsiedzkich, zakończonych wojną i okupacją. Przez całe lata trzydzieste Polska i Niemcy (a następnie III Rzesza) prowadziły ideologiczną wojnę o rynki zbytu dla swoich filmów (Jewsiewicki, 1967). Ponieważ polska produkcja była przez zachodniego sąsiada celowo dyskryminowana za pomocą cła i podatków, a także z przyczyn czysto politycznych, strona polska na ogół nie pozostawała dłużna, utrudniając dystrybuowanie filmów niemieckich, niezależnie od tego, czy były to obrazy artystyczne, czy popularne przeboje. Apogeum kryzysu przypada na lata 1933-1934.

W Warszawie nie chciano na przykład grać filmu z Janem Kiepurą tylko dlatego, że produkcja powstała w Ufie, z kolei w reklamie prasowej informowano, że pewien obraz został zrealizowany „w dźwięcznej mowie wiedeńskiej”, byle tylko nie napisać, że aktorzy mówią w języku niemieckim. Z tego samego powodu *Testament doktora Mabuse* (1933) Fritza Langa przygotowano tak, aby ukryć jego związek z niemiecką kinematografią. Przede wszystkim – wyświetlano go z francuskim dubbingiem. Poza tym na fotosach i plakatach sugerowano, że reżyserem wcale nie jest Lang, ale niejaki René Sti, który tylko opracował dialogi do fran-

cuskojęzycznej wersji filmu. Co gorsza obraz przemontowano tak, aby zatrzeć oryginalne miejsce akcji. Nawet na fotosach wycięto z rogów napis „Nero-Berlin” i naklejono „Universal Pictures Corporation” (*Testament...*, 1934, s. 16). Przypomina to najgorsze sowieckie praktyki przerabiania filmów z importu po to, by odwrócić o 180 stopni ich wymowę. Mimo tych starań we Lwowie zbojkotowano projekcje *Doktora Mabuse*. Nie pomogły nawet kampanie prasowe w obronie niemieckiego reżysera.

Po tej aferze Jerzy Toeplitz (1934, s. 6) słusznie zauważył, że ta ksenofobiczna nagonka pod patriotycznym sztandarem była tak naprawdę zasłoną dymną, skrywającą strach branży filmowej przed konkurencją – polskie kino nie dorastało bowiem do pięt kinu niemieckiemu. Jak na ironię, duża liczba obywateli II RP, zwłaszcza z dawnego zaboru pruskiego i austriackiego, znała język Goethego i rozumiała filmy zachodnich sąsiadów bez pomocy napisów. Zdrowy rozsądek podpowiadała więc, by rozpowszechniać jak najwięcej obrazów w „dźwięcznej mowie wiedeńskiej”, straty moralne rekompensując podwyższonym cłem. To, że filmy niemieckie wyświetlano z dubbingiem francuskim lub angielskim, i to wyłącznie z przyczyn ideologicznych, świadczy o głęboko ksenofobicznych pobudkach. „Czy naprawdę dobre i dla większości zrozumiałe filmy niemieckie nie utworzą sobie drogi do Polski? Może byłoby lepiej, gdybyśmy znali właśnie filmy niemieckie i rosyjskie, a nie karmili się wybrakowanymi odpadkami produkcji amerykańskiej?” – pytał retorycznie Antoni Słonimski (1930).

Musimy jednak pamiętać, że dubbing pojawił się w mrocznej dekadzie nacjonalizmów. W Polsce pewne środowiska – idąc za przykładem Włoch i III Rzeszy – żądały silnej państwowej kinematografii na wzór faszystowski, która dopuści na ojczyste ekrany wyłącznie filmy w języku polskim (a więc w najgorszym razie z dubbingiem), a także zadba o promocję polskiego kina za granicą. Ambicje te opierały się jednak na moralności Kalego: powinniśmy dubbingować polskie filmy i eksportować je na Zachód, ale jednocześnie bronić się przed importerami, gdyż obce filmy, nawet te z polskim dubbingiem, służą złej sprawie. Jak się okazuje, dubbing był problemem politycznym.

Najjaskrawszy dowód na to znajdziemy w narodowo-radykalnym tygodniku „Prosto z Mostu”. W satyrycznym artykule *Doppingujemy dubbing* dano do zrozumienia, że Konrad Veidt mówiący po polsku to profanacja, a nie „osiągnięcie techniczne”. Autor felietonu sugerował, że może zatem przerobić na język polski przemówienia Adolfa Hitlera, wkładając mu w usta słowa *Roty*, a w tle – melodię *Pierwszej Brygady* (Jurkowski, 1935, s. 10). Ten żart skrywał szczerze obawy. Dowodem na to skandal, do jakiego doszło w Nowym Jorku w roku 1936. W dzielnicy żydowskiej, której mieszkańcy słabo znali język angielski, w lokalnym kinie wszystkie obrazy dubbingowano na jidysz. Z rozpędu przerobiono nawet kronikę z przemową Hitlera. „Wywołało to niezadowolenie wśród widzów, którzy zareagowali awanturą. Poza tym sprawa spowodowała również interwencję dyplomatyczną ze strony ambasadora niemieckiego, który ostro zaprotestował [...]” – relacjonował aferę dziennikarz „Ikaca” (*Hitler prze-*



*mawia...*, 1936, s. 8). W dekadzie nacjonalizmów trzeba było uważać, w jakim języku przemawia film.

Dwa kolejne argumenty, którymi szermowali zwolennicy i przeciwnicy dubbingu, odwoływały się do ekonomii oraz wrażeń czysto estetycznych. Jeden z krytyków zwrócił uwagę na znaczenie „wychowawcze, propagandowe czy kulturalne” dubbingu, podkreślając, że jego promocja może nie tylko mieć pozytywne skutki społeczne, lecz także przynieść „korzyści materialne płynące stąd dla kraju” (*Pierwszy polski „dubbing”*, 1934, s. 10). Ponieważ duża grupa widzów lubiała uczęszczać na filmy w języku polskim, dubbing mógł się przyczynić do zwiększenia frekwencji na niektórych seansach. Albo na odwrót: obawiano się, że filmy w niezrozumiałym dla większości widzów języku angielskim zniechęcą ludzi do kina, które wysokimi podatkami zasila kasę państwową. Dziennikarz „Kurierza Polskiego” napisał wprost, że dzięki dubbingowi powstaną nowe miejsca pracy, co w latach Wielkiego Kryzysu było argumentem, którego nikt nie lekceważył (H.-Piotrowski, 1935, s. 6). Mogli na tym skorzystać głównie aktorzy, technicy, inżynierowie, tłumacze, literaci, firmy zajmujące się udźwiękowieniem filmów oraz nauczyciele dykcji i śpiewu.

Przeciwnicy dubbingu bali się natomiast, że skorzystają z niego głównie właściciele hollywoodzkich wytwórni, którzy po przełomie dźwiękowym stracili na krótko władzę absolutną w Europie, ale rozpoczęli nową ofensywę, kierując do realizacji filmy w obcych językach (Tref, 1932). Inteligentnie użyty dubbing pozwalał bowiem podszywać się pod produkcje kinematografii narodowej. Amerykanie nigdy zresztą nie ukrywali, że chcą zdusić konkurencję dzięki przewadze technologicznej. W 1934 roku publicysta branżowego dziennika „The Hollywood Reporter” pisał: „można odzyskać prymat na rynkach zewnętrznych sprzed ery dźwiękowej, jeśli tylko producenci Hollywood podejmą odpowiednie starania – z pomocą starannego dubbingu [podkreślenie moje – przyp. aut.], z większym naciskiem na opowiadanie obrazem, dzięki filmom odważnym i uczciwym” (Ingster, 1934, s. 21). W innym branżowym piśmie, „The Film Daily”, pisano z kolei o rynku polskim: „Produkcja obrazów dźwiękowych jest w Polsce mocno ograniczona ze względu na niewielką liczbę kin [...]. Istnieje nadzieja, że filmy dubbingowane mogą znaleźć miejsce na polskich ekranach, gdy pokona się trudności związane z osobliwościami tego języka” (*Poland...*, 1931, s. 8). Biznesmeni z Hollywood musieli więc rozważać, czy opłaca się wejść na polski rynek dystrybucyjny, wykorzystując słabość lokalnego przemysłu, który nie nadąza z produkcją filmów w ojczystym języku.

Jak zauważył w ankiecie „Kina” (1932) reżyser Juliusz Gardan, zdecydowany przeciwnik dubbingu, rodzime kino nie miało wiele do zaoferowania publiczności poza treściami patriotycznymi i polską mową<sup>1</sup>. Pod tym dyplomatycznym stwierdzeniem kryje się trochę racji. Na tle europejskim polskie kino było – z nielicznymi

<sup>1</sup> Wypowiedzi filmowców podają za ankietą w tygodniku „Kino” (1932): Michał Waszyński (nr 26, s. 7); Juliusz Gardan, (nr 27, s. 3); Henryk Szaro (nr 29, s. 3); Ryszard Ordzyński (nr 34, s. 3).

mi wyjątkami – artystycznie nijakie, a do tego anachroniczne w formie i treści, ale widzowie mimo wszystko je lubili, gdyż łąknęli polszczyzny płynącej z ekranu i swojskich tematów, cieszyli się na widok znajomych pejzaży, wzruszali w chwilach patriotycznego uniesienia lub po prostu chcieli rozumieć dialogi bez napisów. Dubbing mógł zniechęcić widzów do produkcji krajowej, przejąć publiczność, a tym samym osłabić polski przemysł filmowy.

Jednak ci twórcy, którzy mieli ambicje, by dotrzeć ze swoimi filmami poza granice II RP, na ogół wyrażali się pochlebnie o dubbingu, wiedząc, że to zapewne jedyny sposób na zainteresowanie zachodnich dystrybutorów. Michał Waszyński nazwał dubbing „zbawczym rozwiązaniem”, dziwił się, że tylko jeszcze w Polsce toleruje się „bełkot obcych języków”. Ryszard Ordyński, który z dubbingiem zetknął się po raz pierwszy w Joinville, gdzie we współpracy z wytwórnią Paramount realizował polskie wersje hollywoodzkich „talkiesów”, uważał, że rodzima publiczność nie jest po prostu przyzwyczajona do tego wynalazku. Nie tylko opowiedział się po stronie dubbingu, ale również wyreżyserował ścieżkę dialogową do *Królowny Śnieżki* Disneya.

Wspomniany Juliusz Gardan napomknął, że dubbing „zabija prawdę artystycznego wrażenia”, a także „sprowadza wartość dramatyczną tekstu do zera”. Dubbing oceniano więc również pod kątem efektu artystycznego. Krytyk Karol Ford (1936, s. 10), stając w obronie „naturalności” filmu, nazwał sztucznie dograny głos „oszustwem” i „dualizmem artystycznym”, nie godząc się – jak zapewne wielu widzów – na ingerowanie w cudze dzieło. Odpowiedział mu kolega po piórze Adrian Czermiński (1936, s. 10), zwracając uwagę na to, że film to „nie mechaniczna reprodukcja rzeczywistości, ale jej przetworzenie”. W filmie każdy element, nie tylko dubbing, jest „sztucznością”, ale właśnie pogardzany przez Forda „dualizm” potęguje wrażenia estetyczne. Obaj krytycy zwrócili uwagę na istotne kwestie. Dubbing faktycznie zniekształca zamysł twórców, gdyż polega na dodaniu do filmu obcych elementów, często w sprzeczności z duchem oryginału. Zdrowy rozsądek podpowiada, że widz nie po to kupuje bilet na film z wielką gwiazdą Hollywood, by słuchać głosu amatorki dukającej z kartki kwestie dialogowe. Ponadto, jak zauważyła publicystka „Kina”, „dźwięk ludzkiej mowy, choćby nawet niezrozumiałej, czyni film bardziej realistycznym” („Juanitta”, 1930, s. 6). Dograny głos niweczy zaś ten efekt. Z drugiej strony, Czermiński też ma rację. Efekt 3D, muzyka niediegetyczna, postsynchrony, Technicolor – wszystko to albo efekt iluzji, albo element sztucznie dodany do „mechanicznej reprodukcji rzeczywistości”. Taka jest bowiem natura kina.

Jeżeli wierzyć głosom publikowanym w prasie (*Jak wypadła próba...*, 1935; *Język polski...*, 1934), reprezentanci kulturalnych elit, nie wyłączając artystów starej daty, których podejrzewałbym o konserwatywne poglądy na temat aktorstwa filmowego, na ogół opowiadali się za dubbingiem<sup>2</sup>. Pisarz Wacław Sieroszewski,

<sup>2</sup> Wypowiedzi Sieroszewskiego, Goetla i Zelwerowicza podają za ankietą pt. *Jak wypadła próba dubbingu?* (1935). Wypowiedzi Maklakiewicza, Jaracza, Makuszyńskiego i Irzykowskiego podają za ankietą pt. *Język polski, czy obcy* (1934).

prezes Polskiej Akademii Literatury, uznał, że to najlepsze rozwiązanie i mocnym głosem zaprotestował przeciwko językowi angielskiemu na polskich ekranach: „Tego slangu już niepodobna dłużej słuchać”. Ferdynand Goetel, prozaik i dramtopisarz, stwierdził, że dubbing to „zło konieczne”. Z kolei Aleksander Zelwerowicz, reżyser teatralny, aktor oraz dyrektor Państwowego Instytutu Sztuki Teatralnej, uważał, że nie należy spolszczać wszystkich filmów, ponieważ dubbing „posiada rację bytu jedynie w dramacie psychologicznym lub komedii, gdzie każde słowo posiada swój walor i jest niezastąpionym współczynnikiem obrazu”. Kompozytor Jan Maklakiewicz uważał zaś, że wyjątek należy robić tylko dla filmów artystycznych oraz „przeznaczonych dla bardziej wykształconej publiczności”. Stefan Jaracz, reżyser teatralny, pochwalił pomysł dubbingowania filmów, twierdząc ponadto, że to dobra szkoła dla polskiego aktora, który nie potrafił grać do mikrofonu. Pisarz Kornel Makuszyński polemizował z przekonaniem, że dubbing z definicji psuje efekt artystyczny filmu. Jego zdaniem wszystko zależy od tego, kto zajmie się tłumaczeniem i kto będzie podkładał głosy. Podobnie myślał Karol Irzykowski, autor *Dziesiątej Muzy*, który postawił twórcom dubbingu jeden warunek: polszczyzna płynąca z ekranu musi być poprawna. Pół żartem, pół serio zaapelował, by dialogi przygotowywała redakcja „Poradnika Językowego”. Niektórzy ankietowani tęsknili za kinem niemym, nie godząc się na żadną formę przekładu, inni zaś błędnie zakładali, że dubbing jest technicznie niemożliwy. Głosy bezwarunkowego sprzeciwu należały do wyjątków. Nie oznacza to jednak, że idea dubbingowania filmów cieszyła się powszechnym uznaniem. Uśredniając wszystkie głosy z międzywojennej publicystyki, otrzymamy taki oto wniosek: dubbing w najgorszym razie uchodził za zło konieczne. Mimo to gorąco apelowano o jego upowszechnienie.

Pozostaje pytanie: co o problemie z tłumaczeniem obcych filmów myślała widownia? Niełatwo jednak dotrzeć do wiarygodnych relacji. Trafitem na ślad tylko jednej ankiety przeprowadzonej wśród publiczności, choć podejrzewam, że odzwierciedla ona generalny stosunek „szarych mas” do dubbingu. Wniosek był zresztą łatwy do przewidzenia. Publiczność niewykształcona, ze społecznych nizin, wolała dubbing. Jak powiedziała Andzia Smolarek, pracownica domowa: „Wszystkie filmy musowo powinny być tłumaczone na polskie. [...] Człowiek się śpieszy i denerwuje, żeby wyczytać do końca, i ja przynajmniej to prawie nigdy nie zdążę i zaraz zresztą zapomnę” (*Język polski...*, 1934). Widzom lepiej wykształconym napisy i obca mowa tak bardzo nie przeszkadzały.

## Przyczyny porażki

Dlaczego zatem dubbing nie upowszechnił się w Polsce mimo sprzyjającej atmosfery? Nie lekceważyłbym oczywiście żadnego argumentu obozu sceptyków, ale ostatecznie winę zrzuciłbym na ludzi, którzy podejmowali błędne decyzje przy wyborze filmów przeznaczonych do dubbingu oraz źle podchodzili do przygotowania polskich dialogów i promocji tego wynalazku.

Fałszywą politykę przedsiębiorców filmowych najlepiej scharakteryzował Andrzej Mikułowski na łamach „Prosto z Mostu”: „Bierze się trzeciorzędny film austriacki (te są najtańsze) i fabrykuje się tzw. dubbing, czyli podkłada się polskie słowa z pomocą najtańszych sił aktorskich. Przy hucznej reklamie ten jeden czynnik atrakcyjny ściągnie publiczność; mniejsza o poziom filmu” (Mikułowski, 1935, s. 7). To tylko jedna strona medalu. Druga strona ujawnia problem dużo poważniejszy. W okresie przełomu dźwiękowego filmy szybko się starzały. Co chwilę zmieniały się modne konwencje. Pionierskie „dźwiękowce”, takie jak *Śpiewak jazzbandu* (1927) czy *Śpiewający błazen* (1928), już kilka miesięcy po premierze wydawały się anachroniczne, bliższe tradycji kina niemego. Polscy dystrybutorzy reagowali na zmiany z refleksem szachisty. Pierwsze dubbingowane filmy, takie jak *Artyści* i *Karkołomne zakręty*, wyświetlono nawet z dwuletnim opóźnieniem!

Współcześnie dużo staranniej dobiera się w Polsce filmy kinowe z myślą o dubbingu. Bez wyjątku są to produkcje komercyjne, z reguły największe blockbustery, takie jak *Alicja w krainie czarów*, *Avengers* i *Hobbit*, albo filmy animowane, gdzie rozdźwięk pomiędzy „grą” aktorską i sztucznie dodanym dialogiem jest najmniejszy, albo filmy dla dzieci, które w mniejszym stopniu niż dorośli zwracają uwagę na synchronizację mowy i obrazu. Do udziału w dubbingu zaprasza się gwiazdy i celebrytów, dba o to, by przekład tekstu był twórczy, a nie tylko wierny. Natomiast przed wojną skala lekceważenia reguł dubbingowego rzemiosła budzi wręcz niedowierzanie – i do złudzenia przypomina dzikie praktyki rynku VHS lat osiemdziesiątych XX wieku. Dialogi tłumaczono niestarannie, nie troszcząc się o to, by aktorzy, dobierani przypadkowo, mówili językiem żywym i potoczystym. Nie dbano o synchronizację ruchu ust i mowy, nie mówiąc o tym, by głos pasował do wyglądu postaci. Zdarzały się sytuacje, że postać na ekranie kończyła swą kwestię, ale z głośników dalej dobiegał głos polskiego aktora, który nie nadążał z podawaniem tekstu (zob. *Pierwszy dublaż polski*, 1935, s. 6). Wykonawcy często nie próbowali wczuwać się w rolę, ale deklamowali kwestie z kartki. „Sztuczność i przesada tych deklamacji przypominają teatr amatorski, zwłaszcza że gramatyczność niektórych zwrotów oraz ich polskość też pozostawiają wiele do życzenia” – skarżył się krytyk przy okazji premiery filmu *Ulubieniec bogów* (St. H., 1931, s. 14). Podobne zastrzeżenia mieli inni recenzenci.

Część zwolenników dubbingu wychodziła z założenia, że widz przede wszystkim domaga się aktorów mówiących z ekranu w języku polskim, niezależnie od poziomu wykonania. Ale to nieprawda. Widz domaga się w kinie emocji zgodnych z regułami danego gatunku. *Epizod* w polskiej wersji językowej był podobno fatalny. Dubbing zabił humor i lekkość tej operetki, a ciężka i koturnowa operetka to jak nudny dreszczowiec czy wesoły horror. Gdy zaczęto więc wyświetlać film w oryginalnej wersji z napisami, zdaniem jednego z krytyków zaczął cieszyć się on większą popularnością (K., 1935, s. 15). Inne gatunki, na przykład oparte na wartkiej akcji, a nie dialogu, nie cierpiały tak bardzo na amatorskim dubbingu. W najlepszym razie – widz mógł nawet go nie dostrzec (albo usłyszeć).

Z dzisiejszej perspektywy widać, że niepotrzebnie nagłaśniano każdą premierę filmu w zmienionej wersji językowej, robiąc z tego sztucznie kreowane wydarzenie sezonu. Leon Brun na łamach „Kuriera Warszawskiego” zwrócił uwagę, że gdy wyświetlano zagraniczne filmy z niepolskim dubbingiem, „zorientowali się w tym tylko nieliczni znawcy”. „Rzecz charakterystyczna – pisał dalej – gdy publiczność nie wie, że ma do czynienia z «dubbingiem», to go nie dostrzega; gdy jednak «dubbing» jest jawny i z góry zapowiedziany – publiczność odnosi się do niego krytycznie, dostrzega różne drobne usterki, słowem: grymasi” (Brun, 1932, s. 8). To oznacza, że – po pierwsze – lepszym rozwiązaniem było forsowanie dubbingu dyskretnie, lecz konsekwentnie, tak by widzowie zdążyli się do niego przyzwyczaić, a po drugie – dubbing musiał być dostosowany do konwencji gatunkowych. Recenzent „Kuriera Warszawskiego” w pierwszej połowie lat trzydziestych wielokrotnie zaznaczał, które filmy zagraniczne powinny być wejść na ekrany w wersji z dubbingiem, a które nie (jego subiektywne sugestie uważam za bardzo trafne), co stanowi dowód, że istniała znajomość reguł rzemiosła, lecz wiedza ta nie przekładała się na działania praktyczne.

Problemy z upowszechnieniem dubbingu były skutkiem chaosu, jaki zaplanował w polskim kinie po przełomie dźwiękowym. Odnoszę wrażenie, że wiele działań podejmowano z nonszalancją, obawiając się, że moda na „talkiesy” minie, a zamęt z tłumaczeniem filmów sam się uspokoi. Unikano w związku z tym kosztownych inwestycji, nie wywierano presji na dystrybutorów. Szukano najtańszych rozwiązań. Można by nawet zaryzykować tezę, że polskie kino do wybuchu drugiej wojny światowej na dobrą sprawę nie pogodziło się z rewolucją dźwiękową i nie przystosowało w pełni do wymagań, jakie stawia przed ekipą zainscenizowanie żywego dialogu. Skutkiem tego była teatralna poza, nienaturalność szkoły aktorskiej, zbyt bliska relacja z kabaretem, a także – nieufność wobec dubbingu, który realizowano w sposób amatorski i od przypadku do przypadku. Najlepszym dowodem są liczby. W roku 1929 przekazano w Polsce do ocenzurowania 1472 filmy różnej długości, w 1930 – 1390, w 1931 – 1081, a w 1932 – 842 filmy (*Statystyka...*, 1934). W tym czasie zdubbingowano nie więcej niż pięć tytułów.

Przywołany wcześniej spór pokazuje również, że środowisko filmowe nie umiało wypracować wspólnego stanowiska. Nikt nie wiedział, czy dubbing należy upowszechniać w trosce o efekt artystyczny, z powodów politycznych, finansowych czy z myślą o wygodzie publiczności. W wielu krajach europejskich dylematy te nie miały wpływu na podejmowane decyzje – kwestie artystyczne uznano za drugorzędne, a dubbing wprowadzono z szeroko rozumianych powodów politycznych. Nadrzędnym celem nie był wcale komfort widzów, ale zatamowanie ekspansji Hollywood i zapewnienie lepszych warunków rozwoju rodzimej branży filmowej. Mówiąc krótko, stworzono system, w którym opłacało się dubbingować filmy. „Firmy zagraniczne wywożą dziś z Polski tyle pieniędzy za licencje, bądź też z bezpośredniej eksploatacji (Amerykanie!), że nie stanie się im krzywda, jeśli dublaż części filmów zmusi je do obniżenia cen licencji lub do pozostawienia większej sumy w Polsce [...]” – pisał w 1934 roku Andrzej Ruszkowski (s. 6).



W niektórych krajach europejskich ustawodawcy angażowali się (z różnym skutkiem) w obronę środowiska filmowego, nowelizując prawo tak, by sprzyjało rodzimym przedsiębiorcom, a nie amerykańskim korporacjom<sup>3</sup>. Filmy dubbingowane mogły liczyć na niższe podatki od eksploatacji. Dla odmiany filmy w oryginalnej wersji językowej musiały być sprzedawane po cenach zniżkowych. Jednak w II RP organy państwowe, z nielicznymi wyjątkami, nie chciały angażować się w sprawy filmu. Swoją „politykę kulturalną” wobec kina prowadziły w sposób bezduszny, a nawet rabunkowy: narzucając zbyt wysokie podatki, zmuszając kiniarzy do wyświetlania pewnej liczby filmów w języku polskim, ale bez finansowego wsparcia czy troski o poziom produkcji.

Co prawda rozporządzenie ministra spraw wewnętrznych z 14 sierpnia 1936 roku gwarantowało ulgi podatkowe przedsiębiorcom, którzy wyświetlali filmy dubbingowane w Polsce przy pomocy polskich wykonawców, ale – jak pisali Małgorzata i Marek Hendrykowsy (1990, s. 193) – „właściciele kin skwapliwie rezygnowali z tej wątpliwej ulgi, godząc się na wyższe podatki za cenę pełnej widowni”. Wybór dubbingowanych filmów, jak mieliśmy okazję się przekonać, był bowiem niewielki, poziom wykonania często skandaliczny, dlatego bardziej opłacało się wyświetlać starannie dobrane filmy z napisami.

Oferowana przez ministerstwo ulga to przykład martwej litery prawa. Moim zdaniem przedsiębiorcy filmowi obawiali się, że wymuszony przez ustawę dubbing będzie tylko nowym obciążeniem, na którym zarobią obce przedsiębiorstwa lub aferzyści. „Przymus grania w każdym kinie pewnego procentu filmów dublowanych pociągnąłby za sobą mniejszą dbałość o poziom artystyczny dublażu i skończyłby się tragicznie” – słusznie pisał Ruszkowski (1934b, s. 6). Aby upowszechnić dubbing w Polsce, należało myśleć o produkcji, rozpowszechnianiu, opiece prawnej państwa i ulgach podatkowych jako ogniwach jednego łańcucha, który spełni swą funkcję dopiero wtedy, gdy poszczególne elementy będą trwale związane, tworząc system opłacalny zarówno dla laboratoriów dźwiękowych, jak i dystrybutorów oraz właścicieli kin.

Każdy, kto nie znosi dubbingu, myśli pewnie, że przez ten mały grzech zaniechania szczęśliwie udało się w Polsce uniknąć upowszechnienia tej „zbrodniczej praktyki”, szkodliwej zwłaszcza dla filmów ambitnych i artystycznych. Trzeba też zauważyć, że dubbing skutecznie promowano w krajach totalitarnych, często z pobudek ksenofobicznych, a wcale nie z troski o komfort widza lub wrażenia artystyczne. W Polsce zaś najgoręcej broniono dubbingu w dziennikach prawicowych i endeckich. Z drugiej jednak strony, problem jest bardziej skomplikowany. Należy pamiętać, że dubbing, będący pokłosiem korzystnych dla środowiska zmian w prawie, mógł ożywić polską kulturę filmową dwudziestolecia międzywojennego oraz zwiększyć frekwencję, a pośrednio – wpłynąć pozytywnie zarówno na kondycję finansową rodzimego kina, jak i jego poziom techniczny.

<sup>3</sup> Np. w Niemczech prawo nakazywało, by każdy dubbing był robiony na miejscu. Zob. D. Gomery, 2005, s. 134–135.



Jednak historia przedwojennego dubbingu w Polsce to jaskrawy przykład tego, jak teoria rozmija się z praktyką. Można oczywiście spekulować na temat potencjalnych korzyści dubbingu, szukać artystycznego lub kulturowego uzasadnienia dla tej technologii, ale każde pozytywne rozwiązanie i tak musiało zakończyć się fiaskiem, ponieważ środowisko było niechętnie zmianom, państwo nie interesowało się kinem, a publiczność również nie potrafiła walczyć o swoje interesy.

Zagraniczni dystrybutorzy oraz importerzy filmów nie szanowali polskiego widza (zob. *Kina w niewoli...*, 1937). Nie szanowali, gdyż nie musieli – nikt bowiem nie występował w jego obronie. Peryferyjna kinematografia, której przemysł filmowy stał na niskim poziomie technicznym, a rynek zbytu kurczył się z każdym rokiem wielkiego kryzysu, odstraszała inwestorów. Francuzi, Niemcy czy Włosi, kilkakrotnie częściej niż Polacy uczęszczający do kina, potrafili lepiej dbać o swoje interesy, ale też zostawiali więcej pieniędzy w kasach kin. Jeżeli domagali się filmów dubbingowanych, należało spełnić ich oczekiwania albo liczyć się z dużymi stratami.

Najbardziej udany dubbing sprzed roku 1939, *Królowna Śnieżka i siedmiu krasnoludków* Disneya, był jak na tamte lata nietypowy – zrealizowano go dla filmu, który jeszcze przed swą amerykańską premierą uchodził za wydarzenie sezonu. To z kolei usprawiedliwiało inwestycje. Polskie dialogi i piosenki przygotowano pod nadzorem specjalistów z Hollywood, prawdopodobnie za granicą. Poza tym zaangażowano gwiazdy oraz nie oszczędzono środków na promocję. W wymiarze symbolicznym stosunek polskiej branży filmowej do dubbingu został ukształtowany po sukcesie *Królowny Śnieżki* i w ogólnym zarysie obowiązuje także dziś (z zastrzeżeniem, że okres PRL-u to temat na nieco inną dyskusję). Opiera się na biegunowym myśleniu. Albo starannie przygotowana kreskówka z Ameryki dla masowej widowni, albo nędzna austriacka farsa dla szybkiego zarobku. Albo widowiskowe blockbustery w gwiazdorskiej obsadzie, albo telewizyjna rutyna dla rodzinnego widza. I nic pośrodku.

## Bibliografia

- [Ankieta] (1932). „Kino”, nr 26, 27, 29, 34.
- [Ankieta] (1934). *Język polski, czy obcy*. „ABC”, nr 327, 331, 332.
- [Ankieta] (1935). *Jak wypadła próba dubbingu?* „Czas”, nr 25.
- [Autor nieznany]. (1931). *Only Hope of Foreign Solution Is Seen in Silent Technique*. „The Film Daily”, no. 15.
- [Autor nieznany]. (1936). *Hitler przemawia po... żydowsku*. „Ilustrowany Kurjer Codzienny”, nr 213.
- [Autor nieznany]. (1937). *Kina w niewoli importerów*. „Prawda o Filmie”, 10.12.
- [Autor nieznany]. (1934). *Pierwszy polski „dubbing”*. „Wiadomości Filmowe”, nr 22.
- [Autor nieznany]. (1931). *Poland, 30,000,000 Population, Has Only 600 Picture Theaters*. „The Film Daily”, 18.01.

- [Autor nieznan]. (1930). *Skandale filmowe*. „Kurier Polski”, nr 222
- [Autor nieznan]. (1934). *Tajemnice dubbingu*. „Republika”, nr 143.
- [Autor nieznan]. (1934). *Testament D-ra Mabuze*. „Reporter Filmowy”, nr 12.
- [Autor nieznan]. (1934). *Tytuł artykułu nieznan*. „ABC”, nr 331.
- [Autor zbiorowy]. (1934). *Statystyka życia umysłowego i kulturalnego*. Warszawa: GUS.
- B. (1931). *Artysty*. „Kino”, nr 21.
- Brun, L. (1931a). *Dziesiąta muza na manowcach*. „Kalendarz Wiadomości Filmowych”.
- Brun, L. (1927). *Kilka słów o napisach na ekranie*. „Kino dla Wszystkich”, nr 33.
- [Brun, L.] L. B. (1932). *Tajemnice ekranu*. „Kurjer Warszawski”, nr 202 (wyd. wieczorne).
- [Brun, L.] L. B. (1931b). *Wieża Babel w kinach polskich*. „Kurjer Warszawski”, nr 275 (wyd. wieczorne).
- Brzeziński, B. (1938). *A to ci kino!...* „Kurier Literacko-Naukowy”, nr 43.
- Czermiński, A. (1936). *Iluzja czy sztuczność?*. „Czas”, nr 196.
- Czermiński, A. (1937). *O polski film rysunkowy i marionetkowy*. „Czas”, nr 340.
- D. Op. (1936). *Napisy „uciekają”!!!*. „Wiadomości Filmowe”, nr 2.
- Ford, K. (1935). *Film polski zagranicą*. „Świat Filmu”, nr 3.
- Ford, K. (1936). *Przerost sztuczności na ekranie*. „Czas”, nr 189.
- Gomery, D. (2005). *The Coming of Sound: A History*. Routledge, New York – London: Psychology Press.
- H.-Piotrowski, S. (1935). *Dziwne koleje losu dubbing’u w Polsce*. „Kurier Polski”, nr 104.
- Hendrykowska, M., Hendrykowski, M. (1990). *Film w Poznaniu 1896–1945*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Ingster, B. *The Cinema in France*. „The Hollywood Reporter”, vol. 20, no. 7.
- Ivarsson, J. (2009). *The History of Subtitles in Europe*, [w:] G. C. F. Fong, K. K. L. Au (red.), *Dubbing and Subtitling in a World Context*. Hong Kong: Chinese University Press.
- J. Kir. (1929). *Mowa – srebro, milczenie – złoto*. „Kino dla Wszystkich”, nr 103.
- J. Z. (1935). *Pierwszy dublaż polski*. „Kurier Polski”, nr 6.
- Jewsiewicki, W. (1967). *Filmy niemieckie na ekranach polskich kin w okresie międzywojennym*. „Przegląd Zachodni”, nr 5.
- „Juanitta” [pseud.]. (1930). *Publiczność ma głos: za i przeciw dźwiękowcom*. „Kino”, nr 19.
- [Jurkowski Z.] Jur. (1935). *Doppingujemy dubbing*. „Prosto z Mostu”, nr 4.
- K. (1935). *Kilka uwag o dubbingu*. „Kurjer Warszawski”, nr 317 (wyd. wieczorne).
- Lewin, G. (1931). *Dubbing and Its Relation to Sound Pictures Production*. „Journal of SMPE”, vol. 16, no. 1.
- Mikułowski, A. (1935). *Recenzje filmowe: Epizod*. „Prosto z Mostu”, nr 41.
- Ruszkowski, A. (1934a). *Chcemy słuchać polskiej mowy z ekranu!*. „ABC”, nr 321.
- Ruszkowski, A. (1934b). *Co nam dała ankieta o dublażu filmowym?*. „ABC”, nr 332.
- Słonimski, A. (1930). *Kronika tygodniowa*. „Wiadomości Literackie”, nr 35.
- St. H. (1931). *Ulubieniec bogów*. „Kino”, nr 45.
- Toeplitz, J. (1934a). *Nowy film niemiecki*. „Kurier Polski”, nr 48.

Toeplitz, J. (1934b). *Przerażenie*. „Kurier Polski”, nr 150.

Tref. (1932). *Nowa rewolucja: dubbing*. „Ilustrowany Kuryer Codzienny”, nr 170.

### **Necessary Evil: Dubbing in Poland before 1939**

In the early sound film period, a discussion on dubbing started in Poland. Some believed that this was the best way to translate films from one language to another, others criticised dubbing (for a variety of reasons) or considered it as “necessary evil” or a difficult compromise. In his article, the author tries to refer the arguments of both parties. He studies the opinions of filmmakers, film critics, representatives of various artistic disciplines, and the audience. The dispute was not just about artistic or practical issues (such as efficiency of translation methods or the comfort of the audience). In the era of nationalism, dubbing was a political problem. The author also tries to answer the question why dubbing did not spread in the Polish cinema before 1939, despite favourable conditions.

# Emil Sowiński

Uniwersytet Łódzki

## Produkcja filmu krótkometrażowego w epoce gierkowskiej na przykładzie działalności Wytwórni Filmów Oświatowych<sup>1</sup>

Nie mniej interesujący jest dorobek jedynej w Polsce wyspecjalizowanej, a mieszczącej się w Łodzi, Wytwórni Filmów Oświatowych, która w latach 1946-1972 zrealizowała ogółem 2260 filmów. W tym: 997 popularnonaukowych, 615 szkolnych, 569 instruktażowych i 79 tzw. zleceńowych. 182 razy filmy WFO były nagradzane i wyróżniane za granicą, 214 pozycji chlubi się wawrzynami festiwalu i przeglądów krajowych. Jest to przy tym wytwórnia, która dysponuje wyspecjalizowaną kadrą oraz bazą techniczno-produkcyjną, która umożliwia jej całkowicie samodzielną realizację filmowych zadań produkcyjnych. Ogółem zatrudnia ona 465 pracowników, a w tym: 32 reżyserów i 20 operatorów, realizując obecnie 110 średnio- i krótkometrażowych filmów dla kin, telewizji, szkół itp. itd. Ponadto łódzka WFO świadczy usługi w postaci obróbki materiałów filmowych dla naszej animacji oraz przedsiębiorstw rozpowszechniania filmów. Wartość roczna jej produkcji wynosi 45–50 mln zł, a wartość usług 17–20 mln zł. Innymi słowy – dzięki WFO kraj nasz należy do światowej czołówki producentów filmów popularnonaukowych i dydaktycznych (Walasek, 1972, s. 72).

Ten długi cytat, pochodzący z artykułu o filmowej Łodzi, znakomicie charakteryzuje Wytwórnę Filmów Oświatowych z początku lat siedemdziesiątych.

<sup>1</sup> Tekst jest nową redakcją podrozdziału mojej pracy magisterskiej zatytułowanej *Pokolenie WFO*, w której – zgodnie z postulatami badań kultury produkcji – zastosowałem metodę nieustrukturyzowanych wywiadów pogłębionych oraz kwerendę archiwalną.

Jak trafnie zauważa Krzysztof Jajko, WFO działała podobnie jak wielkie hollywoodzkie wytwórnie, ponieważ „zarówno tu, jak i tam rządziła zasada integracji całości produkcji w ramach jednego przedsiębiorstwa” (2016, s. 30). Wytwórnia była więc producentem i wykonawcą filmów (zupełnie inaczej niż w filmie pełnometrażowym, gdzie producentem po reorganizacji w 1971 roku znów stały się Zespoły Filmowe, a wykonawcami Wytwórnie Filmów Fabularnych – warszawska, łódzka i wrocławska) i w związku z tym w całości odpowiadała za kształt produkcji.

Kinematografię polską w okresie PRL-u finansowano ze środków państwowych. Wytwórnie, które były samodzielne, jeśli chodzi o program, a więc na przykład Se-ma-for, WFO czy „Czołówka”, musiały corocznie przedstawić w Ministerstwie Kultury i Sztuki plan tematyczny i na jego podstawie otrzymywały z „funduszu filmowego” pieniądze na realizację filmów (Łukowski, 1986). Drugim źródłem finansowania filmów byli zleceniodawcy, do których należeli między innymi telewizja czy państwowe instytucje gospodarcze (na przykład Polskie Koleje Państwowe). Wśród zamawiających filmy w WFO były także ministerstwa. Na początku lat siedemdziesiątych władze postanowiły odciążyć finansowo Ministerstwo Kultury i Sztuki, proponując, aby inne ministerstwa korzystające z usług WFO, na przykład Oświaty i Wychowania czy Zdrowia, zwiększyły finanse przeznaczone na produkcję filmów. W 1974 roku Ministerstwo Kultury i Sztuki podpisało z Ministerstwem Oświaty i Wychowania porozumienie o współpracy i od tej pory MOiW układało plany tematyczne filmów szkolnych, pełniło opiekę merytoryczną nad ich realizacją oraz kwalifikowało do użytku filmy gotowe (Szczutkowska, 2014).

Jak wynika z powyższego, możemy – ze względu na finansowanie – podzielić powstałe w WFO filmy na zlecone i wynikające z corocznego planu filmowego. W przypadku filmów zleconych ich temat był z góry narzucony przez zamawiającego, ale już sposób i forma realizacji pozostawały w gestii twórcy. Z kolei realizacje mające powstać ze środków Ministerstwa Kultury i Sztuki proponowała redakcja, a także twórcy, których propozycje musiały mieścić się w zatwierdzanym raz do roku programie Wytwórni. Od 1974 roku, gdy w WFO na stanowisku naczelnego redaktora zatrudniono 27-letniego Macieja Łukowskiego (doktora nauk humanistycznych ze specjalnością filmoznawczą), program stał się tak szeroki (na przykład pojawił się cykl filmów „Człowiek i jego działanie”<sup>2</sup>), że można było właściwie zrealizować każdy film<sup>3</sup>. Twórca swój pomysł na film formułował w tak zwanym zapisie tematu, który opiniowała redakcja. Zapis tematu, jak tłumaczył Maciej Łukowski (1986), musiał za-

<sup>2</sup> W tym cyklu powstał film *Wanda Gościńska. Włóknianka* (1975, reż. Wojciech Wiszniewski).

<sup>3</sup> To szczególnie widać, gdy przyjrzymy się powstałym po 1974 roku filmom. Dość powiedzieć, że WFO była producentem takich arcydzieł kina krótkometrażowego jak: *Elementarz* (1975, reż. Wojciech Wiszniewski), *Dziewczę z ciortem* (1975, reż. Piotr Szulkin), *Lekka tkliwość* (1975, reż. Marek Koterski), *Fotoplastykon* (1978, reż. Piotr Andrejew), *Żywa galeria* (1975, reż. Józef Robakowski), *Hokej* (1976, reż. Bogdan Dziworski), *Spokojny dzień* (1976, reż. Witold Starecki), *Ślad* (1976, reż. Helena Włodarczyk).

wierać odpowiedzi na trzy pytania: „Co?”, „W jaki sposób?”, „Dlaczego?”, i być bardzo rozbudowany w przypadku, gdy jego autorem był debiutant. Następnie rozszerzano go o dokumentację – „zapis niezbędnej i aktualnej wiedzy na temat, który ma być istotą filmu” (Łukowski, 1986, s. 32). Wspomniana dokumentacja dotyczyła wszystkich projektów – od skomplikowanych filmów naukowych, przez dokumenty, po na proste filmy informacyjno-reklamowe<sup>4</sup>.

Po wykonanej dokumentacji powstawał szkic scenariusza w formie noweli, a następnie sam scenariusz, który – tak samo jak zapis tematu i szkic – był poddawany recenzji przez redakcję, a później, po uzyskaniu pozytywnej opinii, przedstawiany naczelnemu redaktorowi i dyrektorowi Wytwórni (Łukowski, 1984). Kolejno powstawał scenopis (przygotowany przez operatora i reżysera), na podstawie którego kierownik produkcji filmu sporządzał plan generalny składający się z kosztorysu i propozycji organizacji produkcji (Łukowski, 1984). Wszystkie te dokumenty były przedstawiane działającej w Wytwórni komisji kosztorysowej, a ona na ich podstawie oceniała projekt i przedstawiała swoje opinie dyrektorowi decydującemu o skierowaniu filmu do produkcji<sup>5</sup>. Zarówno zapis tematu, dokumentacja, szkic scenariusza (nowela), scenariusz, jak i scenopis były pracami, za które twórcy otrzymywali wynagrodzenie<sup>6</sup>. W tym momencie warto nadmienić, że na zarobki twórców i współtwórców filmów krótkometrażowych składały się przede wszystkim umowy o dzieło (scenariusz, reżyseria, tworzenie scenopisu etc.), a także umowy o pracę (etat), ze stałym comiesięcznym wynagrodzeniem<sup>7</sup>.

Po okresie przygotowawczym miał miejsce okres zdjęciowy, czyli najważniejszy i najdroższy etap realizacji filmu. Na podstawie dokumentów powstałych w okresie przygotowawczym twórcy dostawali określoną długość taśmy filmowej i musieli na niej zmieścić cały film (Łukowski, 1984). Z długością okresu zdjęciowego ściśle wiąże się także pojęcie tak zwanego limitu taśmy, czyli stosunku przyznanej długości taśmy filmowej do przewidywanej długości filmu. Największy limit był możliwy wyłącznie wtedy, gdy w zdjęciach brały udział dzieci lub dzikie zwierzęta (Łukowski, 1984). Taśmę przyznawano na podstawie analizy dokumentów (scenariusza, noweli), co twórcy skrzętnie wykorzystywali. Bogdan

<sup>4</sup> Dziś bardzo trudno sobie wyobrazić, że reżyser stojący za kamerą filmu reklamowego musi przygotować szczegółową dokumentację reklamowanego produktu. W latach siedemdziesiątych było to jednak wymogiem. Przykładem może być praca, jaką wykonał Witold Starecki przy filmie *Muzeum* (1975). Reżyser w notatce zapisał: „W dn. 25 III 75 r. odbyłem dokumentację, w trakcie której zapoznałem się z: tkaninami koordynowanymi, sposobem ich estetycznego łączenia, wzorami, wymaganiami zleceniodawcy, co do komentarza filmu, sposobem w jaki zleceniodawca chce abym pokazał tkaninę”. Cytat pochodzi z teczki produkcyjnej filmu *Muzeum*, Archiwum WFO.

<sup>5</sup> Kolejność: zapis tematu, dokumentacja, szkic scenariusza (nowela), scenariusz, scenopis, plan generalny, opinia komisji kosztorysowej i skierowanie filmu do produkcji dotyczyła także filmów zleceńowych.

<sup>6</sup> Na przykład za scenopis – zgodnie z zarządzeniem ministra z dnia 26 sierpnia 1975 roku – można było otrzymać w zależności od trudności filmu od 2 800 złotych do 4 000 złotych (Szelchauz, 1980).

<sup>7</sup> Była to tak zwana gotowość, która gwarantowała twórcom świadczenia, a jej wysokość była zależna od kategorii zawodowej.



Dziworski, jeden z najbardziej utytułowanych reżyserów tworzących w WFO, po latach przyznał, w jaki sposób konstruował swoje scenariusze<sup>8</sup>:

Dla mnie najważniejsze było, ile dostanę taśmy. Dawniej istniały specjalne tabele określające przydział taśmy ze względu na tematykę planowanych scen [...] To stanowiło podstawę pisania mojego scenariusza. Pisałem więc: tu scena z dzikimi zwierzętami, a tu z dziećmi. Scenariusz szedł do produkcji, oni czytali, przeliczali i dostawałem większy przydział taśmy. Taśma była wtedy najważniejsza (Dziworski, 1998, s. 70).

Długość okresu zdjęciowego była oczywiście zależna od trudności realizacji oraz przewidywanej długości danego filmu i zwykle przekraczała „idealny czas trwania zdjęć” ironicznie sformułowany przez Edwarda Zajicką<sup>9</sup>. I tak na przykład sześciominutowe w całości zainscenizowane *Kobiety pracujące* (1978) w reżyserii Piotra Szulкина zostały zrealizowane w trakcie pięciu dni zdjęciowych, ale już obserwacyjno-kreacyjny, 12-minutowy *Hokej* (1976) Bogdana Dziworskiego – w ciągu 17<sup>10</sup>. W wyjątkowych sytuacjach okres przygotowawczy ograniczał się tylko do napisania szkicu scenariusza (noweli) i zaopiniowania go przez redakcję, a następnie kierowano projekt na tak zwane zdjęcia uciekające, w trakcie których bardzo często powstawał cały film. Zdaje się, że tą techniką zrealizowano większość krótkich metraży Bogdana Dziworskiego, analizując teczkę produkcyjne filmów reżysera, można bowiem zauważyć, że twórca nigdy dokładnie nie eksplikował swoich pomysłów realizacyjnych. Nie pisał długich scenariuszy, noweli, scenopisów. Wynikało to przede wszystkim ze sposobu pracy, w dużej mierze sprowadzającego się do improwizacji na planie (ekstremum tej strategii ogromnie widać w filmie *Sceny narciarskie z Franzem Klammerem*)<sup>11</sup>, ale także z całkowitego zaufania zarządców Wytwórni, którzy nie wymagali od reżysera dokumentacji na etapie prac przygotowawczych. Powtarzana przez wielu anegdota mówiąca, że Dziworski pojawiał się w Wytwórni z pomysłem i niejako ot tak dostawał sprzęt i mógł zrobić film, bo miał tam bardzo dobrą pozycję, znajduje potwierdzenie w opowieści ówczesnego dyrektora Zbigniewa Godlewskiego, który po latach wspomina:

<sup>8</sup> Co ciekawe, po latach Zbigniew Godlewski (ówczesny dyrektor Wytwórni) – w rozmowie ze mną – przyznał, że zdawał sobie sprawę z taktyki Dziworskiego.

<sup>9</sup> Mam na myśli tutaj słynny bon mot powtarzany przez Edwarda Zajicką na zajęciach ze studentami w Szkole Filmowej w Łodzi. Otóż profesor z charakterystyczną dla siebie ironią powtarza, że film trwający dwie godziny powinien być zrealizowany w ciągu dwóch godzin, na które oprócz realizacji zdjęć będzie się składać także przerwa na kawę.

<sup>10</sup> Informacje o liczbie dni zdjęciowych pochodzą z teczek produkcyjnych wspomnianych filmów, Archiwum WFO.

<sup>11</sup> W rozmowie z Mikołajem Jazdonem o sposobie pracy nad filmem Dziworski mówił: „Nie robię filmów z góry zaplanowanych. Jestem otwarty w stosunku do rzeczywistości, która jest naprawdę bogatsza od tego co bym zaplanował. Mam oczywiście pewne założenia, ale podczas realizacji ulegają one raptownie zmianie” (Dziworski, 1998, s. 71). Podobnie sposób pracy Dziworskiego widzi także autor zdjęć Zbigniew Wichłacz: „On kręci filmy zupełnie bez scenariusza. Tylko na czuja. Ja z nim robiłem film *Żużel* i nagle zorientowałem się, że on nie ma scenariusza. On ma tylko pomysł, jakie chce mieć ujęcia w filmie, a chce mieć tylko ujęcia niezwykle” (rozmowa ze Zbigniewem Wichłaczem, 15.02.2016).

Bodzio przychodził i mówił: „Mam taki i taki pomysł”. To ja mówiłem: „Dobrze, Bodzio. Napisz jedną stronę, idź do Pakułowej [Marii Pakuły, która była redaktorem – przyp. aut.] i niech ci to zaopiniuje, a ja potem zarządzę zdjęciami uciekające”. Właściwie to w przypadku Bodzia wszelkie większe formy, jak na przykład scenariusze, powstawały właściwie tylko dlatego, żeby był porządek w dokumentacji na wypadek kontroli, i to zazwyczaj powstawały, gdy już film był dawno gotowy<sup>12</sup>.

Z powyższych zdań Zbigniewa Godlewskiego wynika, że do skierowania filmu na tak zwane zdjęcia uciekające w przypadku Dziworskiego wystarczyło dostarczenie na biurko dyrektora jednostronicowego pomysłu wraz z opinią redakcji, a wszelkie większe formy pisemne, takie jak scenariusz, scenopis, a nawet kosztorys, były tworzone *ex post* tylko po to, żeby zachować porządek dokumentacyjny na wypadek kontroli. Niewykluczone, że taka sytuacja miała miejsce w trakcie produkcji filmu *Arena życia* (1979, reż. Bogdan Dziworski). W dokumentach odnajdziemy prośbę (wraz z opinią redakcji o krótkiej noweli filmowej napisanej przez reżysera) Dziworskiego zaadresowaną do dyrektora Zbigniewa Godlewskiego o skierowanie filmu na zdjęcia uciekające oraz adnotację mówiącą o tym, że „film został zrealizowany zgodnie z koncepcją artystyczną przedstawioną dyrekcji przed wyjazdem na zdjęcia uciekające”<sup>13</sup>. Z kolei w sprawozdaniu kierownika produkcji przeczytamy:

Film pod względem organizacyjnym potraktowany został w sposób eksperymentalny. Ekipa wyjechała na zdjęcia do Opoli pod koniec sezonu cyrkowego z zamiarem zarejestrowania na taśmie filmowej i dźwiękowej fragmentów przedstawień cyrkowych oraz likwidacji obozu cyrkowego. Przy pierwszych założeniach scenariuszowych istniała koncepcja wykonania zdjęć w okresie montażu w bazie cyrkowej w Julinku. Ilość skręconych materiałów w Opolu okazała się pod względem wymogów artystycznych aż nadto wystarczająca. Skręcono wówczas około 7 000 m negatywu. Z tej długości powstał film bez potrzeby realizowania zdjęć w bazie cyrkowej<sup>14</sup>.

Okres zdjęciowy sprawiał także wiele problemów natury organizacyjnej, czego przykładem niech będzie poniższa rekonstrukcja realiów produkcyjnych filmów *Wanda Gościmińska*, *Włóknianka* i *Hokej*. Problem dotyczący zdefiniowania gatunku krótkometrażowych filmów produkowanych przez Wytwórnę, a w szczególności dzieł indywidualistów tworzących w nurcie kreatywnym, doświadczył pionier produkcji filmu Wiszniewskiego. Pomysł na film o Gościmińskiej wykupiono od telewizji i to spowodowało, że w rubrykę „gatunek” wpisano „popularnonaukowy dokumentalny film telewizyjny”<sup>15</sup>, ale już metoda jego realizacji była bliska filmowi fabularnemu, co spowodowało znaczące opóźnienie. Kierownik produkcji Jan Jurczak w notatce służbowej pisał:

<sup>12</sup> Rozmowa ze Zbigniewem Godlewskim z 18.11.2015.

<sup>13</sup> Teczka produkcyjna filmu *Arena życia*, Archiwum WFO.

<sup>14</sup> Tamże.

<sup>15</sup> Teczka produkcyjna filmu *Wanda Gościmińska*, *Włóknianka*, Archiwum WFO.

Film w realizacji ma wszystkie cechy filmu fabularnego średnich rozmiarów i tak: 1) w realizowanych do tej pory sekwencjach wystąpiło 400 epizodystów i aktorów niezawodowych [...], 2) wypożyczono do potrzeb filmu 150 kostiumów, nie licząc adaptacji, oraz dziesiątki rekwizytów i elementów dekoracji, 3) każda z sekwencji realizowana była minimum w 1 miejscu / np. sekwencja Wczoraj w 5 różnych punktach Łodzi/. Każde miejsce zdjęć wymagało w mniejszym stopniu adaptacji – dekoracji itp.<sup>16</sup>

Zakwalifikowanie projektu do dokumentu spowodowało również zmniejszenie się ekipy zdjęciowej do czterech osób (w przypadku średniometrażowej fabuły byłoby to minimum 12 osób)<sup>17</sup>. Taka kwalifikacja wprowadziła także zmiany w sposobie finansowania i w związku z tym budżet filmu o Wandzie Gościńskiej niewiele przekraczał fundusze przyznawane na jednoaktowy film oświatowy<sup>18</sup>. Sprawę gatunkowości podsumujmy wypowiedzią reżysera, która zestawiona z wymienionymi powyżej problemami pokazuje kontrast, jaki rodził się pomiędzy spojrzeniem pionu produkcji a reżysera na film krótkometrażowy:

Właściwie nie jest dla mnie istotny gatunek, w którym mogę pracować. Nigdy się nad tym nie zastanawiam. Interesują mnie różnorodne przejawy polskiej rzeczywistości oraz ich historyczne i kulturowe korzenie [...] Swoje odczucia oddaję w sposób liryczny, groteskowy, patetyczny i ironiczny [...] Staram się tak skonstruować utwór, by widz mógł wybrać sobie tonację, która pasuje do jego temperamentu, nastroju i doświadczenia. Albowiem co jest tragedią, a co komedią, okazuje się z czasem (*Młody film polski – próba sondażu (2)*)<sup>19</sup>, 1978, s. 13).

Podczas zdjęć do filmu *Hokej* największe problemy dotyczyły części „wyobrażeniowej”. „Kiedy kręciliśmy *Hokej*, nie było przebaczenia, wszyscy musieli jeździć na łyżwach, nawet producent. Filmowaliśmy z pozycji lodu, między kijami, podążaliśmy za krążkiem” – wspominał po latach reżyser (Dziworski, 2013). Ujęcia subiektywne, wykreowane na potrzeby filmu, sprawiły twórcom najwięcej kłopotów<sup>20</sup>. Przede wszystkim dlatego, że ich wykonanie okazało się bardzo pracochłonne, ale także ze względu na długi okres przygotowawczy<sup>21</sup>, podczas którego każdy musiał opanować jazdę na łyżwach. Nie było to jednak takie łatwe, ponieważ – jak się później okazało – pion produkcji miał trudności z zorganizowaniem łyżew. Wypożyczalnia sprzętu sportowego w Łodzi nie dysponowała łyżwami, a nigdzie nie można było kupić tego sprzętu<sup>22</sup>. Po długich

<sup>16</sup> Tamże.

<sup>17</sup> Tamże.

<sup>18</sup> Tamże.

<sup>19</sup> Podaję tytuł artykułu, ponieważ jego autor jest nieznanymi – przyp. red.

<sup>20</sup> Zdjęcia realizowano przez kilka nocy w hali sportowej Łódzkiego Klubu Sportowego.

<sup>21</sup> Okres przygotowawczy trwał od 24 stycznia 1976 roku do 23 marca 1976. Informacja pochodzi zteczki produkcyjnej filmu *Hokej*, Archiwum WFO.

<sup>22</sup> Tamże.

poszukiwaniach znaleziono jednak mieszkańca Łodzi, który miał kilka par i to właściwie dzięki łyżwom należącym do niego<sup>23</sup> ekipa nauczyła się jeździć i mogła zrealizować ujęcia części wyobrazeniowej.

Po okresie zdjęciowym następował okres montażu i udźwiękowania. Prace rozpoczynały się od montażu obrazu, a następnie po nim rozpoczynano pracę nad czołówką i dźwiękiem (Łukowski, 1986). Olbrzymią rolę w okresie przygotowawczym oraz montażu i udźwiękowania odgrywała redakcja, a szczególnie Maria Pakuła i Teresa Oziemska, których kompetencje – jak wspomina Zbigniew Godlewski (dyrektor WFO w latach 1976-1981) – „wykraczały poza rolę redaktora filmu”<sup>24</sup>. Godlewski uważa, że wspomniane powyżej redaktorki stawały się w mniejszym lub większym stopniu współautorkami powstającego projektu, służyły głosem doradczym podczas montażu i tworzenia scenariusza, a czasami nawet były autorkami scenariuszy, gdy reżyser nie radził sobie z przekształceniem swojego pomysłu na zapis literacki<sup>25</sup>. Niebagatelną rolę odgrywały również montażystki zatrudnione w WFO na etacie, gdzie pracowały nad różnorodnymi projektami – od filmów instruktażowych po filmy artystyczne, które na stałe zapisały się w historii polskiego filmu dokumentalnego. W latach siedemdziesiątych możemy nawet zauważyć nierozłączne pary realizacyjne, pracujące razem nad kolejnymi filmami. Mam tutaj na myśli Dorotę Wardęszkiewicz i Wojciecha Wiszniewskiego, Andrzeja Barańskiego i Marię Mastalińską oraz Marka Koterskiego i Józefę Strzeżniewską.

Okres montażu i udźwiękowania kończyła kolaudacja<sup>26</sup>. Jej regulamin i skład komisji określało wewnętrzne zarządzenie dyrektora Wytwórni. Wśród kolaudantów byli między innymi twórcy, redaktorzy (w tym redaktor naczelny) oraz przedstawiciele Centrali Rozpowszechniania Filmów. Komisja kolaudacyjna po obejrzeniu filmu miała prawo zalecić reżyserowi dokonanie poprawek, jednakowoż reżyser miał też możliwość wygłoszenia swojej opinii, i komisja podejmowała ostateczną decyzję po wysłuchaniu argumentów kilku stron (Łukowski, 1986). W momencie, gdy skierowano film do poprawek, miała miejsce druga kolaudacja, po której – jeśli film przyjęto – materiał przekazywano do laboratorium, gdzie sporządzano kopię wzorcową. Nie da się ukryć, że w przypadku filmów niezleconych koncepcja reżysera była o wiele łatwiejsza do obronienia, przysłuchiwał się on bowiem głosom swoich kolegów mijanych codziennie na korytarzach WFO, a nie zlecniodawców, którzy niekoniecznie znali się na filmowej robocie. Dzięki dość liberalnemu spojrzeniu

<sup>23</sup> Do owego obywatela wystosowano list z prośbą o wypożyczenie sprzętu. Treść była następująca: „Prosimy o wypożyczenie trzech par butów z łyżwami do potrzeb filmu pt. *Hokej*. Przewidywany okres wypożyczenia, to dwa miesiące. Należność w wysokości osiem złotych za dobę za jedną parę butów zostanie Obywatelowi wypłacona po zakończeniu okresu wypowiedzenia”. Cytat pochodzi z teczki produkcyjnej filmu *Hokej*, Archiwum WFO.

<sup>24</sup> Rozmowa ze Zbigniewem Godlewskim z 10.03.16.

<sup>25</sup> Tamże.

<sup>26</sup> Bardzo często (by nie rzec zawsze) kolaudacja odbywała się z kopii montażowej obrazu i z magnetycznej dźwięku, czyli tak zwany re-recording, po to, aby można było zrobić dowolne poprawki.

wewnątrztrywornianej komisji kolaudacyjnej powstały przecież takie filmy jak *Elementarz* czy *Żywa galeria*, i to w wersjach zgodnych z założeniami reżyserów. O wiele trudniej było obronić autorską koncepcję przed zleceniodawcami. Nie udało się to między innymi Markowi Koterskiemu, którego reklama żarówek pod tytułem *POLAM... i wszystko jasne* (1977)<sup>27</sup> nie spotkała się z ich uznaniem. W recenzji filmu Koterskiego pisali oni:

Oceniając film jako film reklamowy – stwierdzam, że budzi sporo wątpliwości – pierwsza część filmu, którą można nazwać *CIEMNO... i wszystko brudne, nieestetyczne*. Sporo tutaj elementów, ze znanych filmów grozy, strachu, ale pewne sceny – elementy, takie jak użycie w ciemnym korytarzu noża sprężynowego do podcięcia nosa, pokaz dwuznacznego osobnika zdejmującego po awanturze w kuchni perukę z głowy; po rozbiciu jajka w kuchni przez innego osobnika, czy wreszcie dziecko wampir w łazience w tym filmie są zbędne [...] W obecnej wersji w/g piszącego film nie nadaje się do rozpowszechniania<sup>28</sup>.

Konsekwencją tej opinii była decyzja o wyrzuceniu pierwszej części filmu. Ta szalenie ciekawa, zrealizowana w estetyce noir, w tempie przyspieszonym (16 klatek na sekundę) część nawiązywała do scen znanych z filmów Alfreda Hitchcocka i Romana Polańskiego (bohatera atakowały kury niczym słynne ptaki, przechodzili obok niego dwaj ludzie z szafą, podczas żonglerki jajkiem upadało mu ono na ziemię jak w *Matni*, podcinano mu nos nożem niczym w *Chinatown*<sup>29</sup>, jego żona przypominała postać graną przez Polańskiego w filmie *Lokator*, a jego mała córka okazywała się wampirzycą). Do oficjalnego rozpowszechniania trafiła druga – zrealizowana na taśmie barwnej (już bez przyspieszenia) – część filmu, w której ten sam bohater wchodzi do jasnego mieszkania oświetlonego przez żarówki marki POLAM, gdzie nie czekają na niego tak straszne niespodzianki jak w pierwszej części, ale kochająca żona i córka, a w tle gra melancholijna muzyka.

Po kolaudacjach obraz musiał przyjąć jeszcze przedstawiciel łódzkiego oddziału Głównego Urzędu Kontroli Prasy i Widowisk, który również mógł zdecydować o jego ostatecznym kształcie. Projekcja dla cenzora miała miejsce w sali projekcyjnej Wytwórni i obejmowała kilka realizacji powstałych w tym samym czasie. Taki „zestaw dla cenzora” mógł obejmować zarówno film artystyczny, jak i instruktażowy lub reklamę. Po projekcji cenzor wydawał swoją opinię na temat filmów, które zobaczył. Trafnie zauważa Marcin Adamczak (2015), że cenzorzy, a konkretnie sposoby ich oszukiwania, są głównym te-

<sup>27</sup> Nad filmem pracowali również Zbigniew Hałatek (operator), Jan Freda (operator dźwięku), Józefa Strzeżnińska (montażystka), a także Sławomir Kryński (asystent reżysera). Informacja pochodzi z teczki produkcyjnej filmu *POLAM i wszystko jasne*, Archiwum WFO.

<sup>28</sup> Teczka produkcyjna filmu *POLAM i wszystko jasne*, Archiwum WFO.

<sup>29</sup> W rolę podcinającego wcielił się operator Zbigniew Hałatek.

matem tak zwanych opowieści branżowych<sup>30</sup>. W takim kontekście cenzor jest również bohaterem opowieści udzielonej mi przez przywoływanego już Zbigniewa Godlewskiego:

Cenzor przychodził, oglądał w obecności redaktora, reżysera i mojej, jak była taka potrzeba, żebym przyszedł i go przekonywał do władzy radzieckiej. Czasami, żeby zapobiec jego interwencjom, zmieniano się tytuł. Formalnie rzecz biorąc, każdy tytuł zatwierdzał dyrektor, czyli ja [...] Tytuł to była zachęta do oglądania [...] I na przykład zmiana tytułu filmu Marka Koterskiego z *Romana Kłosowskiego* na *Na to wszystko trzeba popatrzeć z tej drugiej pogodniejszej strony* dawała mu szansę, że mógł na treść filmu przytknąć oko, bo zwierzchnicy cenzora nie widzieli filmu, ale widzieli tytuł, który im się kojarzył pozytywnie<sup>31</sup>.

Trzeba w tym momencie zwrócić uwagę, że niewiele filmów powstałych w Wytwórni wędrowało na półki. Po kołaudacji wytwórnianej i zaleceniach cenzora film został wysyłany do Ministerstwa Kultury i Sztuki, a konkretnie do Naczelnego Zarządu Kinematografii, gdzie zostawał przedstawiany Komisji Ocen Artystycznych Filmów Krótko- i Średniometrażowych, a w jej skład wchodziłi zarówno twórcy, krytycy, przedstawiciele Centrali Rozpowszechniania Filmów, jak i przedstawiciele Naczelnego Zarządu Kinematografii. Komisja dokonywała oceny i przyznawała ocenę artystyczną<sup>32</sup>, która wpływała na wysokość nagród (Szelchauz, 1980), a także miała znaczenie w nadawaniu poszczególnych kategorii reżyserskich. Co najważniejsze, komisja decydowała także o zasięgu rozpowszechniania<sup>33</sup>:

Członkowie komisji mogli wnioskować o 1) szerokie rozpowszechnianie w sieci CWF; 2) rozpowszechnianie wyłącznie w sieci kin miejskich; 3) rozpowszechnianie wyłącznie w sieci kin wiejskich; 4) rozpowszechnianie ograniczone, np. tylko w województwach; 5) rozpowszechnianie tylko w zestawach dziecięcych; 6) rozpowszechnianie tylko w zestawie z filmem fabularnym dla młodzieży lub z filmami o niskiej granicy wieku widzów; 7) rozpowszechnianie w sieci CFO Filmos (Szczytkowska, 2014, s. 103).

Najczęściej krótkie filmy, których wydźwięk mógł być dwuznaczny, trafiały do tak zwanego wąskiego rozpowszechniania, czyli teoretycznie skazywano je

<sup>30</sup> Opowieści branżowe Adamczak charakteryzuje tak: „Świat filmu jest światem zawodowych opowieści. Gdy znajdziemy się na planie lub na jakimś branżowym wydarzeniu, uderza, iż przedstawiciele branży cały czas opowiadają [...] Opowiada się właściwie cały czas o filmie w aspekcie praktycznej działalności i technologicznego procesu: co zrobiliśmy i kiedy, jakie były trudności, jak udało się je pokonać, jak zrealizowaliśmy daną scenę, dane ujęcie. Sfera ta uzupełniana jest wyjątkowo barwnymi korytarzowymi plotkami i zakulisowymi informacjami” (Adamczak, 2015, s. 128).

<sup>31</sup> Rozmowa ze Zbigniewem Godlewskim z 10.03.16.

<sup>32</sup> „Członkowie komisji wypełniali po projekcji kartę oceny filmu krótkometrażowego, przyznając mu ocenę artystyczną w skali od 1 do 6, gdzie 1 oznaczało ocenę niedostateczną i niezakwalifikowanie filmu do rozpowszechniania” (Szczytkowska, 2014, s. 103).

<sup>33</sup> Ważne jest również to, że do komisji oprócz filmu trafiał też protokół z wytwórnianej kołaudacji oraz opinia cenzora (rozmowa ze Zbigniewem Godlewskim z 10.03.16).



na zapomnienie. Po części niewygodne dla władzy, ale mimo to była szansa na ich obejrzenie; na przykład ... *Sztygar na zagrodzie...* (1978, reż. Wojciech Wiszniewski) trafił do sieci kin studyjnych w jednej kopii, a *Dziwny świat Thomasa Puckeya* (1977, reż. Marek Koterski) został skierowany do rozpowszechniania w sieci DKF również w jednej kopii (Oziemska, Drecka-Wojtyczko, 2000). W pełnym metrażu, dla władz zdecydowanie niebezpieczniejszym niż krótki, zdecydowano się na radykalniejsze kroki i w ogóle nie kierowano filmu do rozpowszechniania. Podobne działania komisji ocen artystycznych miały również miejsce w odniesieniu do produkcji WFO, niemniej ich skala nie była tak ogromna jak w przypadku realizacji pełnometrażowych. Takie półkowniki to *Elementarz*, nieprzyjęty ze względu na rozbieżności między scenariuszem a ostatecznym kształtem, oraz *Lekcja władzy* (1979, reż. Anna Górna), film, który również nie został skierowany do dystrybucji<sup>34</sup>.

Skierowanie filmu do rozpowszechniania wiązało się z wypłaceniem ostatniej raty twórcom (operatorowi, reżyserowi), umowy o dzieło były bowiem skonstruowane w taki sposób, że 10% płacy wędrowało do twórcy po skierowaniu do produkcji, 30% po zakończeniu okresu zdjęciowego, 40% po przyjęciu filmu na kolaudacji, a 20% po skierowaniu obrazu do rozpowszechniania lub dla projektu zleconego po przyjęciu go przez zamawiającego. W przypadku nieskierowania do rozpowszechniania ostatnia rata nie była wypłacana (z kolei w przypadku wąskiego rozpowszechniania, o którym pisałem powyżej, ratę wypłacano), podobnie zresztą jak nagroda wynikająca z oceny artystycznej. Wynagrodzenie za reżyserię oraz wspomniane wcześniej przeze mnie tworzenie scenopisu, określało zarządzenie Ministra Kultury i Sztuki z 26 sierpnia 1975 roku i było zależne od stopnia trudności filmu i od kategorii reżyserskiej<sup>35</sup>. Jak wynika z powyższego, w interesie twórców było więc stworzenie filmu, który pozytywnie przeszedł zarówno przez komisję kolaudacyjną WFO, jak i NZK, bo wiązało się to z otrzymaniem pełnego wynagrodzenia i skierowaniem filmu do rozpowszechniania, co kończyło tok produkcji, a rozpoczynało równie ciekawy etap dystrybucji.

Przedstawiona w niniejszej pracy problematyka nie wyczerpuje w całości zagadnienia związanego z kulturą produkcji filmów krótkometrażowych w Polskiej

<sup>34</sup> Dyrektor departamentu programowego Naczelnego Zarządu Kinematografii w piśmie z dnia 26 stycznia 1979 roku do dyrektora Zbigniewa Godlewskiego napisał: „Departament programowy po przeglądzie materiałów do filmu pt. *Lekcja władzy* reż. A. Górna, L. Zajac informuje, iż film nie może zostać skierowany do rozpowszechniania. Aby zakończyć ostatecznie produkcję tego filmu, prosimy o wykonanie jednej kopii, która pozostanie w archiwum WFO i będzie do dyspozycji jedynie naszego departamentu. Równocześnie biorąc pod uwagę trud przy realizacji tego tematu całej ekipy filmowej oraz czynione przez realizatorów filmu starania, aby nadać pozytywny wydźwięk dyskusji prowadzonej przez młodzież, przyznajemy filmowi ocenę artystyczną II stopnia”. Cytat pochodzi z teczki produkcyjnej filmu *Lekcja władzy*, Archiwum WFO.

<sup>35</sup> W przypadku filmu trudnego reżyser pierwszej kategorii mógł otrzymać wynagrodzenie od 12 000 do 16 000 złotych; reżyser drugiej kategorii od 10 200 złotych do 13 600 złotych; reżyser trzeciej kategorii od 8 400 złotych do 11 200 złotych; reżyser bez kategorii od 6 000 do 8 000 tysięcy złotych. W przypadku filmów drugiej grupy (łatwiejszych): reżyser pierwszej kategorii od 8 000 do 13 000; reżyser drugiej kategorii od 6 800 złotych do 11 050 złotych; reżyser trzeciej kategorii od 5 600 złotych do 9 100 złotych; reżyser bez kategorii od 4 000 do 6 000 złotych (Szelchauz, 1980).

Rzeczypospolitej Ludowej. Reasumując, można jednak stwierdzić, że – złożony z czterech okresów (przygotowawczego, zdjęciowego, montażu i udźwiękowania, prac końcowych) – tok produkcji filmów krótkometrażowych przechodziły wszystkie realizacje Wytwórni Filmów Oświatowych, a sztywne reguły poszczególnych etapów produkcji, wynikające z charakterystyki kinematografii PRL-u, która była centralnie sterowana i kontrolowana, władze WFO traktowały dość „liberalnie”. W związku z tym wielu twórców pracujących w Wytwórni dysponowało względnie dużą autonomią twórczą, w pewnych tylko przypadkach potępianą przez decydentów.

## Bibliografia

- Autor nieznany (1978). *Młody film polski – próba sondażu* (2). „Kino”, nr 8.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Dziworski, B. (1998). *Jestem obserwatorem*. Rozmowę przeprowadził Mikołaj Jazdon. „Czas kultury”, nr 6.
- Dziworski, B. (2013). *Kilka opowieści o filmowcu*. Rozmowę przeprowadził Daniel Stopa. <http://www.polishdocs.pl/pl/czytelnia/1376/kilka-opowieści-o-filmowcu---wywiad-z-bogdanem-dziworskim> (dostęp: 10.10.2016).
- Jajko, K. (w druku). *Historia WFO dekada po dekadzie*.
- Łukowski, M. (1986). *Polski film popularnonaukowy*, Łódź: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Oziemska, T., Drecka-Wojtyczko, E. (2000). *Oświatówka 55 lat z filmem krótkim*. Łódź: Wytwórnia Filmów Oświatowych i Programów Edukacyjnych.
- Sobański, O. (1979). *Pokolenie WFO*. „Film”, nr 34.
- Szczutkowska, J. (2014). *Polityka kulturalna PRL w dziedzinie kinematografii w latach 70*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Szelchauz, E. (1980). *Prawo filmowe: zbiór przepisów*. Warszawa: Wydawnictwo Prawnicze.
- Teczka produkcyjna filmu *Arena życia*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Hokej*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Kobiety pracujące*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Lekcja władzy*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Muzeum*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Polam i wszystko jasne*, Archiwum WFO.
- Teczka produkcyjna filmu *Wanda Gościńska. Włóknianka*, Archiwum WFO.
- Walasek, M. (1972). *Stolica czy zaścianek*. „Kamera”, nr 4.

## **The Filmmaking Process in Poland in the 1970s Presented on the Example of a Short Film Produced by the Educational Film Studio**

The Educational Film Studio in Łódź (abbreviated in Polish as WFO) was a bustling film production centre in the Poland of the 1970s, with a yearly output of over 100 short films. The Studio had its own technical equipment and a fairly specialised workforce of over 450 employees – some of them provided services to other organizations, e.g. lab development for Se-ma-for. The Studio utilised a variety of genres, including advertisements, instructional films, science films, and even aspiring art films (e.g. the films of Wojciech Wiszniewski). The aim of this article is to analyse the production process that took place at WFO – both in case of the films commissioned by outside contractors as well as the typical agenda films. The study centres around three crucial stages of the short film production process: (1) pre-production and development, (2) filming, and (3) post-production. Adhering to the principles of production studies, a wide corpus of historical sources has been analysed in regard to films: *Arena życia*, *Muzeum*, *Lekcja władzy*, *Kobiety pracujące*, *Hokej*, *Polam* and *Wanda Gościńska. Włóknarka*.

# Michał Piepiórka

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Box office, kinocentryzm i polskie kino lat dziewięćdziesiątych

W polskim filmoznawstwie można zaobserwować istnienie dominującego sposobu prowadzenia narracji na temat rodzimej kinematografii. Jednym z jej elementów jest szczególnie sposób dobierania przedmiotów badań. Filmoznawcy zazwyczaj sięgają po te tytuły, które odznaczają się szczególnymi walorami artystycznymi. Przeciwną praktyką wydaje się korzystanie ze statystyk box office'u, wskazujących na filmy, które cieszyły się uznaniem nie krytyków, lecz widzów, i uzyskały najlepsze wyniki frekwencyjne. Sięgnięcie przez filmoznawcę po wyniki oglądalności pozwala więc na zmianę optyki: obok dzieł uznanych przez krytyków i badaczy za artystycznie wartościowe przedmiotem naukowego zainteresowania mogą się stać również filmy najbardziej popularne. Mogłoby się wydawać, że owa zmiana umożliwiła wejrzenie w coś, co można byłoby nazwać „społeczną wyobraźnią kinematograficzną”, czyli sposobem funkcjonowania tekstów audiowizualnych w społeczeństwie, ich recepcją, cyrkulacją i sprzężeniem zwrotnym między widzami a podmiotami produkującymi filmy.

Jednak wyniki box office'u nie mówią wszystkiego o popularności danych tytułów, o czym zresztą wspomina Arkadiusz Lewicki w artykule wskazującym na szanse i zagrożenia płynące z wykorzystywania danych frekwencyjnych w badaniach filmoznawczych (Lewicki, 2014, s. 121). Szczególnie mylące może być posługiwanie się wynikami sprzedaży biletów jako źródłem wiedzy na temat popularności danego filmu w przypadku analizy kinematografii znajdującej się w kryzysie – przeobrażającej się, cierpiącej na niedobory finansowe i małe zainteresowanie widowni, o nikłym zasięgu dystrybucji, spotykającej się z druzgocącą krytyką ze strony publicystów i badaczy. Tak właśnie było z polską kinematografią lat dziewięćdziesiątych, która musiała mierzyć się z wieloma nowymi, nieznanymi do tej pory wyzwaniem wynikającymi z transformacji systemu gospodarczego i ustrojowego kraju. Posiłkowanie się wynikami box office'u może okazać

się więc niewystarczające, gdy próbujemy ustalić, jakie filmy cieszą się największą popularnością. Gdzie w takim razie szukać pomocy?

### Trzy cechy dominującego sposobu pisania o polskiej kinematografii po 1989 roku

Wykształcona w ramach polskiego filmoznawstwa dominująca narracja na temat rodzimej kinematografii odnosi się także do sposobu pisania o kinie powstałym po 1989 roku – być może nawet w większym stopniu niż w przypadku wcześniejszych okresów historii polskiego filmu. Konstytuują ją trzy główne cechy, których konsekwencją jest wyrzucenie poza obręb zainteresowania badaczy znacznej części powstałych filmów, które z tego powodu przestają funkcjonować w dyskursie filmoznawczym. W efekcie badacze zajmują się wyselekcjonowanym gronem tytułów, które stanowią coś na kształt niemo przyjętego kanonu. Tak prowadzona analiza polskiego kina zubaża poziom wiedzy na temat naszego filmowego dziedzictwa, a niekiedy wykrzywia jego obraz. Nie chodzi jedynie o zwrócenie uwagi na wyrwę istniejącą w sferze poznawczej. Również o to, że najbardziej popularna narracja filmoznawcza uniemożliwia prowadzenie badań, które miałyby na celu dotarcie do wiedzy na temat recepcji rodzimych filmów, sposobów ich cyrkulowania, skali oddziaływania, a także dokumentowania funkcjonujących w społeczeństwie dyskursów, sposobów istnienia grup kulturowych i wspólnot wiedzy.

Dominująca narracja polskiego filmoznawstwa przyczyniała się do stworzenia wielu znaczących opracowań na temat polskiego kina i wciąż ma wpływ na zgłębianie wiedzy o najważniejszych postaciach naszej kinematografii, a także na śledzenie najistotniejszych nurtów wykształcających się w jej ramach. Warto jedynie zasygnalizować, że jej dominacja posiada swoje konsekwencje, z których dobrze jest zdawać sobie sprawę, by – czerpiąc z dorobku tego sposobu uprawiania filmoznawstwa – móc twórczo go przekraczać.

Pierwszą cechą wspomnianej narracji jest przywiązanie do kina autorskiego i stawianie w centrum zainteresowania figury autora filmowego. Opisując filmy, badacze wykorzystują klucz autorski, przez co koncentrują się głównie na charakterystycznych cechach danego twórcy. Konsekwencją takiego ukierunkowania badań jest częste sięganie po rozważania czysto estetyczne, co sprawia, że przywoływane dzieła są wartościowane pod względem posiadanych walorów artystycznych – co stanowi drugą cechę wspomnianej narracji. Ta perspektywa sprawia, że filmy, które nie sprostały estetycznym oczekiwaniom badaczy, zostają przez nich zignorowane. Tak określony sposób prowadzenia badań prowadzi do trzeciej cechy, czyli zaistnienia zjawiska „filmoznawczej rzeźni” – funkcjonującego na podobnej zasadzie jak „rzeźnia literatury”, o której pisał Franco Moretti w tekście *The Slaughterhouse of Literature* (Moretti, 2000, s. 217-227).

Ten włoski badacz dziewiętnastowiecznej brytyjskiej literatury detektywistycznej zauważył, że „większość książek znika na zawsze. [...] Jeśli założymy, że dzisiaj-

szy kanon dziewiętnastowiecznych, brytyjskich powieści składa się z dwustu tytułów (co jest wysoką liczbą), to nadal będzie on obejmował zaledwie 0,5 procenta wszystkich opublikowanych książek” (Moretti, 2000, s. 207). Ten sam problem dotyczy kina, o czym wspomina Ramon Lobato, pisząc o filmach produkowanych od razu z myślą o rynku kaset wideo (Lobato, 2012, s. 33). Uważa je za dzieła będące ofiarami wielkiej rzeźni kina, która odbywa się we współczesnym świecie „cierpiącym” na znaczącą inflację audiowizualnych produktów. Przywoływane przez Morettiego liczby z pewnością nie mają przełożenia na skalę rzeźni dokonanej na polskich filmach stworzonych po 1989 roku, co nie zmienia faktu, że liczba komentowanych czy choćby wspomnianych tytułów jest znacznie mniejsza od liczby wyprodukowanych w tym okresie dzieł.

Powodów zakrzepnięcia tej narracji w autorsko-estetycznej formie w pracach dotyczących polskiej kinematografii lat dziewięćdziesiątych można szukać w pierwotnym rozczarowaniu polskiego środowiska filmowego sytuacją rodzimego kina zaraz po demokratycznych przemianach<sup>1</sup>. Najczęściej podejmowanym przez filmowych komentatorów tematem na początku lat dziewięćdziesiątych było nagłe obniżenie się poziomu artystycznego polskich filmów. Źródłem tego zjawiska upatrywano przede wszystkim w przemianach zachodzących w systemie produkcji: utracie wsparcia państwa i konieczności zmierzenia się z wyzwaniem rynku. Nowy system ekonomiczny premiował filmy, które gromadziły w kinach szeroką publiczność i – co za tym idzie – przynosiły zyski producentom i dystrybutorom. Gust widowni niekoniecznie natomiast pokrywał się z oczekiwaniami badaczy polskiego kina. Jak pisał – nie bez żalu – Tadeusz Lubelski, zmiana w sposobie finansowania kinematografii doprowadziła do sytuacji, w której „w miejsce kultury uporządkowanej przez hierarchię jakości i gust autorytetów, znaleźliśmy się w kulturze poddanej potrzebom masy” (Lubelski, 2009, s. 502). Polskie środowisko filmoznawcze najwyraźniej poczuło się w obowiązku piastować funkcję wspomnianych autorytetów. Badacze postanowili pozostać wiernymi temu, co w najwyższym stopniu spełniało ich estetyczne wymogi. Takie filmy znajdowali właśnie na gruncie kina artystycznego. Z tego powodu rodzime filmoznawstwo w znacznym stopniu ignorowało te dzieła, które doceniała widownia, a nawet manifestacyjnie je odrzucało – jako niewarte badawczego zainteresowania.

Jeżeli już pochylano się nad dokonaniem twórców, którzy odnaleźli się na niełatwym gruncie polskiego rynku filmowego, to ograniczano się do analizy fenomenu ich nagłej popularności, często przy okazji akcentując ich estetyczną miałość.

<sup>1</sup> Podobnie krytyczna narracja o polskim kinie, koncentrująca się na niskim poziomie artystycznym rodzimych filmów, dominowała przez bardzo długi czas w dyskursie publicystycznym. Krytycy – ale również sami twórcy zabierający głos w debatach o artystycznej kondycji polskiego kina – przyzwyczajeni do zwykle wysokiego poziomu polskich filmów w czasach PRL-u, nie mogli przejść do porządku dziennego nad nagłym i zaskakująco głębokim kryzysem. Stosunek komentatorów wobec polskiego kina po 1989 roku zdradzają już tytuły artykułów analizujących stan rodzimej kinematografii: *Kino bez właściwości? Pamflet na polskie kino* (Żurawiecki, 2001), *Święto czy stypa?* (Sobolewski, 1996), *Polskie filmy to najczęściej beznadziejne knoty* (Zanuszi, Machulski, Kłopotowski, Jakimowski, Kępiński, 2007), *Żaloba i mizeria* (Szczerba, Bielas, 1997), a także całe cykle artykułów w „Kinie”, równie zmiennie zatytułowane: *Szok wolności i Co z polskim kinem?*



Niechęć do kina gatunkowego i typowo rozrywkowego można tłumaczyć faktem, że przez długie lata PRL-u tego typu filmy znajdowały się na marginesie rodzimej kinematografii, rzadko osiągając przy tym wysoką jakość artystyczną. Naukowcy natomiast wychodzili z założenia, że powinni badać to, co estetycznie najbardziej spełnione, dlatego przez długi czas nie zajmowano się kinematografią popularną. Po 1989 roku ta sytuacja była jeszcze lepiej dostrzegalna, gdyż to właśnie ten typ filmów zyskiwał największy poklask wśród widzów. Natomiast rodzima krytyka, przynajmniej na początku lat dziewięćdziesiątych, odrzucała polskie próby stworzenia kina gatunkowego, gdyż widziała w produkowanych filmach jedynie kalki amerykańskich schematów. Niemal całkowite porzucenie przez badaczy refleksji nad współczesnym polskim kinem popularnym można wręcz interpretować jako akt kontestacji nowego porządku produkcyjnego. Badania tytułów, które uzyskiwały najlepsze wyniki w kasach kinowych, najczęściej nie koncentrowały się na interpretacji tekstów filmowych, lecz zbliżały się do analiz socjologicznych – pochylających się nad kwestiami społecznego funkcjonowania tych filmów (zob. Stachówna, 2007) bądź ich recepcji (zob. Giza, 2011).

Z czasem sytuacja zaczęła się zmieniać<sup>2</sup>. Dużą rolę odegrały w tym wyniki box office'u, który stał się probierzem tego, co popularne. Dzięki temu badacze chętniej sięgali po tytuły wyróżniające się najlepszymi wynikami frekwencyjnymi. Docenienie filmów, które spotkały się z ponadprzeciętnym zainteresowaniem ze strony widzów, doprowadziło w niektórych przypadkach do wtórnego zrehabilitowania pewnych tytułów i dołączenia ich do kanonu dzieł artystycznie spełnionych. Takiego „zaszczytu” dostąpiły na przykład *Psy* (1992) Władysława Pasikowskiego czy *Kiler* (1997) Juliusza Machulskiego. Nadal nierozpoznane pozostawały natomiast filmy „środkowe” – niedocenione ze względu na swoją wartość artystyczną, ale też niegromadzące dużej widowni – które w żaden sposób nie przykuwały uwagi badaczy.

## Problemy polskiej kinematografii lat dziewięćdziesiątych

Wyniki box office'u jasno pokazują, jakie polskie filmy w latach dziewięćdziesiątych cieszyły się w kinach największą popularnością. Jedynie cztery dzieła przekroczyły próg miliona widzów. Były to: *Ogniem i mieczem* (1999, reż. Jerzy Hoffman, 7 150 948 widzów), *Pan Tadeusz* (1999, reż. Andrzej Wajda, 6 165 448 widzów), *Kiler* (1 627 524 widzów) i *Kiler-ów 2-óch* (1999, reż. Juliusz Machulski, 1 189 800 widzów)<sup>3</sup>. Czy właśnie te filmy najbardziej oddziaływały na polskie społeczeństwo w latach dziewięćdziesiątych? Czy współcześnie właśnie je uznalibyśmy za emblematyczne dla kina sprzed 20 lat? Z pewnością to tytuły niezwykle ważne, ale można mieć wątpliwości, czy na przykład *Ogniem i mieczem* spotkało

<sup>2</sup> Czego najlepszym przykładem jest rozdział poświęcony kinu bandyckiemu (zob. Przyłipiak, Szyłak, 1999), jak również artykuły stworzone w duchu kulturoznawczym (Lewicki, 2011; Giza, 2008).

<sup>3</sup> Dane podaję za książką *Kino plus: film i dystrybucja kinowa w Polsce w latach 1990–2000* Krzysztofa Kucharskiego (2002). Wszystkie dane liczbowe podaję za tą pozycją, chyba że zaznaczam w tekście inne źródło.

się z szerszym oddźwiękiem społecznym niż *Psy*, które według oficjalnych danych zgromadziły w kinach zaledwie nieco ponad 400 000 widzów (co i tak dało filmowi Pasikowskiego niezłą, bo piętnastą pozycję wśród polskich filmów z lat dziewięćdziesiątych).

Dane box office'u pokazują wyniki oglądalności danego tytułu tylko w jednym kanale dystrybucji – i to przez określony, dość krótki okres jego kinowej „żywności”. Truizmem jest dzisiaj stwierdzenie, że film funkcjonuje w wielu formach i w różnych mediach, a pokazy kinowe są jedynie początkiem jego drogi w poszukiwaniu widza. Na obniżenie badawczej użyteczności danych frekwencyjnych polskich filmów z lat dziewięćdziesiątych oddziałuje dodatkowo cały szereg problemów, z którymi borykała się wówczas rodzima kinematografia. Na wyniki box office'u miały wpływ takie czynniki, mogące zniekształcać obraz tego, co popularne, jak choćby problemy z dystrybucją, amerykańizacja repertuaru kin, ogólny kryzys zainteresowania seansami kinowymi, zubożenie społeczeństwa i kinematografii oraz nieumiejętność odnalezienia się branży w realiach wolnego rynku.

Jednym z głównych problemów, z którymi borykała się polska kinematografia w latach dziewięćdziesiątych, a które znacznie wpływały na wyniki box office'u, była niska liczba kopii filmowych, którymi dysponowali dystrybutorzy. Ten parametr w sposób oczywisty wpływał na dostępność danego tytułu w kinach. Jeżeli film był rozpowszechniany w małej liczbie kopii, to można domniemywać, że dotarł do węższego grona odbiorców, co w konsekwencji musiało przełożyć się na jego wynik frekwencyjny. Ten mechanizm działa również w drugą stronę. Filmy rozprowadzane w większej liczbie kopii miały zwiększone szanse na ściągnięcie do kin szerszej widowni. Tę hipotezę potwierdzają dane zgromadzone przez Krzysztofa Kucharskiego: trzema filmami, które mogły pochwalić się największą liczbą kopii w latach dziewięćdziesiątych, były *Pan Tadeusz* (104 kopie), *Ogniem i mieczem* (99 kopii) i *Prymas. Trzy lata z tysiąca* (2000, reż. Teresa Kotlarczyk, 87 kopii). Tytuły te uplasowały się kolejno na drugim, pierwszym i piątym miejscu w rankingu najbardziej popularnych polskich filmów lat dziewięćdziesiątych. Oczywiście wspomniana zależność nie sprawdza się w każdym przypadku, gdyż na wynik frekwencyjny wpływa znacznie więcej zmiennych. Niemniej jednak widać pewną zależność. Niepodważalny jest natomiast fakt, że mała liczba kopii filmu ogranicza jego dostępność. By udowodnić, że jednym z czynników zaniżających frekwencję były w latach dziewięćdziesiątych problemy z dystrybucją, warto spojrzeć na kilka liczb. Poniżej znajdują się tytuły, które w kolejnych latach mogły pochwalić się największą liczbą kopii:

1991 <i>Kroll</i>	25 kopii
1992 <i>Psy</i>	18 kopii
1993 <i>Uprowadzenie Agaty</i>	20 kopii
1994 <i>Psy 2: Ostatnia krew</i>	31 kopii
1995 <i>Młode wilki, Tato</i>	23 kopii

1996 <i>Stodko-gorzki</i>	42 kopii
1997 <i>Kiler</i>	44 kopii
1998 <i>Demony wojny wg Goi</i>	51 kopii
1999 <i>Pan Tadeusz</i>	104 kopii
2000 <i>Prymas – Trzy lata z tysiąca</i>	87 kopii

Choć można zauważyć tendencję zwykłą, to nawet rekordowe liczby kopii w latach dziewięćdziesiątych wypadają blado przy wynikach osiągniętych przez najnowsze polskie filmy. Dla przykładu można podać liczbę ekranów<sup>4</sup>, na których wyświetlano tak niszowe dzieła – pokazywane jedynie w kinach studyjnych – jak *Kamper* (2016, reż. Łukasz Grzegorzek) czy *Zjednoczone stany miłości* (2016, reż. Tomasz Wasilewski). *Kamper* był pokazywany na 65 ekranach, natomiast *Zjednoczone stany miłości* na 62 ekranach, co pokazuje, że ich dostępność była zupełnie nieporównywalna z takimi przebojami (również frekwencyjnymi) lat dziewięćdziesiątych jak choćby *Kiler* czy *Psy*. Różnica między ówczesnym a współczesnym rynkiem dystrybucyjnym przedstawi się jeszcze bardziej druzgocąco, gdy wskaże się filmy, które obecnie wyświetlane są na największej liczbie ekranów. Dobrym przykładem mogą być dane o dwóch komediach romantycznych. *Kochaj* (2016, reż. Marta Plucińska) było wyświetlane na 208 ekranach, a *Planeta singli* (2016, reż. Miłtja Okorn) na 319 – co oznacza, że komedia Okorna była pokazywana na większej liczbie ekranów niż trzy najpopularniejsze filmy lat dziewięćdziesiątych razem wzięte. Między tymi dwoma ekstremami znajduje się reszta dzisiejszych polskich produkcji, które zazwyczaj dysponują ponad setką ekranów, czyli liczbą, która była nieosiągalna dla żadnego filmu z lat dziewięćdziesiątych (oprócz *Ogniem i mieczem*). Warto oczywiście zaznaczyć, że nie można w pełni przyrównywać dzisiejszej liczby ekranów do liczby kopii z lat dziewięćdziesiątych. Współcześnie dzięki cyfrowej dystrybucji filmy trafiają do wszystkich zainteresowanych kin niemal jednocześnie. W przypadku taśm było to praktycznie niemożliwe. Codzienną praktyką było wykorzystywanie jednej kopii w kilku kinach w dłuższym okresie, co przekładało się na wydłużony żywot filmów na dużych ekranach. Uwaga ta nie zmienia jednak kluczowej kwestii. Obecny dostęp do polskich filmów w kinach – również dzięki zmianie technologicznej – jest nieporównywalny z tym, co miało miejsce 20 lat temu.

Kolejnym istotnym czynnikiem marginalizującym pozycję polskich filmów w kinach w latach dziewięćdziesiątych była amerykańizacja repertuaru. Na ten problem zwróciła uwagę Ewa Gębicka, która uważa, że wspomniana tendencja nie tylko doprowadziła do obniżenia zainteresowania rodzimym kinem, ale również twórczością europejską. Według badaczki na odwrócenie się widzów od polskiego

<sup>4</sup> Współcześnie nie posługujemy się już miarą kopii, lecz ekranów – jest to podyktowane cyfryzacją i brakiem konieczności powielania taśm.

i europejskiego kina wpłynęła nie tylko ilościowa dominacja kina zza Oceanu, ale również zaniedbania ze strony dystrybutorów przy promocji dzieł pochodzących z wyrzucanych na margines kinematografii (Gębicka, 2006, s. 192).

Potwierdzają to liczby. Jak podaje Gębicka, „w 1988 roku wprowadzono na ekrany tylko 19 obrazów amerykańskich, w 1991 – liczba filmów z USA sięgnęła już 90 (61,3%), w 1993 – 108 (62,8%). Udział w repertuarze filmów polskich obniżył się z około 23% – na początku dekady lat dziewięćdziesiątych do 10% – w jej połowie” (Gębicka, 2006, s. 192). Do podobnych wniosków doszedł Edward Zajiček, który pisał, że na eliminację polskich filmów z ekranów kinowych wpływ miał zarówno brak regulacji ekonomicznych i administracyjnych, jak również, co istotne, zerwanie więzi instytucjonalnych i emocjonalnych ze sferą rozpowszechniania (Zajiček, 2009, s. 312). Kino amerykańskie nie tylko zaważało repertuarami, ale również wyobraźnią publiczności, która masowo zaczęła oglądać właśnie to, co pochodziło ze Stanów Zjednoczonych. Spośród 70 najpopularniejszych filmów lat dziewięćdziesiątych aż 53 było produkcji amerykańskiej, a zaledwie 10 polskiej. Na ten wynik złożył się szereg różnych czynników – począwszy od reglamentacji filmów ze Stanów Zjednoczonych w czasach PRL-u po agresywne wtargnięcie na nasz rynek graczy zza oceanu. Jednak popularność hollywoodzkiego kina również można interpretować jako efekt zaistniałego na gruncie krajowej dystrybucji sprzężenia zwrotnego. Dystrybutorzy, którzy według Gębickiej budowali swoją ofertę z myślą o wyobrażonym „przeciętnym widzu”, stawiali na to, co wydawało im się najbardziej opłacalne – czyli właśnie filmy pochodzące ze Stanów Zjednoczonych, w dodatku nie zawsze najwyższej artystycznej jakości. Zalewając nimi repertuary, wykształcili koniunkturę, która rzeczywiście okazała się dochodowa. Gębicka, porównując dwa typy kształtowania repertuaru kin – odgórnie regulowanego przez władze partyjne i dopasowywanego do tak zwanego przeciętnego widza – uznała je za równie manipulujące odbiorcą i dążące do minimalizacji przypadkowości zachowań publiczności (Gębicka, 2006, s. 197).

Do dominacji w repertuarze filmów amerykańskich i problemów z promocją oraz dystrybucją należy dodać kolejny czynnik, który obniża wartość użytkową wyników box office’u z lat dziewięćdziesiątych. Otóż, według Gębickiej, przez całą ostatnią dekadę XX wieku kina odwiedziło niewiele więcej widzów niż w rekordowym pod względem frekwencji w historii polskiej kinematografii roku 1957 – czyli 237 000 000 osób (Gębicka, 2006, s. 202). Na zaistnienie takiego stanu rzeczy nałożyło się wiele czynników, począwszy od wspomnianych problemów z rozpowszechnianiem, promocją i unifikacją repertuaru, a skończywszy na wzroście popularności domowego sprzętu audiowizualnego – w szczególności kaset wideo, które umożliwiały tani, choć nie zawsze legalny, dostęp do filmów. Jednak żadne inne medium audiowizualne nie mogło mierzyć się w latach dziewięćdziesiątych pod względem popularności z telewizją. Z badań GUS-u przeprowadzonych w 1990 roku wynika, że z kin w tamtym czasie korzystało 47,1% badanych, natomiast z telewizji aż 98,7% – przy czym 81% uważało, że telewizja mogłaby w pełni zastąpić kino (Gębicka, 2006, s. 202). Ten spadek zaintereso-

sowania wielkim ekranem był również spowodowany głębszymi problemami, z którymi borykało się na początku lat dziewięćdziesiątych polskie społeczeństwo. Jednym z nich, być może kluczowym, był drastyczny spadek PKB – zwiastujący ubożenie obywateli spowodowane szokiem transformacji gospodarczej (Adamczak, 2010, s. 244). Warto również zauważyć – na co zwrócił uwagę Marcin Adamczak – że korelacja wyników PKB z kinową frekwencją miała miejsce również w momencie częściowego powrotu widzów przed kinowe ekrany, co nastąpiło pod koniec omawianej dekady.

Ten, mający miejsce przynajmniej na początku transformacji, spadek zainteresowania kinem w szczególnie sposób odbił się na polskich filmach. Jak podaje Gębicka, „jeszcze w 1990 widownia polskich filmów stanowiła 23%. W kolejnych latach, aż do 1996 roku, spadł on do około 7%” (Gębicka, 2006, s. 210). Dopiero pod koniec dekady sytuacja polskiego kina zaczęła się polepszać, głównie za sprawą sukcesu superprodukcji, z *Ogniem i mieczem* i *Panem Tadeuszem* na czele. Miarą złej sytuacji polskiego kina niech będzie fakt, że „z ponad 100 filmów nakręconych w drugiej [lepszey – przyp. aut.] połowie lat dziewięćdziesiątych około 50% nie zebrało w kinach nawet 10-tysięcznej publiczności” (Gębicka, 2006, s. 211). Trudno wyciągać wiążące wnioski na temat kinematografii ze statystyk frekwencji, gdy w badanym okresie cała branża kinowa wydawała się znajdować w kryzysie, a widownia ewidentnie odwróciła się od wielkiego ekranu.

Kolejny problem polskiej kinematografii omawianego okresu nie miał swoich źródeł w czynnikach zewnętrznych – jak preferencje widowni czy dystrybutorów – lecz w wewnętrznych. Złożyły się na niego: ubożenie branży, nieumiejętność odnalezienia się filmowców w niełatwych i niesprzyjających rozwoju kinematografii realiach wolnego rynku, ale także czynniki natury kulturowej, takie jak zerwanie więzi między twórcami a widownią, która była przecież tak mocna w czasach PRL-u. Na progu transformacji rodzimi twórcy zachłysłeni się wolnością. Nowe realia utożsamiali przede wszystkim z likwidacją instytucji cenzury i brakiem ingerencji w treść tworzonego filmów. Zapomniano jednak, że wraz z nastaniem wolnego rynku i prywatyzacją branży najważniejszym czynnikiem regulującym rynek kinowy stanie się frekwencja, wcześniej praktycznie w ogóle nie brana pod uwagę. Filmowcy dość szybko zauważyli, że mają nad sobą nowego, nie mniej wymagającego pana, czyli widza, który domaga się nowych tematów i współczesnego sposobów opowiadania. Ta nowa przeszkoda okazała się znacznie trudniejsza do przeskoczenia niż polityczne wymogi cenzora. Świadczą o tym choćby słowa Andrzeja Wajdy wypowiedziane w 1991 roku podczas festiwalu w Gdyni. Mówił, że środowisko filmowców zwyczajnie nie wie, o czym i jakie filmy kręcić, by dotrzeć do nowej publiczności (por. Adamczak, 2010, s. 337). Ważnym aspektem stał się również nagły brak wsparcia finansowego ze strony państwa, które przestało być zainteresowane dotowaniem kinematografii. To całkowite zerwanie więzi z państwem było niemałym szokiem dla środowiska filmowego, co ponownie można zilustrować słowami Wajdy, który w 1990 roku opublikował w „Gazecie Wyborczej” artykuł o wymownym tytule *Komuno wróć*,

w którym wskazywał, że PRL, choć w niecnym celach, dbał o finansowe zaplecze rodzimej kinematografii (por. Zajiček, 2009, s. 311).

W nowych okolicznościach kulturowych i ekonomicznych najlepiej odnalazły się dwie grupy twórców. Posłużmy się terminologią Adamczaka (2010, s. 249) – byli nimi „profesjoniści” i „baronowie”. „Profesjonalistami” badacz nazwał twórców, którzy stawiali na realizacyjną biegłość i atrakcyjną dla publiczności warstwę fabularną. Mianem „baronów” natomiast zostali określani filmowcy cieszący się wysokim prestiżem społecznym, dysponujący niemałymi jak na polskie standardy budżetami i kręcący superprodukcje, które najczęściej były adaptacjami klasyki rodzimej literatury. Na trudnym rynku lat dziewięćdziesiątych najlepiej sprzedawały się produkty popularne, skrojone pod jak najszerszą widownię. Zrozumieli to nieliczni twórcy, w największej mierze ci, którzy zaczęli kariery dopiero u progu transformacji. Nie może być dziełem przypadku, że aż połowa tytułów znajdujących się w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych filmów ostatniej dekady XX wieku została podpisana przez reżyserów debiutujących po 1989 roku<sup>5</sup>. Jednak wielu rodzimych filmowców, szczególnie tych tworzących jeszcze przed rozpoczęciem transformacji, nie potrafiło zrozumieć, że publiczność w krótkim czasie przeobraziła się w tak wielkim stopniu – podobnie zresztą jak funkcja kina. Przed 1989 rokiem kinematografia w dużej mierze miała za zadanie komunikowanie się filmowców ze społeczeństwem – czasami również „ponad głowami cenzorów”. Po transformacji natomiast filmy w dużej mierze przemieniły się w produkty branży rozrywkowej. Właśnie kino popularne święciło w tym okresie frekwencyjne triumfy – i chodzi tu nie tylko o filmy rodzimej produkcji, ale również te pochodzące zza granicy, najczęściej, jak już wspominałem, przybywające ze Stanów Zjednoczonych. Nie dziwi więc, że takim powodzeniem cieszyły się polskie filmy stylizowane na produkcje rodem zza Oceanu – Marek Haltof nazwał je „amerykańskim kinem polskim” (Haltof, 2011). O ile współcześnie wspomniane określenie, podobnie zresztą jak „kino bandyckie”, ma charakter opisowy, o tyle na początku lat dziewięćdziesiątych było zabarwione pejoratywnie. Stosunek ówczesnej krytyki do tego typu kina, które chyba w najlepszy sposób reprezentowały *Psy*, opisuje ten cytat z artykułu Anity Skwary *Film Stars Do Not Shine in the Sky Over Poland: The Absence of Popular Cinema in Poland*: „Poetyka amerykańskiego gatunku filmowego przeniesiona do Polski okazuje się niefunkcjonalna, obca, zaskakująco naiwna lub wulgarna i prostacka” (Haltof, 2002, s. 294).

Był jeszcze jeden ważny powód odwrócenia się widowni od rodzimych produkcji. Otóż twórcy nie tylko nie rozumieli, że nowym regulatorem rynku kinematograficznego jest frekwencja, ale również nie potrafili dostosować języka filmowego do wymagań nowej publiczności. Nasyceń amerykańskimi filmami widzowie domagali się podobnej estetyki od rodzimych twórców. Otrzymali je od młodych „profesjonalistów”, natomiast starsi twórcy wciąż tkwili w estetyce kina lat osiemdziesiątych, w którym królowała realizacyjna zgrzebność kina moralne-

<sup>5</sup> Chodzi o Macieja Ślesickiego, Teresę Kotlarczyk, Władysława Pasikowskiego, Jarosława Żamojdy i Macieja Dutkiewicza.



go niepokoju. Z perspektywy widowiskowości amerykańskiego kina przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych musiała się ona przedstawiać wyjątkowo nieatrakcyjnie i przestarzałe. Co więcej, polska kinematografia w dużej mierze nadal korzystała z dyskursu artystyczno-autorskiego, który funkcjonował praktycznie przez cały okres PRL-u. Nagle okazało się, że ten styl istnienia branży nie sprawdza się, a najbardziej skuteczni okazują się ci, którzy się z niego wyzwolili. Potwierdza to lista dziesięciu filmów, które w latach dziewięćdziesiątych ściągnęły do kin największą widownię. Ich twórcami byli właściwie tylko ci, których można zaliczyć albo do grona „profesjonalistów”, albo „baronów”:

1. *Ogniem i mieczem*, reż. Jerzy Hoffman.
2. *Pan Tadeusz*, reż. Andrzej Wajda.
3. *Kiler*, reż. Juliusz Machulski.
4. *Kiler-ów 2-óch*, reż. Juliusz Machulski.
5. *Prymas – Trzy lata z tysiąca*, reż. Teresa Kotlarczyk.
6. *Sara*, reż. Maciej Ślesicki.
7. *Psy 2: Ostatnia krew*, reż. Władysław Pasikowski.
8. *Młode wilki 1/2*, reż. Jarosław Żamojda.
9. *Nocne graffiti*, reż. Maciej Dutkiewicz.
10. *Szczęśliwego Nowego Jorku*, reż. Janusz Zaorski.

## Kinocentryzm i polskie kino lat dziewięćdziesiątych

Kategorię „kinocentryzmu” spopularyzował na rodzimych gruncie Andrzej Gwóźdź, który w swoich licznych publikacjach zachęcał, by wyzwoić się z ograniczeń narzucanych na filmoznawstwo przez metodę badania filmów jedynie jako twórców kinowych. Proponowany przez Gwóździa (2008) sposób traktowania filmu jest szczególnie ważny, gdy mamy zamiar badać polską kinematografię lat dziewięćdziesiątych, która cierpiała na wyżej omówione problemy, ograniczające dostęp do wielu tytułów i marginalizujące istotność medium kina. Filmy, które nie spotkały się, z różnych przyczyn, z zainteresowaniem widza w momencie swojej kinowej premiery, mogły znaleźć znacznie większą publiczność – i niejednokrotnie znajdowały ją – dzięki obecności w innych mediach, czego już box office nie uwzględniał. Gwóźdź przekonuje (2003, s. 22), że uprzywilejowanym pod względem oddziaływania na społeczeństwo medium jest telewizja, co potwierdzają przytaczane wyżej statystyki Gębickiej, wskazujące na znacznie większą popularność małych ekranów w latach dziewięćdziesiątych. Współcześnie do popularnych w pierwszej dekadzie transformacji telewizji i kaset wideo należałoby dodać płyty DVD i Blu-ray, a przede wszystkim Internet. To właśnie dzięki tym mediom filmy, które nie spotkały się z zainteresowaniem w momencie swojej kinowej premiery,

mogły zyskać popularność później. Wielokrotnie tak bywało, że tytuły pierwotnie przeznaczone na rynek kinowy szerszą publiczność zdobywały dopiero po zejściu z ekranów – w momencie pojawienia się na kasetach wideo, płytach DVD, w telewizji czy w Internecie.

Według Gwoźdźcia to właśnie wspomniane media w o wiele większym od kina stopniu przyczyniają się do ustalania kanonu, bo pozwalają na znacznie szerszą i trwającą dłużej cyrkulację filmów (Gwoźdź, 2008, s. 489). Mają także większy wpływ na kształtowanie – jak ujął to Pavel Skopal (Skopal, 2007, s. 312) – „pamięci popularnej kinematografii komercyjnej”, czyli przywracając do życia to, co zostało w pewien sposób pogrzebane przez naukowy konsensus badaczy. Pierwotne kinowe powodzenie bądź porażka danego tytułu jest następnie weryfikowane przez rynek DVD oraz – przede wszystkim – przez telewizję, która chętnie czerpie ze swoich przepastnych filmotek. To właśnie instytucjonalne praktyki stacji sprawiają, że jedne tytuły pojawiają się na ekranach odbiorników częściej, a inne rzadziej. Oczywiście dobór filmów podyktowany jest również potencjalną oglądalnością, więc te, które gwarantują wysoką liczbę widzów, są prawdopodobnie pokazywane częściej. Ostatecznie to telewizja ma zatem większy wpływ na to, co społeczeństwo ogląda na co dzień i przyswaja jako popularne, a zatem również kanoniczne.

Optyka „kinocentryczna” sprzyja filmoznawczej rzeźni, gdyż koncentruje się na tym, co okazało się ważne z różnych względów (na przykład artystycznych czy frekwencyjnych) w momencie premiery. Korzystający z tego sposobu patrzenia naukowcy nie interesują się dalszym życiem filmu, które realizuje się już w innych przekaznikach – i dzięki którym filmy mogą zdobyć znacznie większą popularność. Jak pisał Gwoźdź, dla badaczy kina moment premiery jest zarazem chwilą narodzin i śmierci danego tytułu, natomiast dla nastawionych intermedialnie badaczy to dopiero początek funkcjonowania filmu w różnych mediach, a zatem również w społeczeństwie (2008, s. 493). Jedyna droga prowadząca do wyjścia z rzeźni polskiego filmu, a zarazem dotarcia do wiedzy na temat tego, co w polskim kinie – nie tylko tym z lat dziewięćdziesiątych – popularne, kieruje nas właśnie ku innym mediom, z telewizją na czele, bo to ona przez ostatnie 25 lat stanowiła najpopularniejszy przekaznik tekstów filmowych w Polsce. Propozycja Gwoźdźcia „historii filmu po nowemu” koncentruje się na historii długiego trwania filmu, czyli na sposobie funkcjonowania danych tytułów w różnych mediach na przestrzeni lat. Dla jego publikacji ważną konsekwencją przyjmowania tego typu perspektywy badawczej jest stwierdzenie, że „film jest formą przechodnią, balansującą nieustannie «pomiędzy», jest z natury rzeczy na tę interprzestrzeń skazany, ba, w niej spełnia się jego życie i tu bije jego puls” (Gwoźdź, 2008, s. 497). A to wszystko w odróżnieniu od zamkniętej struktury „kinocentrycznej”, w której dochodzi do nieustannego „szlachtowania” filmów, by powstało miejsce dla kolejnych premier. Jedyłą nadzieją na „zmartwychwstanie” dla ściągniętych z ekranów tytułów jest ich zaistnienie na stronach filmoznawczych i popularnofilmowych publikacji, powtórny żywot

na filmowych festiwalach lub zainteresowanie kolejnych interpretatorów<sup>6</sup>. Z przekonaniem Gwoździa koresponduje stwierdzenie Aleksandra Kumora, pochodzące jeszcze z lat osiemdziesiątych, że w kinie filmy przemijają bezpowrotnie, a w telewizji historia kina jest nieustannie uobecniania (1982, s. 91). Telewizja staje się więc pamięcią kina, zachowując dla społeczeństwa to, co pozornie przepadło.

## Historia długiego trwania polskich filmów z lat dziewięćdziesiątych

Zważywszy na problemy polskiej kinematografii w latach dziewięćdziesiątych posiłkowanie się wynikami box office'u w badaniach nastawionych na analizę tego, co faktycznie popularne w polskim kinie tego okresu, wydaje się niekoniecznie miarodajne, a przynajmniej niewystarczające. Co prawda zgadzam się z hipotezą Lewickiego, że filmy, które zdobywają największą popularność w kinie, przenoszą zainteresowanie na inne media (2014, s. 122), ale na pewno nie sprawdza się ona w każdych warunkach. Może być błędna szczególnie w sytuacji, gdy dana kinematografia cierpiała na niedobory dystrybucyjne. Podążając za myślą Gwoździa, należałoby przyjrzeć się sposobom cyrkulacji filmów tego okresu w innych mediach. Dopiero w ten sposób uda się ustalić, jakie tytuły z lat dziewięćdziesiątych zdobyły na tyle dużą popularność, by nadal funkcjonować w telewizji, Internecie czy w innych mediach. Wyniki box office'u w przypadku tego wycinka polskiej kinematografii mogą zafałszowywać jej obraz, bo ten nie kształtował się jedynie w chwili premiery (czyli w momencie, który oddają statystyki oglądalności), lecz przez długie lata, aż do dziś – dzięki funkcjonowaniu filmów z tego okresu poza kinem. By nabyć wiedzę o popularności dzieł z pierwszej dekady transformacji i dowiedzieć się czegoś na temat ich funkcjonowania w społeczeństwie, należy skupić się na „historii długiego trwania filmu”, a nie jedynie na jego istnieniu w jednym, marginalizowanym w latach dziewięćdziesiątych medium. Mniej dramatycznie zacnie się przedstawia sytuacja polskiej kinematografii interesującego nas okresu, gdy spojrzymy na jej powodzenie choćby w telewizji. Gębicka pisała wprost, że „film polski przegrywał z widzom kinowym, ale za to zyskał ogromną widownię dzięki telewizji” (Gębicka, 2006, s. 218). Podobnie wielki wpływ na popularyzację polskiego kina w tym czasie miał ogromny rynek kaset wideo.

Szczególnie istotne jest porzucenie perspektywy „kinocentrycznej” w kontekście współczesnego obcowania z filmami zaliczanymi do historii polskiego kina, a takimi są już te powstałe w latach dziewięćdziesiątych. Choć należy zauważyć, że niektóre filmy powracają na ekrany kin w odrestaurowanych cyfrowo wersjach (na przykład *Psy*), to jednak najbardziej popularną formą kontaktu z kinematograficznym dziedzictwem jest obecnie korzystanie z płyt DVD, oglądanie filmów w telewizji czy w Internecie. Dzięki temu ostatniemu medium

<sup>6</sup> Marcin Adamczak w książce *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu* stawia tezę, że proces produkcji filmu nie kończy się wraz z wysłaniem go do dystrybucji. Wpływ na zmieniający się kształt filmu mają kolejne „użycia” go przez różnego typu podmioty: filmoznawców, krytyków, indywidualnych interpretatorów czy różnego rodzaju instytucje (Adamczak, 2014, s. 205).

jestemy dziś w stanie dotrzeć, w legalny bądź nielegalny sposób, do praktycznie każdego filmu – jakże kontrastuje to z ograniczeniami dystrybucyjnymi początku lat dziewięćdziesiątych.

By jedynie zasygnalizować skalę możliwego kontaktu współczesnej publiczności z filmami powstałymi w pierwszej dekadzie transformacji oraz cyrkulacji tytułów w telewizji czy Internecie, warto pokusić się o przejrzenie programu telewizyjnego lub wyników oglądalności niektórych dzieł w popularnym serwisie oferującym dostęp, również w legalny sposób, do wielu polskich pozycji. Mogłoby się wydawać, że niektóre filmy utknęły w latach dziewięćdziesiątych, tak jak wyniki box office'u, i przestały funkcjonować w społeczeństwie. Takie wrażenie powoduje dominacja perspektywy „kinocentrycznej”, ignorującej to wszystko, co dzieje się z filmem po opuszczeniu ekranów. Natomiast praktycznie nieograniczona dostępność polskich filmów w Internecie i mnogość kanałów telewizyjnych nie tylko w całości poświęconych kinu (na przykład Stopklatka TV), ale także konkretnie filmom polskim (Kino Polska), każe nam zrewidować opinię na temat tego, jakie tytuły funkcjonują w społeczeństwie i które z nich cieszą się największą popularnością.

Tylko w trzech kanałach telewizyjnych (Stopklatka TV, TVP Kultura i Kino Polska<sup>7</sup>) można było obejrzeć w ciągu tygodnia (od 28 listopada 2016 do 4 grudnia 2016) aż 14 polskich filmów z okresu od 1989 roku do końca lat dziewięćdziesiątych. Ich tytuły mogą zdziwić niektórych badaczy polskiego kina, gdyż w żadnej mierze nie pokrywają się z wynikami box office'u, nie wszystkie również są identyfikowane jako dzieła o wysokiej wartości artystycznej:

- *Wielki tydzień* (1995, reż. Andrzej Wajda);
- *Mów mi Rockefeller* (1990, reż. Waldemar Szarek);
- *Daleko od okna* (2000, reż. Jan Jakub Kolski);
- *Awantura o Basię* (1995, reż. Kazimierz Tarnas);
- *Grający z talerza* (1995, reż. Jan Jakub Kolski);
- *Operacja „Kozą”* (1999, reż. Konrad Szolański);
- *Miasto prywatne* (1994, Jacek Skalski);
- *Korczak* (1990, reż. Andrzej Wajda);
- *Trzy kolory. Biały* (1993, reż. Krzysztof Kieślowski);
- *Słoneczny zegar* (1997, reż. Andrzej Kondratiuk);
- *Pestka* (1995, reż. Krystyna Janda);
- *Kapitał, czyli jak zrobić pieniądze w Polsce* (1989, reż. Feliks Falk);

<sup>7</sup> Warto zwrócić uwagę, że w badanym okresie żaden polski film z lat dziewięćdziesiątych nie pojawił się w czterech najpopularniejszych polskich stacjach telewizyjnych, czyli w TVP1, TVP2, Polsacie i TVN-ie.

- *Gry uliczne* (1996, reż. Krzysztof Krauze);
- *Trzy kolory. Czerwony* (1994, reż. Krzysztof Kiesłowski).

Ta całkiem spora obecność filmów z lat dziewięćdziesiątych w programach polskich stacji telewizyjnych – umożliwiająca oglądanie średnio dwóch tytułów dziennie – jest niczym przy możliwościach, jakie daje Internet. Liczne polskie tytuły możemy odnaleźć w ofertach platform VOD czy choćby w Ninatece. Ale jeszcze szerszy jest dostęp do filmów w formie nielegalnej, na przykład w serwisie chomikuj.pl, na tak zwanych torrentach czy innych stronach. Trudno oszacować skalę popularności polskiego kina ściągane w ten sposób. Łatwiej natomiast sprawdzić liczbę wyświetleń danych tytułów w serwisie YouTube, który oferuje zarówno legalny, jak i nielegalny dostęp do wielu polskich filmów<sup>8</sup>. Pirackie kopie są co jakiś czas usuwane, by za chwilę pojawić się ponownie. Popularność danych tytułów można jedynie oszacować – ze względu na wspomniane usuwanie i pojawianie się niektórych filmów (przy każdej takiej operacji licznik wyświetleń się zeruje). Należy również pamiętać, że liczba wyświetleń nie równa się oczywiście liczbie obejrzeń. Niemniej jednak porównanie wyników box office'u z wynikami niektórych filmów z YouTube'a może niejednokrotnie zaskoczyć i udowodnić, że skala cyrkulacji niektórych przypadków – jak by się wydawało – zapomnianych już filmów jest większa, niżby można sądzić. Oto przykładowe wyniki:

*Lepiej być piękną i bogatą* (1993, reż. Filip Bajon)  
(liczba widzów w kinach: 15 421 – liczba wyświetleń na YouTube<sup>9</sup>: 128 971)

*Cwał* (1995, reż. Krzysztof Zanussi) (23 000 – 177 924)

*Sztos* (1997, reż. Olaf Lubaszenko) (340 000 – 663 074)

*Złote runo* (1996, reż. Janusz Kondratiuk) (17 000 – 77 085)

*Prostytutki* (1997, reż. Eugeniusz Priwiezencew) (20 000 – 626 197)

*Egzekutor* (1999, reż. Filip Zylber) (6 000 – 29 781)

*Chłopaki nie płaczą* (2000, reż. Olaf Lubaszenko) (548 000 – 3 143 322)

*Dwa księżycy* (1993, reż. Andrzej Barański) (5 000 – 61 483)

Choć podane liczby potwierdzają po części hipotezę Lewickiego, że filmy, które cieszyły się popularnością w kinach, przenoszą zainteresowanie na inne media, to mechanizm ten nie działa przy wszystkich tytułach. Przede wszystkim trzeba zauważyć, że liczba wyświetleń wymienionych filmów jest w niektórych przypadkach nawet wielokrotnie wyższa niż liczba widzów w momencie kinowej premiery. To może sugerować dość absurdalną tezę, że obecnie skala zainteresowaniem polskim kinem lat dziewięćdziesiątych jest większa niż w samych latach dziewięćdziesiątych. To oczywiście ryzykowna myśl, choćby z tego względu, że w tamtym

<sup>8</sup> Na udostępnienie w serwisie niektórych swoich filmów zdecydowały się studia Tor i Kadr.

<sup>9</sup> Dane z 23 listopada 2016 roku.

czasie, o czym wspominałem, polskie filmy były oglądane głównie w telewizji i na kasetach wideo. Te wyniki pokazują jednak coś innego: statystyki box office'u nie mówią wszystkiego o popularności danego filmu z lat dziewięćdziesiątych – zarówno w chwili jego premiery, jak i obecnie.

\*\*\*

Premiera kinowa to dla filmu zaledwie początek drogi w poszukiwaniu widza. Wyniki box office'u natomiast zatrzymują w swoich statystykach jedynie pierwotny poziom zainteresowania, nie dając żadnego wglądu w dalsze losy danego tytułu. W ten sposób mogą rodzić się nieporozumienia. Posiłkowanie się wynikami kinowej frekwencji może powodować błędną identyfikację niektórych filmów jako całkowicie odrzuconych przez widownię, bądź przeciwnie – jako szczególnie faworyzowanych. Na skalę popularności, oddziaływania i cyrkulacji danego tytułu w społeczeństwie nawet większy wpływ ma jego funkcjonowanie w innych niż kino mediach – w zależności od okresu historycznego palmę pierwszeństwa przy wpływaniu na wyobraźnię społeczną będą miały kasety wideo, telewizja czy Internet. Dlatego przeprowadzając badania oparte na analizie tego, co najbardziej popularne, warto brać pod uwagę również wyniki popularności danych tytułów w telewizji czy Internecie. Innym pytaniem pozostaje, czy jesteśmy w stanie w pełni oszacować faktyczną skalę zainteresowania danym filmem w momencie, gdy nie posiadamy wglądu choćby w wyniki pobrań pirackich kopii z Internetu czy funkcjonowanie nielegalnych płyt CD i DVD oraz kaset wideo.

## Bibliografia

- Adamczak, M. (2010). *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Gębicka, E. (2006). *Między państwowym mecenatelem a rynkiem. Polska kinematografia po 1989 roku w kontekście transformacji ustrojowej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Giza, B. (2008). „Wertz z adresem mailowym”? *Nowoczesna miłość według powieści i filmu „Samotność w sieci”*, [w:] A. Zeidler-Janiszewska, R. Nycz, B. Giza (red.), *Nowoczesność jako doświadczenie. Analizy kulturoznawcze*. Warszawa: Academica.
- Giza, B. (2011). *Po przelomie 1989. Polska krytyka filmowa wobec „Psów” Władysława Pasikowskiego*, [w:] P. Zwierchowski, D. Mazur (red.), *Polskie kino popularne*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Gwóźdź, A. (2003). *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*. Kraków: Universitas.
- Gwóźdź, A. (2008). *DVD jako paramedium kina, czyli historia filmu po nowemu (na przykładzie filmów Kazimierza Kutza)*. [w:] K. Klejsa, E. Nurczyńska-Fidelska (red.), *Kino polskie: reinterpretacje. Historia–ideologia–polityka*. Kraków: Rabid.
- Haltof, M. (2002). *Kino polskie* (tłum. M. Przyłipiak). Gdańsk: słowo/obraz terytoria.



- Haltof, M. (2011). „Amerykańskie kino polskie”: „Psy”, pozytywna wtórność i polityczny przekaz. [w:] P. Zwierzchowski, D. Mazur (red.), *Polskie kino popularne*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Kucharski, K. (2002). *Kino plus: film i dystrybucja kinowa w Polsce w latach 1990–2000*. Toruń: Kucharski.
- Kumor, A. (1982). *Kinowe i telewizyjne życie filmu*. [w:] A. Podgórska (red.), *Film i telewizja*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Lewicki, A. (2011). *Kino popularne a polskie społeczeństwo po roku 1989*, [w:] P. Zwierzchowski, D. Mazur (red.), *Polskie kino popularne*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Lewicki, A. (2014). *Analiza box office’ów jako narzędzie badań filmoznawczych*. „Kwartalnik Filmowy”, nr 85.
- Lobato, R. (2012). *Shadow Economies of Cinema. Mapping Informal Film Distribution*. London: Palgrave Macmillan.
- Lubelski, T. (2009). *Historia kina polskiego: twórcy, filmy konteksty*. Katowice: Videograf II.
- Moretti, F. (2000). *Slaughterhouse of Literature*. „Modern Language Quarterly”, no 1.
- Przyłipiak, M., Szyłak, J. (1999). *Kino najnowsze*. Kraków: Znak.
- Skopal, P. (2007). *Stare filmy, nowe narracje. Kontekstualizacja oraz interpretacja kulturowa filmów hollywoodzkich na DVD*. [w:] P. Szczepanik, J. Anděl, A. Gwóźdź (red.), *Czeska myśl filmowa*, t. 2, *Reguły gry*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Sobolewski, T. (1996). Święto czy stypa?. „Gazeta Wyborcza”, nr 007.
- Stachówna, G. (2007). *My, psy, musimy trzymać się razem: „Psy”*, [w:] T. Lubelski, K. J. Zarębski (red.), *Historia kina polskiego*. Warszawa: Fundacja Kino.
- Szczerba, J., Bielas, K. (1997). Żaloba i mizeria. „Gazeta Wyborcza”, nr 14.
- Zajiček, E. (2009). *Poza ekranem. Kinematografia polska 1896–2005*. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich, Studio Filmowe Montevideo.
- Zanussi, K., Machulski, J., Kłopotowski, K., Jakimowski, A., Kępiński, P. (2007). *Polskie filmy to najczęściej beznadziejne knoty*. „Dziennik. Polska. Europa. Świat”, nr 248.
- Żurawiecki, B. (2001). *Kino bez właściwości? Pamflet na polskie kino*. „Film”, nr 9.

## Box Office, Cinemacentrism and the Polish Cinema of the 1990s

The Polish cinema in the 1990s struggled with many problems, mainly economic ones. In this period, Polish movies were not so popular, only few of them achieved a bigger box office success. The movie market of this time suffered from the lack of sufficient number of film copies. Due to this problem, the accessibility of specific movies was truly limited. This is the reason why the results of box office are not meaningful enough when researchers want to point to the most popular Polish movies of this period. Cinema is one of many channels of distribution and in the 1990s it was definitely marginalised by the audience. Polish spectators were watching native films on TV or on video players more often than in the cinemas. So the researchers who want to describe the popular side of the Polish cinema of the 1990s should abandon the discourse of “cinemacentrism” and take a look at the other media.

# Piotr Wajda

Uniwersytet Gdański

## Czynniki hamujące rozwój skandynawskiego horroru w XX wieku

Wydaje się, że ponura i mroczna sceneria Skandynawii powinna być doskonałym tłem dla kina grozy. Jeśli jednak przyjrzymy się skandynawskiej kinematografii, trudno przeoczyć fakt, że w ciągu niemal całego ubiegłego wieku w Europie Północnej nie rozwinęło się żadne zjawisko, które moglibyśmy rozpatrywać w kategoriach horroru. Fakt ów jest tym bardziej zaskakujący, gdy spojrzymy na wybrane skandynawskie produkcje powstające jeszcze w okresie kina niemego. Co istotne, w tamtych czasach reżyserzy tych projektów byli bardzo często uznanymi autorami. Carl Theodor Dreyer, Victor Sjöström czy Mauritz Stiller to najbardziej rozpoznawalni nordyccy autorzy sprzed rewolucji dźwiękowej. W epoce kina niemego na terenie Skandynawii pojawiły się obrazy czerpiące z elementów później rozwijanych przez twórców kina grozy na całym świecie. W ciągu kilku lat w Skandynawii powstały takie filmy jak *Furman śmierci* (1921, reż. Victor Sjöström), z którego czerpał sam Stanley Kubrick, *Kartki z dziennika szatana* (1921, reż. Carl Theodor Dreyer) czy *Czarownice* (1922, reż. Benjamin Christensen). Według literatury przedmiotu nordyccy reżyserzy tworzyli filmy zawierające motywy czarownictwa i satanizmu znacznie wcześniej niż Amerykanie (Umland, Umland, 2005, s. 290). Popularne w latach sześćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych kino satanistyczne czerpało garściami z dorobku Skandynawów z okresu kina niemego. Emma Robinson zwraca uwagę na mocno zakorzenione w Europie Północnej tradycje jeszcze sprzed czasów chrystianizacji (Robinson, 2013). To region, w którym pogaństwo utrzymywało się najdłużej, a tytuły, takie jak chociażby wspomniane przed chwilą *Czarownice*, są potwierdzeniem powyższej hipotezy.

Wszystkie przytoczone tytuły mogły (i powinny) stać się początkiem zjawiska, które miało możliwość – na płaszczyźnie artystycznej – skutecznie „rywalizować” z niezwykle popularnym i cenionym już w tamtym czasie niemieckim ekspresjonizmem. Do dziś można się zastanawiać, kto właściwie się kim inspirował. Czy

ekspresjoniści wzorowali się na szkole szwedzkiej, czy było raczej odwrotnie? To porównanie sugeruje, czym mógł stać się nordycki horror, gdyby artystyczny sukces pociągnął za sobą większą grupę filmowców, którzy rozwinęliby styl przytoczonych tytułów. Fakt, że kino grozy nie zawojowało w XX wieku skandynawskich sal kinowych, jest tym bardziej zaskakujący, jeśli spojrzymy na nazwiska reżyserów flirtujących z tym nurtem. Poza przytoczonymi przed chwilą artystami w późniejszym okresie ubiegłego stulecia z gatunkiem mierzyli się najwięksi skandynawscy filmowcy. Sam Ingmar Bergman stanął za kamerą horroru zatytułowanego *Godzina wilka* (1968), ale w dalszym ciągu XX-wieczne kino grozy z Północnej Europy było zepchnięte poza margines. Przez niemal cały ubiegły wiek produkcja filmów grozy w Skandynawii ograniczała się do maksymalnie kilku tytułów rocznie. A zatem odpowiedź na pytanie „co sprawiło, że w Europie Północnej tak późno rozwinął się horror?” zdaje się znacznie bardziej kompleksowa i zaskakująca, niż można byłoby pierwotnie przypuszczać. Niniejszy artykuł ma być między innymi wskazówką dla osób badających recepcję kina gatunków na terenie zdominowanym przez „kino autorskie”.

Osobną kwestię stanowi pytanie, czy na skandynawską kinematografię – reprezentowaną przez kilka państw – można spojrzeć w sposób całościowy. Omawiane przeze mnie czynniki produkcyjne zdają się wskazywać na zdecydowanie pozytywną odpowiedź, ze względu na liczne podobieństwa – zarówno kulturowe, jak i ekonomiczne. Te słowa znajdują dodatkowe potwierdzenie w literaturze przedmiotu. Wielu badaczy skandynawskiego kina zestawia i porównuje ze sobą kinematografię szwedzką, norweską, duńską, a także fińską czy islandzką.

### Czynniki instytucjonalne – cenzorskie tradycje

Głównym czynnikiem hamującym rozwój skandynawskiego horroru wydają się cenzorskie organizacje działające w ubiegłym stuleciu. Co ciekawe, w Norwegii i Szwecji kontrola działalności artystycznej trwała dłużej, niż miało to miejsce w Polsce czy innych państwach bloku wschodniego. Jednak uwaga skandynawskich cenzorów była skierowana na zupełnie inną kwestię niż ich kolegów po fachu z krajów znajdujących się w radzieckiej strefie wpływów. Podczas gdy w komunistycznych państwach zajmowano się wychwytywaniem treści potencjalnie zagrażających ustrojowi, w Skandynawii w pierwszej kolejności zwracano uwagę na szeroko pojętą przemoc w filmie i telewizji. Mając na uwadze dążenie Szwecji do zachowania neutralności podczas sporów, należy nadmienić, że przy podejmowaniu decyzji o zakazie dystrybucji danego tytułu rzadko stosowano kryterium polityczne. Jednym z nielicznych filmów niedopuszczonych do dystrybucji w Szwecji z tego powodu był *Pancernik Potiomkin* (1925, reż. Siergiej Eisenstein). W czasie I wojny światowej do ustanowionej w 1911 roku ustawy dotyczącej kina dodano zapis o „relacji kraju z zagranicznymi mocarstwami” (Holmberg, 2010, s. 35). Jednak według Jana Holmberga główną przyczyną niedopuszczenia rosyjskiego tytułu do dystrybucji był fakt, że film można było określić mianem „szkodliwie ekscy-

tującego” (szw. *skadligt upphetsande*). Tym samym terminem określano produkcje reprezentujące bardzo różnorodnie gatunki filmowe, w tym także często horrory (Holmberg, 2010, s. 35). Holmberg przywołuje przykład *Dziwolaków* (1932, reż. Tod Browning), które określono w identyczny sposób.

W 1911 roku w Szwecji powołano urząd cenzorski *Statens Biografbyrå*, który odpowiadał za niedopuszczanie wybranych tytułów do obiegu kinowego aż do 2011 roku. Ustawa regulująca powstanie *Statens Biografbyrå* określała wprost, jakie filmy podlegają selekcji ze strony cenzorów. Nie wolno było wyświetlać tytułów, których: „pokazy byłyby wbrew powszechnemu prawu czy moralności lub, innymi słowy, byłyby w stanie działać w sposób brutalizujący, szkodliwie ekscytujący lub błędnie interpretujący koncepcje prawa. Obrazy, które przedstawiają sceny horroru, samobójstwa czy poważne przestępstwa w powyższy sposób lub w kontekście, który umożliwiałyby osiągnięcie takiego efektu, mogą zostać niedopuszczone” (Holmberg, 2010, s. 35).

Holmberg zauważa, że w ciągu 100 lat funkcjonowania *Statens Biografbyrå* niezmiennym czynnikiem pozostawała ochrona duchowego rozwoju i zdrowia dzieci. W wielu decyzjach urzędu cenzorskiego kierowano się tym, czy potencjalny wpływ danego tytułu można określić mianem *förråande*, czyli „brutalizujący” (Holmberg, 2010, s. 36). W ten sposób szwedzcy widzowie słynną scenę pod prysznicem z *Psychozy* (1960, reż. Alfred Hitchcock) obejrzeni w mocno ugrzecznionej wersji, zaś *Teksańską masakrę piłą mechaniczną* (1974, reż. Tobe Hooper) i wiele innych horrorów można było zobaczyć dopiero w latach osiemdziesiątych, w dodatku wyłącznie na wydanych za granicą i przywiezionych (niekoniecznie legalnie) do kraju kasetach VHS (Holmberg, 2010, s. 36).

Wraz ze zniesieniem w 1971 roku zakazującego „obrazy dyscypliny i moralności” prawa o obsceniczności doszło do paradoksalnej sytuacji. W krótkim czasie Szwecja stała się światową stolicą branży pornograficznej, ale w dalszym ciągu nie można było zobaczyć tam wielu horrorów oraz innych – często zaskakujących – produkcji, które uznano za zbyt brutalne. W ten sposób na liście filmów zakazanych znalazły się tak różne tytuły jak *Nosferatu – symfonia grozy* (1922, reż. Friedrich W. Murnau), *Mad Max* (1979, reż. George Miller) czy *Kasyno* (1995, reż. Martin Scorsese). Wspomniane już słowo *förråande*, czyli „brutalizujący”, to określenie doskonale charakteryzujące horror (zwłaszcza z lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych). Między innymi dlatego w Szwecji reżyserzy – poza pojedynczymi przypadkami – nie podejmowali prób realizacji filmów grozy.

Paradoksalnie film, który w dużym stopniu wstrzymał rozwój horroru w Szwecji, obecnie jest powszechnie uznawany za wybitny. *Czarownice* to dzieło łączące poetykę kina grozy z dokumentalną opowieścią. Duński reżyser, dodając sceny o dydaktycznym charakterze, stara się w naukowy sposób wyjaśnić przyczyny polowania na czarownice. Miała to być pierwsza część nigdy niedokończony przez Christensena trylogii na temat przesądów na przestrzeni dziejów (Horak, 2010). Bruce F. Kawin opisuje przytaczany tytuł w następujący sposób: „*Czarownice* pró-

bują dowieść, że wiele osób, szczególnie w średniowieczu, uznawało czarownictwo za wyjaśnienie rzeczy, których nie rozumieli [...]. Film toruje sobie drogę do czasów mu współczesnych, w których psychologia lat dwudziestych XX wieku diagnozuje poszczególne oznaki wcześniej łączone z czarownictwem i czarami jako niektóre z objawów hysterii” (Kawin, 2012, s. 106). Podjęcie się realizacji części zdjęć w nocy przyczyniło się do tego, że całość jest utrzymana w niezwykle mrocznej konwencji (Stevenson, 2006, s. 35). Jednak to rozwiązanie ma także drugą stronę. W 1922 roku sprzęt rejestrujący obraz nie był zaawansowany technologicznie, znajdował się w dosyć wstępnej fazie rozwoju. Decyzja o filmowaniu w nocy wiązała się ze zwiększeniem kosztów produkcji. Niezwykle odważny zarówno w treści, jak i formie film Benjamina Christensena okazał się finansową klapą, w którą zainwestowano ponoć dwa miliony szwedzkich koron<sup>1</sup>. Ze względu na kontrowersyjne sceny pokazujące między innymi deptanie rozrzuconych po ziemi krzyży czy szatana kuszącego we śnie niemal nagą kobietę film był cenzurowany prawie wszędzie (tylko w Danii odniósł komercyjny sukces)<sup>2</sup> i po usilnych protestach, ze strony między innymi Kościoła, Benjamin Christensen był zmuszony kontynuować karierę reżysera w Stanach Zjednoczonych.

Mając na uwadze fakt, że celem szwedzkiej cenzury (również po zniesieniu zapisów dotyczących obsceniczności w 1971 roku) było przede wszystkim chronienie potencjalnego widza przed „scenami horroru”, spójrzmy na kinematografię w innym kraju skandynawskim – w Norwegii. Sytuacja wyglądała podobnie. Cenzura miała tam jeszcze dłuższy rodowód i funkcjonowała już w momencie pojawienia się pierwszych kin. Objęcie kina dosyć szczegółową kontrolą prawną już w momencie pierwszych pokazów filmowych<sup>3</sup> przez bardzo długi czas powstrzymywało twórców przed zmierzeniem się z horrorem. Oficjalnie pierwszym urzędem, który miał pilnować, aby na ekrany kin nie trafiały potencjalnie szkodliwe obrazy, był powołany do życia w 1913 roku *Statens Filmkontroll* (Geis, 1954, s. 291). Jednak zanim w Norwegii założono pierwszą komórkę zajmującą się ochroną przed wspomnianą brutalnością oraz moralną degeneracją, stosowano bardzo interesujące i – z dzisiejszej perspektywy – zaskakujące rozwiązanie. Gunnar Iversen jako przykład przytacza udokumentowaną sytuację, która miała miejsce dwa lata przed oficjalnym wprowadzeniem cenzury w Norwegii. 11 listopada 1911 roku inspektor policji z Trondhjem (dzisiejsze Trondheim) napisał telegram do biura stołecznej policji o treści „Zaakceptowana scena z burdelu – taniec Pera Krohga – wypadła (z filmu)”. Ocenzurowanym tytułem był *Dæmonen* (1911, reż. Jens Christian Gundersen), który do Trondhjem trafił ze stolicy, a momentem, który wzbudził wątpliwości policjanta, był pocałunek wtulonego w siebie małżeństwa podczas karnawału. To paradoks, że jedyną sceną z filmu, która przetrwała do dzisiejszych czasów, jest właśnie ta ocenzurowana (Iversen, 2005, s. 106-107).

<sup>1</sup> <http://www.imdb.com/title/tt0013257/business> (dostęp: 11.12.2016).

<sup>2</sup> <http://www.silentfilm.org/haxan-witchcraft-through-the-ages-1922> (dostęp: 12.12.2016).

<sup>3</sup> 6 kwietnia 1896 roku w Kristianii (dzisiejsze Oslo) odbył się pierwszy pokaz filmowy. Miało to miejsce na miesiąc przed pierwszym seansem w Nowym Jorku. Do wyświetlenia projekcji użyto bioskopu autorstwa braci Składanowskich (Iversen, 1998, s. 103).

Jak pokazuje powyższy przykład, początkowo cenzura w Norwegii miała charakter uznaniowy. Film Gundersena wyświetlono w stolicy Norwegii, jednak po trafieniu do kin w stosunkowo niewielkim w tamtym czasie Trondhjem został ocenzurowany. Dodatkowo opis sceny określonej w telegramie jako „burdelowa” sugeruje bardzo konserwatywny charakter Skandynawów nawet jak na standardy z początku XX wieku. Mając na uwadze problemy wspomniane w kontekście zrealizowanych w sąsiedniej Szwecji *Czarownic*, fakt, że skandynawscy twórcy rzadko kiedy kierowali uwagę w stronę kina grozy, wydaje się uzasadniony. Do momentu powołania *Statens Filmkontroll* stosowano ustanowione w 1875 roku Prawo o Dramatach i innych Publicznych Wystąpieniach (nor. *Lov angaaende Adgang til at give dramatiske og andre offentlige Forestillinger*), które odnosiło się nie tylko do teatralnych czy operowych spektakli, ale nawet wyścigów konnych, pokazów magicznych czy loterii. Każdy, kto chciał pokazać film lub na przykład zorganizować loterię, musiał zapłacić pewną kwotę policji i straży pożarnej. Za uzyskane pieniądze wspomniane służby chroniły teren, na którym odbywało się wydarzenie. Przytaczana ustawa nie dawała władzom prawa do cenzurowania filmów z góry – poza wyjątkowymi sytuacjami, gdy dochodziło do podejrzenia, że dany tytuł może zawierać obsceniczne sceny (Iversen, 2005, s. 108).

Przebywający w latach 1951-1952 w Norwegii Gilbert Geis podczas swoich badań starał się ustalić klucz, jakim kierowali się cenzorzy pracujący dla *Statens Filmkontroll*. Amerykanin wskazywał na zapis określający, czym powinien sugerować się cenzor w trakcie podejmowania decyzji o dopuszczeniu bądź niedopuszczeniu danego tytułu do norweskich kin. W akcie prawnym konstytuującym norweski urząd cenzorski pojawił się zapis o tym, że „władze nie mogą zaakceptować filmów, których pokazywanie – w ich odczuciu – powodowałoby konflikt z prawem, byłoby obrazą przyzwoitości albo prowadziłoby do brutalności lub moralnej degeneracji” norweskich obywateli (Geis, 1954, s. 291). Na przykładzie przywołanego cytatu doskonale widać, że klucz obrany przez *Statens Filmkontroll* jest bardzo zbliżony do tego stosowanego przez założoną mniej więcej w tym samym czasie szwedzką organizację cenzorską. Geis w trakcie swojego pobytu w Norwegii na początku lat pięćdziesiątych przeanalizował amerykańskie tytuły trafiające do kin w tym kraju w latach 1945-1951. Badacz zauważył, że spośród czterech najbardziej wpływowych na terenie Norwegii kinematografii w tamtym czasie, to jest Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Szwecji i Francji, to amerykańskie filmy znacznie częściej trafiają do sal kinowych w okrojonej formie. Amerykańskiemu badaczowi udało się dotrzeć i porozmawiać z Berntem A. Nissenem – jednym z dwóch stałych cenzorów pracujących w *Statens Filmkontroll*. Rozmówca Geisa w wywiadzie stwierdził, że:

nasze [skandynawskie] społeczności są raczej spokojne. Ludzie nie mają pozwolenia, żeby chodzić z bronią, np. pistoletami [...]. Nie chcemy, żeby takie rzeczy imponowały naszym mieszkańcom. Nie mamy takiego problemu w społeczeństwie i nie chcemy go wprowadzać przez film. To powód,



dlaczego jesteśmy tak restrykcyjni wobec przemocy w filmach, które do nas trafiają (Geis, 1954, s. 299).

Rozmowa Amerykanina z wieloletnim pracownikiem urzędu cenzorskiego dotyczyła filmów noir i – przede wszystkim – postrzeganego za wyjątkowo brutalne kina gangsterskiego (Geis, 1954, s. 299). Wysłute przez badacza wnioski można rozciągnąć także na horrory, których złoty wiek za oceanem tak naprawdę miał dopiero nadejść wraz ze zniesieniem Kodeksu Haysa w 1967 roku. Przez takie postrzeganie przemocy i gatunków filmowych, w których się pojawiała, pierwszy film grozy powstały w Norwegii miał premierę dopiero w 1958 roku – był to *De dødes tjern* (reż. Kåre Bergstrøm) (Sundholm, Thorsen, Andersson, Hedling, Iversen, Møller, 2012, s. 175). Jednak nawet przychylnie komentarze krytyków filmowych, z jakimi spotkał się ten tytuł, nie sprawiły, że Norwegowie odważniej zaczęli realizować horrory. Dodatkowym utrudnieniem, które mogło wpłynąć na znikomą liczbę filmów grozy powstających w Norwegii, był fakt, iż do 2000 roku autorzy ocenzonego filmu nie mogli się odwoływać od decyzji *Statens filmtilsyn* (Sundholm i in., 2012, s. 195). Wielu horrorów – podobnie jak w Szwecji – nie dopuszczano do kin ze względu na zawartą w nich przemoc. Najgłośniejsze tytuły, na przykład *Lśnienie* (1980, reż. Stanley Kubrick), doczekały się swoich premier, ale obejrzenie wielu innych filmów, jak chociażby niskobudżetowego (i niesygnowanego nazwiskiem uznanego mistrza) *Martwego zła* Sama Raimiego (1981), było niemożliwe. Przyglądając się ocenzonego pozycjom, można zauważyć kolejną analogię do Szwecji – na liście, oprócz tytułów zakazanych w wielu innych krajach, można natknąć się na bardzo zaskakujące pozycje, jak chociażby nagrodzoną na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Cannes Ścieżkę *strachu* (1990, reż. Joel i Ethan Coen) czy mało interesujący film akcji *Kobra* (1986, reż. George Pan Cosmatos).

Jak pokazują powyższe przykłady, nastawiona na walkę z przemocą i brutalnością cenzura – zwłaszcza w pierwszej połowie ubiegłego wieku – miała niezwykle kompleksowy charakter. Podczas analizy zagadnienia cenzury w krajach skandynawskich należy wspomnieć o Danii jako o państwie będącym wyjątkiem na tle swoich sąsiadów. Co interesujące, cenzura w tym kraju została ustanowiona na początku XX wieku. Między rokiem 1896, w którym miał miejsce pierwszy pokaz filmowy<sup>4</sup>, a 1907 z racji braku regulacji prawnych dotyczących kina do seansów stosowano prawo o jarmarkach i targach (Sundholm i in., 2012, s. 96). Przygotowanie reguł prawnych dostosowanych do specyfiki nowego i dynamicznie rozwijającego się medium uznano za niezbędne po pokazie *Mordet paa Fyn* (1907, reż. nieznanym). Za podstawę scenariusza napisanego przez Alexandra Christiana<sup>5</sup> posłużyła autentyczna historia morderstwa mającego miejsce zaledwie trzy tygodnie przed premierą filmu. Krótki termin między popełnionym w rzeczywistości zabójstwem a seansem wywołał w Danii falę oburzenia. Początkowe zapisy doty-

<sup>4</sup> <http://www.dfi.dk/Service/English/Films-and-industry/Danish-Film-History/1896-1910.aspx> (dostęp: 14.12.2016).

<sup>5</sup> <http://www.dfi.dk/faktaofilm/film/da/36199.aspx?id=36199> (dostęp: 14.12.2016).

czące możliwości zablokowania pokazu danego filmu przypominają te z Norwegii. W związku z tym możliwa była sytuacja, w której konkretne tytuły pojawiały się tylko w niektórych miastach, zależnie od decyzji cenzora pracującego w danym kinie i komisarza lokalnej policji. Jednak szybko uznano takie rozwiązanie za mocno chybione i w 1913 roku zasady dotyczące ewentualnego niedopuszczenia filmu do kin zostały ujednoczone, a w 1938 roku powołano do życia państwową organizację zajmującą się cenzurą (Sundholm i in., 2012).

Ciekawym przypadkiem w kontekście omawianej kinematografii jest pojawiająca się już w epoce kina niemego autocenzura ze strony *Nordisk Film Kompagni* – wiodącej firmy producenckiej z Danii. Za sprawą ograniczeń narzucanych osobom odpowiedzialnym za dany tytuł zdarzało się, że jeszcze przed wybuchem II wojny światowej jeden film posiadał różne wersje montażowe tych samych scen czy przykładowo alternatywne zakończenia. *Nordisk Film Kompagni* chciało w ten sposób zmniejszyć szansę ocenzurowania wyprodukowanych pod jej egidą pozycji na rynkach zewnętrznych. Do państw postrzeganych za bardziej konserwatywne trafiały łagodniejsze wersje tych samych filmów (Sundholm i in., 2012, s. 96). Między innymi dlatego duńską kinematografię z tamtego okresu można uznać za wiodącą i najbardziej rozpoznawalną poza granicami samej Skandynawii.

Dania była pierwszym skandynawskim państwem, w którym zniesiono cenzurę obyczajową, uznając zasadę wolności słowa i wyrażania poglądów za nadrzędną (Paasonen, 2015, s. 4). Jednak supremacja swobody przekazu artystycznego nie sprawiła, że w Danii zaczęły masowo powstawać horrory. Charakterystyczne dla skandynawskiej cenzury XX wieku jest zorientowanie na przemoc pod wieloma postaciami, co też nawet w dobie rozluźnienia obyczajów (wywołanym przemianami społecznymi lat siedemdziesiątych – przede wszystkim w Szwecji i Danii) nie przeobraziło się w zwiększenie zainteresowania kinem grozy, które na swoje złote dni w Skandynawii musiało czekać do początku następnego stulecia.

## **Duże problemy małych społeczności. Czynniki demograficzne**

Prowadzona przez organizacje cenzorskie powołane do życia w niemal całej Skandynawii krucjata wymierzona w przemoc w filmach to zaledwie jeden z czynników powstrzymujących rozwój kojarzonego z brutalnością horroru na szerszą skalę. Równie istotną rolę zdają się pełnić czynniki demograficzne i ekonomiczne. Pomimo sukcesów horroru w latach siedemdziesiątych ubiegłego wieku w wielu państwach europejskich, a przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych<sup>6</sup>, w Skandynawii niezmiennie panowało przekonanie, że na kinie grozy nie da się zarobić. Sytuacja zmieniła się dopiero w 2003 roku za sprawą *Mrocznego lasu* (reż. Pål Øie). Niskobudżetowa produkcja osiągnęła w norweskich kinach wynik kasowy zbliżo-

<sup>6</sup> Określenie *blockbuster* zostało w dużej mierze oparte o będące dużym sukcesem kasowym *Szczyki* (1975, reż. Steven Spielberg), wokół których zorganizowano dużą kampanię reklamową przed premierą kinową (Shone, 2004, s. 49-50). Jednak poza sporadycznymi przypadkami nie inwestowano w horror na większą skalę w obawie, że film i tak na siebie nie zarobi.

ny do amerykańskiej wersji *The Ring* (2003, reż. Gore Verbinski) mającej premierę dokładnie tego samego dnia<sup>7</sup>. Duża frekwencja pokazała, że norweska widownia z utęsknieniem wyczekiwała horroru z rodzimymi aktorami, bowiem sukces filmu Øiego przyczynił się do powstania kolejnych horrorów.

Głównym argumentem mogącym przemawiać za stwierdzeniem, że „na kinie grozy w Skandynawii nie da się zarobić”, był fakt, że kraje Skandynawii – po dziś dzień – uchodzą za małe rynki zbytu. W *Historical Dictionary of Scandinavian Cinema* można przeczytać, że Europa Północna ze względu na niską liczbę ludności była obciążona dużo wyższym poziomem ryzyka fiaska finansowego (Sundholm i in., 2012, s. 175). Zwróćmy uwagę na fakt, że znaczna część z produkowanych po przemianach obyczajowych lat sześćdziesiątych horrorów powstawała na dużo większych rynkach, takich jak Stany Zjednoczone, Wielka Brytania czy Włochy. Mimo powszechnej opinii, że kino gatunkowe (w tym horror) można nakręcić niskim kosztem, w dalszym ciągu w Skandynawii pokutowało przekonanie, że na tak małych rynkach nie uda się dotrzeć do wystarczającej liczby odbiorców, żeby taki film opłacało się wyprodukować. Począwszy od lat sześćdziesiątych, najwięcej europejskich tytułów zaliczających się do kina grozy powstawało w Hiszpanii, Włoszech i Wielkiej Brytanii. Zarówno Półwysep Apeniński, jak i Wyspy Brytyjskie już w latach siedemdziesiątych były zamieszkiwane przez ponad 50 milionów osób. Od tej liczby nieco odstaje Hiszpania z 33 milionami mieszkańców. Jednak w dalszym ciągu to wartość ponad czterokrotnie wyższa, gdy porównamy ją ze Szwecją, której populacja wynosiła 8 milionów. W przypadku Norwegii dysproporcja między tym krajem a Hiszpanią jest jeszcze większa – liczba Hiszpanów była blisko dziewięćkrotnie wyższa<sup>8</sup>.

Wiele z filmów gatunkowych produkowanych w Europie w drugiej połowie XX wieku charakteryzowało się krótkim okresem zdjęciowym i wynikającym częściowo z tego powodu niskim budżetem. Łącząc ten fakt z analizą danych demograficznych, można wysnuć wniosek, że – między innymi – horrory w okresie przemian obyczajowych powstawały przede wszystkim w krajach, których rynki zbytu były na tyle duże, że istniała większa szansa dotarcia do wystarczająco dużej liczby zainteresowanych osób. Te dane można sprowadzić do prostej refleksji – istniało całkiem spore ryzyko, że w państwach skandynawskich horror nie znajdzie takiej liczby odbiorców, żeby koszty produkcji się zwróciły, nawet pomimo powszechnej opinii, że przy produkcji horroru można operować mniejszym budżetem. W Skandynawii kino grozy nie zakorzeniło się głęboko i nie miało silnej pozycji na rynku. Ib Bondebjerg z Evą Novrup Redvall zwracają uwagę na fakt, że trudno jest wskazać kinematografię wywodzącą się ze słabo zaludnionego kraju, w której rozwijałoby się kino gatunkowe, w tym również horror (2011, s. 79). Europejskie kino autorskie miało stać w opozycji do takiego modelu kojarzonego przede wszystkim z amerykańską kinematografią. Ta tendencja zaczęła się zmieniać dopie-

<sup>7</sup> <http://www.boxofficemojo.com/intl/norway/yearly/?yr=2003&p=.htm> (dostęp: 15.12.2016).

<sup>8</sup> Na podstawie danych z [worldometers.info](http://worldometers.info/world-population/population-by-country/) (dostęp: 15.12.2016).

ro w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Bondebjerg i Redvall dowodzą, że jest to skutkiem globalizacji kina (2011, s. 79). Przez całe dekady wychodzono z założenia, że na horrorze – czy też, patrząc z szerszej perspektywy, na filmach bez ugruntowanej tradycji na danym rynku – nie da się zarobić, a widz będzie patrzeć na takie produkcje jak na swoiste filmowe kuriozum (Andersson, 2009). Jednak po dokonaniu analizy okazało się, że najbardziej interesująca dla producentów grupa docelowa generowała amerykańskim twórcom największe dochody. Dlatego od lat dziewięćdziesiątych, gdy nawet przeciętny skandynawski widz był doskonale zaznajomiony z horrorami, kryminałami i thrillerami ze Stanów Zjednoczonych, rodzimi producenci zaczęli coraz odważniej inwestować w „nietradycyjne” gatunki filmowe, czego pierwszym udanym przykładem jest powstały w Danii i wyreżyserowany przez Olego Bornedala thriller *Nocny strażnik* (1994). Film odniósł tak duży sukces w Skandynawii, że ściągnął na siebie uwagę zagranicznych inwestorów i w krótkim czasie powstał remake z Ewanem McGregorem w roli głównej. Mniej więcej w tym samym czasie coraz większą popularnością cieszyła się nordycka odmiana literatury kryminalnej, co było kolejnym argumentem sugerującym, że w końcu „Skandynawia jest otwarta na coś nowego”. Tym czymś nowym stał się wkrótce między innymi horror.

### Nagość zamiast przemocy. Czynniki społeczno-obyczajowe

Znikoma obecność horroru w Skandynawii w ciągu niemal całego XX wieku jest niezwykle zagadkowa. Na początku ubiegłego stulecia w prawie całej Europie panowały konserwatywne nastroje, jednak nie zawsze były one przeszkodą dla rozwoju kina grozy. Organizacje cenzorskie nie były zresztą urzędami charakterystycznymi wyłącznie dla Skandynawii. Przykładowo w 1912 roku w Wielkiej Brytanii powołano British Board of Film Censors (przekształcone później w British Board of Film Classification)<sup>9</sup>. Przytaczany już w niniejszym tekście przypadek *Czarownica* Benjamina Christensena wskazuje na przesłanki związane z mocną pozycją Kościoła w Szwecji. Film Duńczyka uznano za obrazoburczy między innymi po religijnych protestach. Jednak na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych w części państw skandynawskich coś zaczęło się zmieniać. Kraje nordyckie zaczęły być postrzegane jako zsekularyzowane społeczeństwa dobrobytu (Hale, 2003, s. 356), a prym w kreowaniu tego wizerunku wiodli Duńczycy i Szwedzi, głównie za sprawą filmów kojarzonych z dużą ilością nagości i seksu. Pidde Anderson na podstawie analizy szwedzkiej kinematografii w kontekście kina grozy stwierdza, że utrzymująca się przez lata na niskim poziomie liczba horrorów powstających w Szwecji wynika z uwarunkowań kulturowych. We wstępie swojej książki pisze:

Jedną z przyczyn, dla których w Szwecji powstało mało horrorów, jest fakt, że Szwecja to *zdechrystianizowane i sentencjonalne* państwo. Przez kilka kolej-

<sup>9</sup> <http://www.bbfc.co.uk/education-resources/student-guide/bbfc-history/1912-1949> (dostęp: 19.12.2016).

nnych dekad od lat pięćdziesiątych kino grozy rozwijało się przede wszystkim w katolickich krajach w Europie Południowej, a także w konserwatywnej w tym czasie Wielkiej Brytanii – Hammer Films podbiło rynek za sprawą erotycznych remake'ów *Dracula* i *Frankensteina*. W Szwecji w tym czasie nie było interesujących tematów tabu do rozbicia (Andersson, 2009, s. 2).

Teza Andersona wpisuje się w teorie dotyczące wciąż jeszcze obecnych w XX wieku w całej Skandynawii silnych wpływów pogańskich, a także wpływów czarownictwa – wartości zakładających brak skrępowania w kwestiach nagości i pełną swobodę seksualną.

### **Przyszłość w jasnych barwach. Słowo podsumowania**

Na początku ubiegłego wieku Skandynawię uznawano za jeden z najbiedniejszych regionów ówczesnej Europy. Powszechne ubóstwo zmuszało ludzi pochodzących z różnych warstw społecznych do wyjazdu, głównie do Stanów Zjednoczonych. Według popularnych teorii filmowych lata recesji i stagnacji gospodarczej sprzyjają pojawianiu się i rozwojowi zjawisk związanych z kinem grozy (Towilson, 2012, s. 5), czego najlepszym przykładem jest niemiecki ekspresjonizm. Jednak ówczesna Skandynawia była znacznie bardziej konserwatywna niż Republika Weimarska, miała ponadto dużo mocniej rozwinięty system cenzorski nastawiony przede wszystkim na walkę z przemocą. W okresie kina niemego w Szwecji pojawiły się filmy, które mogły przerodzić się w skonsolidowane zjawisko związane z filmową grozą, jednak do niczego takiego nie doszło.

Zważywszy na to, że jeszcze w okresie wczesnego rozwoju kinematografii nowa gałąź sztuki została obwarowana szeregiem ograniczeń, fakt, iż skandynawski horror nie przeobraził się w zjawisko o charakterze ponadjednostkowym, wydaje się uzasadniony. Zgodnie z teorią instytucji kinematograficznej kino grozy w niemal całej Skandynawii nie miało warunków, żeby się rozwinąć. Wszelkie próby realizacji kina gatunkowego zostały storpedowane przez funkcjonujący w Europie Północnej system finansowy, który nie sprzyjał realizacji „nieszablonych” filmów. Dopiero współcześnie możemy wskazać zmiany w sposobie finansowania filmów przez państwo, które należy uznać za sprzyjające produkcji kina gatunkowego, w tym także horroru. Początków zainteresowania filmową grozą w niemal całej Europie Północnej należy szukać w przemianach prawnych mających swój początek w Norwegii. Mimo faktu, iż przez większość ubiegłego stulecia Norwegia uchodziła za dużo bardziej konserwatywny kraj niż sąsiednie Szwecja czy Dania, właśnie to państwo stało się głównym ośrodkiem produkcyjnym horroru w XXI wieku. W 2001 roku uchwalono zmiany prawne, które niespodziewanie okazały się sprzyjające reżyserom, którzy chcieli kręcić między innymi horrory, czyli filmy niemające – według wielu – komercyjnego potencjału. Wprowadzony z myślą o twórcach nastawionych na sukces finansowy system wymagał, żeby 50% budżetu zostało pokryte przez producentów, podczas gdy druga połowa mogła zostać sfinan-

sowana (w wysokości do 10 milionów norweskich koron) ze środków publicznych. *Mroczny las* z 2003 roku otrzymał niewielkie dofinansowanie, ale był pierwszym horrorem objętym tą zasadą, przez co kolejne filmy, które uznano za podobne do niskobudżetowej produkcji z 2003 roku, mogły zostać częściowo sfinansowane z budżetu państwa. Sukces norweskiego kina grozy szybko przeniósł się na pozostałe skandynawskie państwa, przez co możemy upatrywać w tym wydarzeniu czegoś w rodzaju bardziej krwawej „nowej fali”, mając jednocześnie na uwadze fakt, iż jesteśmy świadkami zjawiska wymagającego bardziej szczegółowego opisu w polskojęzycznym piśmiennictwie.

## Bibliografia

- Andersson, P. (2009). *Blue Swede Shock! The History of Swedish Horror Films*. The TOPPRAF-FEL! Library.
- BBFC.co.uk. <http://www.bbfc.co.uk/education-resources/student-guide/bbfc-history/1912-1949> (dostęp: 19.12.2016).
- Billson, A. (2013), 'Whenever Scandinavian Cinema Has Five Minutes to Fill, It Burns a Witch'. "The Telegraph", 5 czerwca. <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/10076349/Whenever-Scandinavian-cinema-has-five-minutes-to-fill-it-burns-a-witch.html> (dostęp: 16.12.2016).
- Bondebjerg, I., Novrup Redvall, E. (2011). *A Small Region in a Global World. Patterns in Scandinavian Film and TV Culture*. Kopenhaga, Scandinavian ThinkThank.
- Box Office Mojo. <http://www.boxofficemojo.com/intl/norway/yearly/?yr=2003&p=.htm> (dostęp: 15.12.2016).
- Danish Film Institute. <http://www.dfi.dk/Service/English/Films-and-industry/Danish-Film-History/1896-1910.aspx> (dostęp: 14.12.2016), <http://www.dfi.dk/faktaomfilm/film/da/36199.aspx?id=36199> (dostęp: 14.12.2016).
- Fullerton, J., Olsson, J. (1999), *Nordic Explorations: Film Before 1930*. Sydney, John Libbey & Aura.
- Geis, G. (1954), 'Film Censorship in Norway'. "The Quarterly of Film Radio and Television", vol. 8, no. 3.
- Hale, F. (2003). 'Time' for Sex in Sweden: Enhancing the Myth of the 'Swedish Sin' during the 1950s. "Scandinavian Studies", vol. 75, no. 3.
- Holmberg, J. (2010). *Censorship in Sweden*, [in:] M. Larsson, A. Marklund (ed. by.), *Swedish Film: An Introduction and Reader*. Lund, Nordic Academic Press.
- Horak, L. (2010), *Häxan: Witchcraft Through Ages*. SilentFilm.org. <http://www.silentfilm.org/archive/haxan-witchcraft-through-the-ages-1922> (dostęp: 19.12.2016).
- Imdb.com. <http://www.imdb.com/title/tt0013257/business> (dostęp: 11.12.2016).
- Iversen, G. (1998). *Norway* [in:] G. Iversen, T. Soila, A. Söderbergh Widding (ed. by.), *Nordic National Cinemas*. Londyn i Nowy Jork: Routledge.
- Iversen, G. (2005). 'Cutting Bordello Scenes and Dances: Local Regulation and Film Censorship in Norway Before 1913'. "Film History: An International Journal", vol.17, no.1.
- Iversen, G. (2016). *Between Art and Genre: New Nordic Horror Cinema* [in:] M. Hjort, U. Lindqvist (ed. by.), *A Companion to Nordic Cinema*. Chichester: John Wiley & Sons, Inc.
- Kawin, B. (2012). *Horror and the Horror Film*. Londyn i Nowy Jork: Anthem Press.
- Paasonen, S. (2015). *Smutty Swedes: Sex films, pornography and "good sex"* [in:] D. Kerr, D. Peberdy (ed. by.), *Tainted Love: Screening Sexual Perversities*. Londyn: I.B. Tauris.



- Robinson, E. (2013). *Witches and the Scandinavian Horror Film*, "The Australia Times. Film", vol. 1, no. 3.
- Shone, T. (2004), *Blockbuster*. Londyn: Simon and Schuster UK.
- SilentFilm.org. <http://www.silentfilm.org/haxan-witchcraft-through-the-ages-1922> (dostęp: 12.12.2016).
- Stevenson, J. (2006). *Witchcraft Through Ages. The story of Häxan, The World's Strangest Film, and The Man who Made It*. Farleigh: FAB Press.
- Sundholm, J., Thorsen, I., Andersson, L.G., Hedling, O., Iversen, G., Møller B.T. (2012), *Historical Dictionary of Scandinavian Cinema*. Lanham: Toronto, Plymouth: The Scarecrow Press, Inc.
- Towlson J. (2014). *Subversive Horror Cinema. Countercultural Messages of Films from Frankenstein to the Present*. Jefferson: McFarland & Company, Inc. Publishers.
- Umland R., Umland S. (2005). *Burn, Witch, Burn: A First Look on Scandinavian Horror Film*, [in:] S. Schneider, T. Williams (ed. by.), *Horror International*. Detroit: Wayne State University Press.
- Worldometers.info. <http://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/> (dostęp: 15.12.2016).

### **Factors Suppressing the Development of the Scandinavian Horror in the 20<sup>th</sup> Century**

While researching the Scandinavian horror, it can be noticed that film historians compared appearance and development of the Swedish Film School to German Expressionism. Although sharing many elements, the Scandinavian filmmakers from that era seem to play second fiddle. The Swedish premiere of Benjamin Christensen's *Häxan* in 1922 showed real problems related to horror and its reception in the conservative, at that time, Scandinavian society.

The author of this paper analyses several causes that were responsible for suppression of the Scandinavian horrors development. On that ground, horror genre could not be developed for a long time because of censorship institutions, which were operating especially in Norway and Sweden. Control organs focused on narrowing down the access to violent content in motion pictures. Those limitations led to the situation in which the American horror films were illegally distributed. Furthermore, the next part of the presented paper contains a brief description of the European markets, where horror developed well. Among the suppressing factors, the author analyses demographical and economic issues that influenced the lack of development of horror cinema in Northern Europe. For years, the genre cinema was considered as the opposition to the arthouse cinema, which suddenly changed after *Villmark* appeared on the screen in 2003.

# **Dział 3.**

## **Instytucje i rynki filmowe**

# Artur Majer

Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna  
im. Leona Schillera w Łodzi

## Ewaluacja aplikacji programu operacyjnego Produkcja filmowa w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej

Zanim projekt filmowy znajdzie swoją realizację na planie zdjęciowym i w montażowni, a ostatecznie ożyje na ekranie, jego producent musi znaleźć finansowanie i uruchomić maszynę produkcyjną. Prób takich dokonuje się w okresie developmentu (rozwój projektu) filmu. Głównym problemem jest, rzecz jasna, znalezienie środków na produkcję, a najważniejszym partnerem w tym zakresie w Polsce, przekazującym rocznie ponad 100 milionów złotych na ten cel, pozostaje Polski Instytut Sztuki Filmowej. Powołująca PISF Ustawa z 30 czerwca 2005 roku o kinematografii oraz akty wykonawcze do niej opisują procedury przyznawania producentom filmowym środków na realizację projektu. Jedną z zasad jest ewaluacja aplikacji produkcyjnych. W ciągu 10 lat funkcjonowania Instytutu zmieniała się ona wielokrotnie, różnicując wagę opinii i decyzji ekspertów PISF powołanych przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego i tym samym wpływając na obraz polskiej kinematografii.

Próba opisu zmian w systemie eksperckim wymaga definicyjnego wstępu. Powyższy tytuł najeżony jest bowiem terminologią nie tyle naukową, co „instytucjonalną”. By pozostać w pełni komunikatywnym i bezsprzecznie ustalić, czego dotyczyć będzie niniejszy tekst, pozwolę sobie na kilka wyjaśnień.

### System

Od początku funkcjonowania Polski Instytut Sztuki Filmowej określił – oczywiście w oparciu o Ustawę – zakres niesionej pomocy finansowej. Opisany został on po raz pierwszy w Programach Operacyjnych Polskiego Instytutu Sztuki Fil-

mowej na rok 2006. W tym dokumencie powołano sześć rzeczonych programów operacyjnych. Dla przeciętnego obserwatora nazwa „program operacyjny” pozostaje wydumany określeniem dla walizki z pieniędzmi przewidzianymi na daną działalność: produkcję filmową, promocję filmu za granicą itp. – i jest to w zasadzie słuszny punkt widzenia. Program operacyjny ma swoje cele, swych beneficjentów i określa sposób wnioskowania o alokowane w nim fundusze. Ponieważ jednak zakres działania w ramach takiego programu bywa niezwykle szeroki, istnieje również wewnętrzny jego podział na tak zwane priorytety. Nie należy ich rozumieć słownikowo. Priorytet to w przyjętej nomenklaturze po prostu konkretna kwota pieniędzy wydzielona z większego zbioru zwanego programem operacyjnym.

Interesanci Instytutu pragnący skorzystać z jego wsparcia finansowego muszą najpierw określić swoją działalność jednym z wspomnianych priorytetów i złożyć odpowiednie dokumenty w formie wniosku o dofinansowanie. Wniosek taki zwać można kolokwialnie pakietem lub bardziej wyszukanie – aplikacją. Składa się on nie tylko z wypełnionego druku (obecnie także w formie elektronicznej), lecz także przede wszystkim z szeregu załączników. Ich liczba zróżnicowana jest w zależności od rodzaju i charakteru przedsięwzięcia. Znacznie mniej dokumentów trzeba zgromadzić, gdy wnioskuje się o wsparcie wydania książki o filmie, więcej zaś, a przede wszystkim o większym poziomie szczegółowości, gdy aplikacja dotyczy produkcji filmu. Załączniki te informują o projekcie, zarazem będąc znakiem tego, jak go postrzega sam wnioskodawca. Podlegają one ocenie merytorycznej i artystycznej, którą wystawiają pracownicy Instytutu oraz powołani przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego eksperci. W niniejszym artykule zostanie przesledzona dziesięcioletnia historia systemu ewaluacji projektów składanych w PISF, a dotyczących dofinansowania procesu produkcji filmowej. Ten system ekspertyz zewnętrznych był bowiem zawsze bardzo niewralgicznym punktem całej procedury drogi wniosku. Stanowił zarzewie konfliktu interesów i podejrzeń o tajemnicze układy. Wzbudzał nieufność względem bezstronności decyzji wydawanych przez PISF.

Najpierw odpowiedzmy sobie na pytanie, po co w ogóle angażować zewnętrznych ekspertów do wystawiania ocen projektom przygotowywanym nierzadko przez ich znajomych filmowców. Powód znajdziemy w artykule 13 Ustawy o kinematografii. Czytamy tam, że do zadań dyrektora Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej należy dofinansowywanie przedsięwzięć „po zasięgnięciu opinii ekspertów wskazanych przez ministra spośród przedstawicieli środowisk filmowych” (Ustawa o kinematografii, 2005, poz. 1111). Akty prawne określają szereg kolejnych zasad:

- opinie rzeczonych ekspertów muszą być sporządzone na piśmie;
- ekspert nie może być związany z realizacją analizowanego przez siebie przedsięwzięcia (art. 24 Ustawy);
- eksperci oceniający wnioski z zakresu produkcji filmowej mogą być powoływani osobno dla filmów fabularnych, animowanych lub dokumentalnych;

- ekspertów wybiera dyrektor PISF lub są wybrani w drodze losowania<sup>1</sup>;
- liczbę ekspertów oceniających dane przedsięwzięcie określa dyrektor PISF (§12 Rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 27 października 2005 roku w sprawie udzielania przez Polski Instytut Sztuki Filmowej dofinansowania przedsięwzięć z zakresu kinematografii).

Powyższe punkty nie wyczerpują prawnych zasad funkcjonowania systemu eksperckiego. Co roku Instytut przygotowuje opisujący go szczegółowo Regulamin pracy ekspertów zgodny w aktami wyższego rzędu. Już samo przesłedenie 10 takich regulaminów daje obraz tego, jak zasady ewaluacji ewoluowały do obecnie obowiązujących. 10 lat to bardzo dużo czasu i niektóre wczesne ustalenia i przepisy uległy tak dalekiej przemianie, że stały się zaledwie faktami historycznymi. Bez przywołania ich jednak, choćby zdawkowo anegdotycznego, nie będziemy w stanie w pełni zrozumieć i docenić współczesnego systemu.

## Historia

Pierwszy *Regulamin pracy ekspertów* został wprowadzony w życie Zarządzeniem Nr 10 Dyrektora Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej z dnia 20 lutego 2006 roku. Dotyczył on dwóch programów operacyjnych: rozwoju projektu (priorytety: Development i Stypendia scenariuszowe) oraz produkcji filmowej (priorytety: debiuty reżyserskie<sup>2</sup>, produkcja filmów fabularnych, produkcja filmów dokumentalnych, produkcja filmów animowanych). Pomijając w tym miejscu inne ówczesne programy (upowszechnianie kultury filmowej, promocję polskiego filmu za granicą, rozwój kin i dystrybucję filmów, doskonalenie zawodowe), skupię się na opisie tych zasad, które dotyczą priorytetu o nazwie produkcja filmów fabularnych. Na jego przykładzie wskażę specyficzne zasady oceny eksperckiej na początku istnienia PISF.

Regulamin ustalał liczbę ekspertów oceniających projekty fabularne na pięciu: dwoje reżyserów filmów fabularnych, jednego producenta lub kierownika produkcji oraz dwoje z podgrupy określanej potocznie jako „inni”, do której zaliczono „scenarzystów, pisarzy, krytyków filmowych i dziennikarzy, dystrybutorów i prowadzących kina, operatorów, aktorów i przedstawicieli innych zawodów filmowych” (art. 4 ust. 1 lit. e. Regulaminu). Wybierani w drodze losowania w obec-

<sup>1</sup> Rozporządzenie Ministra Kultury z dnia 27 października 2005 r. w sprawie udzielania przez Polski Instytut Sztuki Filmowej dofinansowania przedsięwzięć z zakresu kinematografii zawiera zapis o wybieraniu ekspertów przez dyrektora PISF dopiero od nowelizacji z 2010 roku, w pierwszym pięcioleciu istnienia Instytutu eksperci musieli być obligatoryjnie wybierani w drodze losowania.

<sup>2</sup> Debiuty reżyserskie zostały wydzielone poza produkcję trzech klasycznych rodzajów filmowych z powodu szczególnego zapisu w Ustawie o kinematografii: w art. 8 ust. 1 p. 4 czytamy, że do zadań Instytutu należy „wspieranie debiutów filmowych oraz rozwoju artystycznego młodych twórców filmowych” (2005, poz. 1111).

ności dyrektora PISF oraz przynajmniej jednego członka Rady Instytutu<sup>3</sup> eksperci musieli przede wszystkim być niezależni i niezwiązani z żadnym ocenianym w sekcji projektem. Przyjmując pakiet kilku lub kilkunastu projektów (początkowo ich maksymalna możliwa liczba przypadająca na komisję nie była określona Regulaminem), ekspert podpisywał oświadczenie o bezstronności. Orzekał, że nie jest związany z żadnym z ocenianych projektów ani spokrewniony lub spowinowacony z osobami uczestniczącymi w pracach nad jakimkolwiek z nich. Do każdego wniosku o dofinansowanie pracownicy PISF przygotowywali Kartę oceny eksperckiej, którą oceniający zobowiązywali się wypełnić, dołączając do niej szczegółową recenzję projektu. Karta zawierała szereg kryteriów artystycznych, programowych i ekonomicznych. Ich brzmienie i kształt wynikały bezpośrednio z zapisów Ustawy o kinematografii oraz Rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 27 października 2005 roku<sup>4</sup>. W taki sposób ocenie punktowej polegały na przykład „oryginalność tematu, atrakcyjność fabuły, ogólne wrażenie” (od zera do pięciu punktów), „walory poznawcze, penetrowanie nowych obszarów tematycznych” (od zera do dwóch punktów) czy „propagowanie wartości etycznych i humanistycznych, demaskowanie negatywnych postaw i zjawisk” (od zera do trzech punktów). Nie bez znaczenia była „atrakcyjność i adekwatność proponowanej obsady” (od zera do dwóch punktów), a także ocena dorobku reżysera i producenta. W tych ostatnich przypadkach algorytm punktów wyliczany był w zależności od sukcesów frekwencyjnych i festiwalowych ostatnich filmów tych twórców oraz tak zwanych właściwości produkcyjnych ocenianego projektu (od zera do 15 punktów)<sup>5</sup>. Maksymalna liczba punktów do zdobycia w takiej ocenie wynosiła 110. Każdy wybrany ekspert po wypełnieniu karty odsyłał ją lub przynosił do PISF, a pracownicy Instytutu, gromadząc dla każdego projektu pięć takich ocen punktowych, wyciągali z nich średnią arytmetyczną. Projekty ocenione w ten sposób na co najmniej 60 punktów osiągały próg rekomendacji do dofinansowania. Ostateczna decyzja odnośnie do przyznania funduszy pozostawała oczywiście w gestii dyrektora PISF, zgodnie z zapisami Ustawy o kinematografii (art. 13 ust. 2 p. 3).

Zmian, które wprowadzono w tak opracowanym systemie, do końca 2008 roku było właściwie niewiele. Najważniejsza z nich to możliwość zastrzeżenia przez eksperta anonimowości swojej oceny. W takim przypadku wnioskodawca, zapoznając się z ewaluacją, nie otrzymywał informacji, kto jej dokonywał. Było to od początku o tyle nielogiczne, że PISF zobowiązał się do publikacji na stronie internetowej składu komisji eksperckich oceniających poszczególne projekty. Choć nie podawano, która komisja ocenia które wnioski, wystarczyło, że jeden z tworzących ją eksper-

<sup>3</sup> Organ doradczy i kontrolny dla dyrektora PISF powoływany przez ministra kultury na trzy lata, którego członkowie składają się z przedstawicieli środowiska filmowego oraz jednego przedstawiciela ministra. Funkcja członka Rady PISF jest honorowa i nie otrzymuje się za nią wynagrodzenia czy honorarium. Skład wszystkich rad instytutu podany jest na stronie internetowej PISF: [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl) w zakładce „Instytut” (dostęp: 11.11.2016).

<sup>4</sup> Por. Art. 22 ust. 3 Ustawy oraz uszczegóławiający go §4 *Rozporządzenia*.

<sup>5</sup> Dokładnie przywołuje te kategorie Marcin Adamczak w swojej książce *Obok obrazu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu* (2014, s. 64–67).



tów nie zastrzegł anonimowości na pierwszej stronie karty oceny, a wnioskodawca znał już cały jej skład. Ponadto środowisko filmowe w Polsce jest na tyle małe, a znaczenie dofinansowania PISF tak ważne, że wieści dotyczące ewaluacji rozchodziły się szybko. Możliwość zastrzeżenia anonimowości wprowadzono, kierując się potrzebą ochrony dobrego imienia oraz obiektywizmu i bezstronności eksperta. Uznawano, że oceny wyrażone anonimowo będą uczciwsze, stawiane pewniej i odważniej. Krytyka – wyrażana nierzadko przez tych ocenionych negatywnie – formułowała zarzut raczej nierzetelności anonimowych ocen, ich bezpardonowości, a nawet okrucieństwa. Anonimowość była więc nie tylko fikcją, lecz także kryła, w mniemaniu niektórych, mowę zawiści, tchórzostwo i niepewności własnych poglądów. W ten sposób na pewno nie służyła przejrzystości samego systemu oceny.

### Przyczyny zmian (2009–2011)

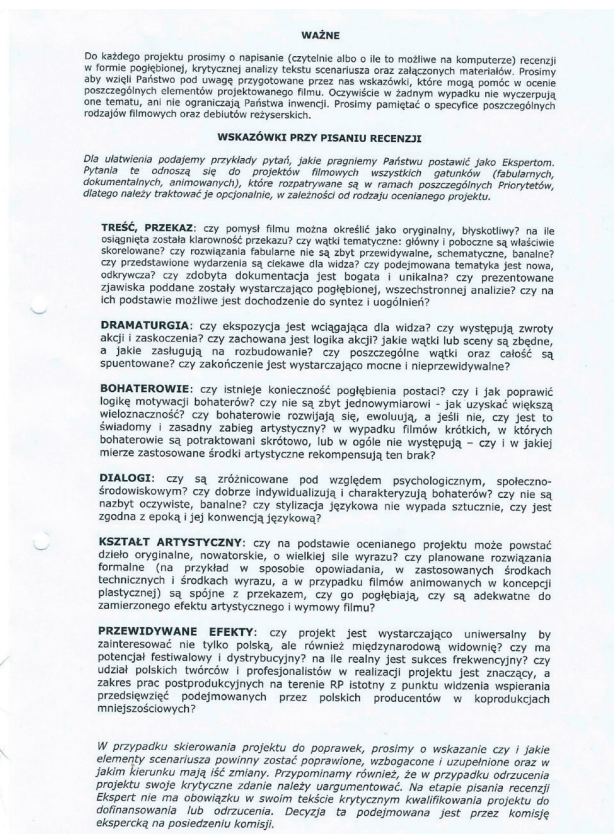
W myśl zasady, że o sztuce się rozmawia, a uśrednianie ocen jest bezduszne i służy raczej uśrednianiu jakości, postanowiono wprowadzić szereg zmian do systemu ewaluacji projektów. Na początku grudnia 2008 roku ówczesna dyrektor instytutu Agnieszka Odorowicz wystosowała do ekspertów pismo, w którym wypunktowała proponowane zmiany. Już pierwsza z nich brzmiała: „Opinie eksperckie (oraz nazwiska ekspertów) będą jawne dla producenta i reżysera, a w przypadku stypendiów scenariuszowych – dla autora”<sup>6</sup>. Drugą ważną zmianą stały się spotkania wylosowanych wcześniej komisji eksperckich „na dyskusji o scenariuszu, po której [ekspert] dokonają ostatecznej punktacji na zbiorczym arkuszu ocen (zamiast wyciągania średniej)”<sup>7</sup>. Te dwie nowe zasady – jawności i spotkań komisji – wyznaczyły nową jakość pracy ekspertów i PISF. Pracownicy Instytutu musieli od tej chwili nie tylko uzyskać zgodę na ocenę i oświadczenie o bezstronności ekspertów, lecz także znaleźć dla wszystkich dogodny czas na spotkanie. Sami oceniający stawali ze sobą w szranki i weryfikowali swoje przekonania dotyczące wniosków o dofinansowanie. Jeden taki wniosek po ewaluacji był opatrzony jedną kartą oceny (zbiorczą) oraz pięcioma niezależnymi recenzjami. Nie zawsze ich wydzźwięk pozostawał w zgodzie z opinią wyrażoną komisyjnie. Gdy zaś pochwalna recenzja towarzyszyła negatywnie oceniającej karcie, stawało się to powodem odwołań, zarzucających systemowi brak spójności. Same recenzje wzbudzały też oburzenie powierzchniowością oceny. Już zatem w Regulaminie pracy ekspertów z 2010 roku znalazł się następujący zapis:

Ekspert jest zobowiązany dostarczyć krytyczną recenzję na temat każdego z przekazywanych mu projektów, w tym w szczególności propozycje zmian i koniecznych poprawek – jako załącznik do zbiorczej karty oceny wypełnianej na posiedzeniu komisji – najpóźniej do 7 dni kalendarzowych od

<sup>6</sup> Priorytet Stypendia scenariuszowe jest jedyną ścieżką wniosku o dofinansowanie dla osób fizycznych, w każdym innym programie i priorytecie o dofinansowanie występować może tylko osoba prawna (spółka, instytucja, działalność gospodarcza itp.).

<sup>7</sup> Dokument w posiadaniu autora.

daty spotkania komisji eksperckiej, w której uczestniczył. Recenzje powinny być spójne z oceną wynikającą ze zbiorczej karty oceny, chyba że ekspert zgłosił votum separatum do opinii komisji. Wartość merytoryczna recenzji, w tym jej forma, może być zakwestionowana przez Dyrektora PISF lub jego przedstawicieli<sup>8</sup>.



Fot. 1. Wskazówki przy pisaniu recenzji z 2010 roku. Źródło: archiwum autora

Co więcej, eksperci wraz z przykładowymi kartami oceny dołączonymi do ocenianych wniosków otrzymywali także *Wskazówki przy pisaniu recenzji*. Był to roboczy dokument mający na celu ułatwić im formułowanie myśli i wyrażanie swojego zdania na temat projektu w sposób stanowczy, pogłębiony i rzetelny. Fotografia 1. przedstawia takie wskazówki przygotowane przez Instytut dla ekspertów zewnętrznych. Wynika z nich jasno, że PISF zdawał sobie sprawę, jak delikatną

<sup>8</sup> Dokumenty starsze niż dwa lata pochodzą z archiwum autora. Młodsze znajdują się na stronie [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl) w zakładce „Dotacje”.

sprawą jest pouczanie tych, których uznaje się za znawców i specjalistów. Stąd ugrzecznione sformułowanie „pragniemy postawić” oraz forma pytań zamiast założeń, by pisać lepsze recenzje i lepiej argumentować swoje przekonania.

W tym czasie, to jest w 2010 roku, zmienione zostały także programy operacyjne PISF, a co za tym idzie, zmianie uległy składy komisji eksperckich i rodzaje ocenianych projektów. Przez odrzucenie podziałów rodzajowych (fabuła, dokument, animacja) oraz zaawansowania procesu realizacyjnego (rozwój projektu lub produkcja) program operacyjny Produkcja filmowa został podzielony na cztery priorytety, których nazwy miały wskazywać, jakiego typu filmy pragnie dofinansowywać Polski Instytut Sztuki Filmowej. Nowa polityka programowa instytutu wskazywała przede wszystkim, jakie są oczekiwania misyjne. Priorytetem I, w domyśle: najistotniejszym dla kultury filmowej, stały się filmy autorskie. Celem priorytetu było wspieranie prac scenariuszowych, rozwoju projektu oraz produkcji filmów, których „treść i forma mają charakter ambitny artystycznie, które mają ograniczone walory komercyjne lub debiutów reżyserskich”<sup>9</sup>. Ujęte w cudzysłów sformułowania zaczerpnięte zostały z art. 23 ust. 2 Ustawy o kinematografii, gdzie tak właśnie definiowany jest film trudny, oznaczający projekty o potencjale festiwalowym, wyróżniające się oryginalnością i nowatorstwem artystycznym, formalnym, technologicznym. Priorytetem kolejnym były filmy o tematyce historycznej: podejmujące ważny temat z historii Polski, istotne z tego względu dla polskiej tradycji i kultury, o znaczących walorach edukacyjnych. Wstępnie, pisząc o celach priorytetu, PISF zdefiniował film historyczny jako taki, w którym „tło historyczne przedstawionych wydarzeń ma znaczący wpływ na dramaturgię, rozwój bohaterów, przebieg akcji”<sup>10</sup>. Priorytetem III były „filmy dla młodego widza i widowni familijnej” definiowane jako projekty podejmujące „tematykę dzieci i młodzieży we współczesnym świecie”, o wysokich walorach poznawczych, edukacyjnych i etycznych, „prezentowane w przystępnej dla młodego widza formie”<sup>11</sup>. Wreszcie priorytet IV to „filmy o znaczącym potencjale frekwencyjnym”, na dofinansowanie których Instytut przewidywał pożyczki zwrotne<sup>12</sup>. W ten sposób od 2010 roku PISF określił swoją politykę programową, z niewielkimi zmianami trwającą do dziś. Wybierając typ filmu, który planują zrobić, producent i autor poddają się nie tylko formalnym wymogom, lecz także programowi kultury audiowizualnej wspieranej finansowo przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (por. Zabłocki, 2010).

Ekspertki PISF, rzecz jasna, w przypadku każdego rozpatrywanego projektu kierować się powinni przede wszystkim jego wysokim poziomem artystycznym. Dla funkcjonowania systemu eksperckiego w tamtym czasie powyższe zmiany

<sup>9</sup> Programy Operacyjne na rok 2010, Polski Instytut Sztuki Filmowej 2010, s. 10. Dokument z archiwum autora.

<sup>10</sup> Tamże, s. 18.

<sup>11</sup> Tamże, s. 26.

<sup>12</sup> Od początku swego istnienia PISF wspierał programowo filmy popularne, pomimo oburzenia niektórych krytyków sugerujących, że instytut sztuki powinien wspierać sztukę, a nie produkcje dla masowej widowni (por. Odorowicz, 2009, Zuchora, 2010). Dyskutuje z tą postawą Marcin Adamczak (2014, s. 71).

miały daleko idące skutki. Przede wszystkim w komisji oceniającej przykładowo filmy o tematyce historycznej, wśród których znajdowały się projekty fabularne, dokumentalne i animowane na każdym możliwym etapie produkcji, musieli zasiadać odpowiedni specjaliści. Dlatego Regulamin pracy ekspertów z 2010 roku informował:

Jeśli w grupie projektów podlegających ocenie komisji eksperckiej są projekty z różnych rodzajów filmowych, w komisji uczestniczy odpowiednio przynajmniej jeden ekspert wymieniony w Art. 3 lit. a-c<sup>13</sup>. W przypadku odmowy wyżej wymienionego eksperta w ocenie projektów, Dyrektor PISF wskazuje do oceny wybranego przez siebie eksperta z listy ekspertów powołanych na dany rok przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego<sup>14</sup>.

Obok grupy ekspertów określanych jako „inni” specjaliści zawodów filmowych poza reżyserami, producentami i kierownikami produkcji znaleźli się także organizatorzy festiwali, dystrybutorzy i prowadzący kina. Ci ostatni mieli służyć pomocą w ocenie potencjału komercyjnego projektów, jeśli oczywiście wnioskodawcy uznali swoje przedsięwzięcie za ten właśnie typ (filmy o znaczącym potencjale frekwencyjnym). Co za tym idzie, w ocenie projektów z trzech pierwszych, nazwijmy je „misyjnymi”, priorytetów komisje miały wśród swoich członków odpowiednio po jednym reżyserze z każdego rodzaju filmowego, który miał reprezentację wśród zgłoszonych wniosków, jednego producenta i jednego innego specjalistę filmowca, krytyka lub pisarza. Warto przy tej okazji zwrócić uwagę, że w Priorytecie III nie przyjmowano wniosków o dofinansowanie filmów dokumentalnych, uznając, że taka forma – film dokumentalny dla dzieci i młodzieży – nie występuje, a nawet jeśli przyjąć „film oświatowy” jako reprezentanta, to Ustawa o kinematografii nie wspomina o potrzebie realizowania tego gatunku.

Największym problemem w takim składzie komisji były oceny specjalistów jednego rodzaju filmowego stawiane projektom realizowanym w innym. Zwłaszcza dokumentaliści przyznawali się na posiedzeniach grup eksperckich, że nie mają kompetencji do oceny animacji. Nawet jeśli lojalność wobec PISF nie pozwalała mówić im o tym głośno, dość szybko stało się jasne, że wcześniejszy podział miał więcej sensu. By jednak do niego wrócić, trzeba zaprzeczyć potrzebie komunikowania środowisku wspomnianej wyżej polityki programowej, którą PISF wszak mieć powinien, w myśl chociażby Ustawy o kinematografii. Z kolei powoływanie oddzielnych komisji do różnych rodzajów filmowych w każdym z nowych priorytetów byłoby zupełnie nieekonomiczne, na to zaś instytucja publiczna nie mogła sobie pozwolić. Z tych między innymi względów po dwóch latach funkcjonowania tak rozpisanego programu operacyjnego Produkcja filmowa z podziałem na priorytety określające politykę programową PISF powrócono do podziału na etapy produkcji i produkcję rodzajów filmowych (fabuły, animacji i dokumentu). Po-

<sup>13</sup> Zaliczali się do nich odpowiednio reżyserzy filmów (a) fabularnych, (b) dokumentalnych i (c) animowanych.

<sup>14</sup> Dokument z archiwum autora.

zostawiono jednak obowiązek wyboru przez wnioskodawcę podczas aplikowania o dofinansowanie typu filmu (autorski, o tematyce historycznej, dla widowni rodzinnej, o potencjale komercyjnym). Odpowiednie formatowanie ma znaczenie także dla oceny eksperckiej, wyrażanej w skonstruowanej na nowo karcie oceny.

PODZIAŁ GŁOSÓW LIDERÓW OBECNYCH NA POSIEDZENIU W STOSUNKU DO POWYŻSZEGO WYNIKU GŁOSOWANIA:

Imię i nazwisko	Głos Eksperta	Podpis

ZWIĘZŁE UZASADNIENIE REKOMENDACJI KOMISJI II ETAPU (w tym: główne dyspozycje dotyczące ewentualnych poprawek; votum separatum, itp.):

1. DECYZJA DYREKTORA POLSKIEGO INSTYTUTU SZTUKI FILMOWEJ:

dofinansowanie w kwocie	
brak dofinansowania	
inna decyzja	

.....  
Magdalena Sroka  
Dyrektor PISF

2

Fot. 2. Pierwsza strona karty oceny eksperckiej z 2010 roku. Źródło: archiwum autora

Rok 2010 i zmiany priorytetów PISF przyniosły bowiem także zmianę arkużu ocen eksperckich. Został on znacznie uproszczony: zamiast pięciu stron liczył sobie zaledwie jedną (druga była na ewentualne uwagi i podpisy komisji eksperckiej), lecz przede wszystkim – zamiast systemu punktowego<sup>15</sup> wprowadzono zasadę

<sup>15</sup> Marcin Adamczak nazywa go procesem translacji, za którym stoi biurokratyczna racjonalność (2014, s. 69).



kwalifikacji ocenianych projektów według kategorii/skali: wybitny, bardzo dobry, przeciętny i słaby. W informacji przygotowanej na posiedzenie Rady PISF w marcu 2010 roku zawarto dodatkowo takie oto uzasadnienie rzezzonej zmiany:

Obowiązujący ostatnio system punktowy miał swoje zalety, ale też swoje wady, nie zapobiegał takim niedobrym praktykom, jak np. „podciąganie” ocen do progu rekomendacji, nieuzasadnione zawyżanie lub zaniżanie punktacji czy rozbieżności między przyznaną punktacją a pisemnym jej uzasadnieniem, które stawały się pretekstem do odwołań producentów i kierowania projektów do ocen dodatkowych<sup>16</sup>.

Fotografia 2. przedstawia pierwszą stronę ówczesnej, nowej karty oceny. Widać na niej wyraźnie, że wszelkie kategorie, wcześniej stanowiące wzór do weryfikacji jakości scenariusza i całego wniosku, przestały pojawiać się eksplicytnie. Eksperci oświadczyli – przy okazji deklaracji bezstronności – że znają zapisy Ustawy, Rozporządzenia i aktualnego Regulaminu pracy ekspertów, a tym samym dobrze orientują się w rzezonych kategoriach. Karta miała wyrażać ich stanowcze, komisyjne opinie dotyczące wartości artystycznych i rekomendacje dla podejmującego decyzję o dofinansowaniu dyrektora PISF.

Dla środowiska filmowego, zwłaszcza potencjalnych beneficjentów programu Produkcja filmowa w PISF, zmiana karty ocen i widocznych na niej kategorii była też różnicą semantyczną. Zamiast mówić: „mój projekt został oceniony na 60 punktów”, informowano: „mam bardzo dobry projekt”. Pierwsze było hermetycznym oświadczeniem w stylu nowomowy, drugie – zrozumiałym komunikatem na temat jakości scenariusza i przyszłego dzieła.

Solą w oku wnioskodawców pozostawali sami eksperci, wybierani losowo lub arbitralnie wskazywani przez dyrektora Instytutu. Skoro przestano uśredniać oceny, stosować niezrozumiałą punktację i suche kategorie nierzadko nieprzystające do projektu, zwłaszcza o wysokim stopniu oryginalności; skoro zaczęto o sztuce dyskutować na zebraniach komisji i tym samym dbać o możliwie duży obiektywizm ocen; skoro zadbano nawet o jasną komunikację dotyczącą polityki programowej Instytutu (w postaci określenia typów filmów przez PISF wspieranych) – należało ostatecznie rozwiązać problem obecności przypadkowych osób w komisjach eksperckich. W tym celu Polski Instytut Sztuki Filmowej organizował w 2011 roku liczne konsultacje środowiskowe w warszawskim Kinie Kultura przy Krakowskim Przedmieściu 21/23.

## Nadchodzi nowe

Na spotkania dotyczące reformy systemu eksperckiego zapraszane były ważniejsze organizacje filmowe, takie jak Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych, Stowarzyszenie Film 1,2, gildie zrzeszające przedstawicieli zawodów filmowych

<sup>16</sup> Dokument w posiadaniu autora.



w Stowarzyszeniu Filmowców Polskich czy świeżo utworzona formacja o nazwie Filmowi Reżyserzy i Producenci Polscy (FRiPP)<sup>17</sup>. Konsultacje były jednak otwarte i przyjąć, posłuchać, wypowiedzieć się mógł każdy, niemal z ulicy. Ponadto spotkania te były nagrywane i prezentowane na kanale YouTube oraz na stronie internetowej instytutu. Prezentacja, w której dyrektorka PISF przedstawiała pomysły na ulepszenie systemu także zamieszczana była na stronie pisf.pl, tak by każdy mógł ją dokładnie przestudiować. Na adres mailowy oddelegowanego pracownika PISF kierowane były uwagi, które następnie Instytut rozważał, wprowadzając poprawki lub odrzucając proponowane sugestie.

Intencja przyświecająca tym działaniom była od początku jasna: stworzenie systemu ewaluacji opartego na zaufaniu, w pełni przejrzystego i jawnego. Agnieszka Odorowicz, przez lata nazywana – czy to z podziwem, czy z odrazą – carycą polskiej kinematografii<sup>18</sup>, postanowiła „podzielić się władzą”. Stąd od początku propagowała pomysł, że decyzje o dofinansowaniu projektów będzie podejmowała nie tyle w oparciu o opinie ekspertów, co w ścisłej z nimi współpracy. Aby mogło do niej dojść, decydenci powinni mieć możliwość spotkania się z dyrektorem Instytutu oraz pełnię wiedzy na temat projektów i wnioskodawców, nie tylko tę wynikającą z załączonych do wniosku dokumentów. Chodziło także o informacje dotyczące długofalowej współpracy producenta z PISF, rzetelności i terminowości rozliczeń finansowych, zwrotów dotacji czy pożyczek itp. Dodatkowo, obok omawianych tu ekspertyz mających wyłonić przede wszystkim projekty najlepsze pod względem artystycznym, instytut zatrudnił ekspertów ekonomicznych, którzy już od 2011 roku weryfikowali dokumenty finansowe stanowiące załączniki do aplikacji o dofinansowanie produkcji filmowej. Ich ekspertyzy miały być jawne dla ekspertów współdecydujących z dyrektorem o wsparciu bądź odrzuceniu projektu. A zatem uznawana za tajną wiedza dyrektora Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej miała w nowym systemie stać się jawną przynajmniej dla tych przedstawicieli środowiska filmowego, którzy zostaną mianowani ekspertami.

Podczas jednego z pierwszych spotkań w ramach konsultacji Marek Hendrykowski, profesor-filmoznawca z Poznania, zgłosił postulat, by ocenianie wniosków produkcyjnych było dwuetapowe. W pierwszym etapie komisje miały odsiewać ziarno od plew, czyli wybierać tylko najlepsze projekty, które następnie wszyscy eksperci oceniający dany rodzaj filmowy mieli rozważać do dofinansowania, biorąc pod uwagę możliwości PISF. Jawna stawała się też zatem wiedza o ilości pieniędzy, którymi w danym roku instytut zarządzał. Dwuetapowość została stosunkowo

<sup>17</sup> W jej skład wchodził filmowcy pełniący funkcję producenta swoich własnych filmów reżyserskich, bez względu na formę działalności firmy, którą reprezentowali na przykład Dariusz Jabłoński, reżyser między innymi *Wina truskawkowego* (2007, premiera 2009) wyprodukowanego przez Apple Film Production Sp. z o.o., której jest prezesem zarządu, lecz także Paweł Łoziński (między innymi *Chemia*, 2009) prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą Paweł Łoziński Produkcja Filmów.

<sup>18</sup> Ta etykieta ciągnęła się za Odorowicz całymi latami. Prawicowy tygodnik „wSieci” pod koniec jej drugiej kadencji dyrektorki PISF zapytywał: *Czy caryca kina Agnieszka Odorowicz przeniesie swoje imperium do Telewizji Polskiej?* Por. <http://wpolityce.pl/media/230042-wsieci-czy-caryca-kina-agnieszka-odorowicz-przeniesie-swoje-imperium-do-telewizji-polskiej> (dostęp: 11.11.2016).

wcześniej przyjęta przez środowisko jako dobry pomysł. FRiPP zgłosił dodatkowy postulat o kadencyjności komisji eksperckich, które nie byłyby wybierane na każdą sesję naboru wniosków, lecz pracowały przez rok bez możliwości powtarzania kadencji w roku następnym. Jako że eksperci wywodzą się ze środowiska filmowego, a więc oceniają de facto swoich kolegów, kadencyjność miała na celu uwrażliwić ich na fakt, że za chwilę sami będą ocenie podlegać. Pomysł wydawał się o tyle logiczny, że przecież Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego mianuje ekspertów właśnie na rok. Takie niezmienną się komisje miałyby lepszy wgląd w całość propozycji produkcyjnej, a wielość komisji (początkowo dla produkcji filmów fabularnych proponowano pięć, ostatecznie stanęło na sześciu), dawała większą pewność, że naprawdę wartościowe projekty nie zostaną przegapione. Dodatkowo zapoznanie się z tymi najlepszymi, twórcza dyskusja i świadomość możliwości finansowych gwarantowały, że wsparcie otrzymają te naprawdę rokujące. Skończy się uśrednianie ocen oraz arbitralność decyzji w PISF.

Jako że komisji dla danego rodzaju miało być kilka, a w każdej zasiadać pięcioro ekspertów, powyższy plan przewidywał, że w drugim etapie oceny wnioski czytane będą przez kilkunastu, a nawet kilkudziesięciu specjalistów. Mogło to stanowić problem logistyczny – jak zebrać wszystkich w jednym miejscu o dogodnym czasie. Pamiętać bowiem trzeba, że PISF ma ustawowo 90 dni od zamknięcia naboru wniosków na wydanie decyzji dotyczących dofinansowania. Problem pomogli rozwiązać przedstawiciele Stowarzyszenia Film 1,2, który zaproponowali, by każdą komisją kierował „lider” i to on uczestniczył w drugim etapie oceny. Skoro system miał opierać się na zaufaniu, taka osoba winna być wcześniej (czyli przed powołaniem przez ministra) zatwierdzona przez środowisko. Oczywiście liderzy jako osoby zaufania publicznego mieli być rekrutowani spośród uznanych reżyserów, autoritetów. By mogli pracować w sprzyjającej atmosferze, sami powinni też móc dobrać sobie pracowników. Również i ten postulat zadziwiająco łatwo znalazł uznanie. Pierwszymi zaproponowanymi liderami komisji oceniających projekty fabularne na etapie produkcji byli Agnieszka Holland, Andrzej Jakimowski, Dorota Kędzierzawska, Wojciech Marczewski, Małgorzata Szumowska i Janusz Zaorski. W wyniku dyskusji w ramach konsultacji społecznych pierwszy skład liderów stworzyli jednak obok Holland, Jakimowskiego, Kędzierzawskiej i Szumowskiej – Filip Bajon i Maciej Wojtyzsko<sup>19</sup>.

Może rodzić się w tym miejscu słuszne pytanie, jak opisany system ma się do obowiązku mianowania ekspertów przez ministra oraz ich losowania lub wybierania przez dyrektora PISF do oceny projektów. W pierwszym wypadku Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego dostaje propozycję z instytutu z nazwiskami odpowiednich specjalistów. Mogli się zatem znaleźć na niej przede wszystkim ci,

<sup>19</sup> W 2013 roku liderami programu Produkcja filmowa zostali: Urszula Antoniak, Leszek Dawid, Waldemar Krzystek, Janusz Majewski, Paweł Pawlikowski, Janusz Zaorski. W 2014 roku: Sylwester Chęciński, Sławomir Fabicki, Robert Gliński, Anna Kazejak, Jerzy Skolimowski, Jerzy Stuhr. W 2015 roku: Agnieszka Holland, Jan Komasa, Juliusz Machulski, Michał Rosa, Wojciech Smarzowski, Xawery Żuławski. Dwa ostatnie lata por. [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl) w zakładce „Dotacje/ Dofinansowane projekty”.

których środowisko filmowe zaakceptuje (liderzy) oraz wskazani przez nich pozostali członkowie komisji pierwszego etapu oceny. Jeśli minister zgodzi się tak stworzoną listę podpisać, mianowanie będzie formalnym faktem, a zatem obowiązek ustawowy zostanie zrealizowany. Na podobnej formalnej zasadzie po mianowaniu dyrektor PISF zatwierdza komisje stałe, których członkowie na ministerialnej liście wszak się znajdują. Ustawa nie zostaje złamana.

Wspomniane Stowarzyszenie Film 1,2 miało jeszcze jeden postulat, na tyle odważny i rewolucyjny, że początkowo nie znalazł poparcia ani w PISF, ani w szeregach przedstawicieli środowiska filmowego. Proponowano, by wybór komisji oceniającej należał do wnioskującego o dofinansowanie. Wczesne oburzenie na – nie przemyślając – bezczelność i roszczeniowość do sprawowania władzy z czasem uległo jednak osłabieniu. Jednym z powodów reformy systemu eksperckiego był wszak problem z licznymi odwołaniami od negatywnej decyzji o dofinansowaniu wynikłej ze zbyt surowej opinii ekspertów. Argumentacje autorów i wnioskodawców tłumaczące, dlaczego w ich mniemaniu dany ekspert ocenił projekt negatywnie, były na tyle labilne (bo ekspert jest za stary, bo za młody, bo nie rozumie wrażliwości twórczej, bo jest zazdrosny o wrażliwość twórczą), że oddanie decyzji odnośnie do wyboru oceniającego stało się wielce atrakcyjne. Jeśli bowiem to producent decyduje, znajdując wśród liderów osobę najbardziej odpowiednią do oceny jego projektu, tym samym nie może mieć pretensji o przypadkowość oceny i oskarżać eksperta czy PISF o niezrozumienie swojego scenariusza. Może mieć pretensje ewentualnie sam do siebie. Ostatecznie zatem i ten postulat został zrealizowany. Od 2012 roku obowiązuje więc system stworzony przez środowisko filmowe i bardzo mu przychylny. Dwuetapowość oceny i postaci liderów komisji współdecydujących z dyrektorem PISF o finansowaniu są wyraźnymi znakami demokratyzowania się nie tylko procesu przyznawania dotacji, ale ogólnego funkcjonowania Instytutu.

## System ewaluacji 2012–2016

Obecnie nabór wniosków dotyczących produkcji filmów fabularnych w programie operacyjnym Produkcja filmowa wygląda następująco. Producent musi zarejestrować się i wypełnić formularz elektroniczny na stronie <https://wnioski.pisf.pl/>, następnie wydrukować go, załączyć wymagane dokumenty i wraz z kilkoma kopiami zanieść do siedziby Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. W rzeczonym formularzu już na pierwszej stronie dokonuje wyboru lidera komisji eksperckiej na listach pierwszego i drugiego wyboru<sup>20</sup>. Musi podać dwa nazwiska spośród wska-

<sup>20</sup> Na obu są te same nazwiska sześciu liderów. Obecnie są to: Ryszard Bugajski, Mariusz Grzegorzek, Jan Jakub Kolski, Alessandro Leone, Wojciech Nowak, Magdalena Piekorz. Leone i Nowak znaleźli się na tej liście w wyniku bezprecedensowej arbitralnej decyzji nowego Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego Piotra Glińskiego. Zakwestionował on propozycję Instytutu i powołał na liderów uznanych przez siebie twórców. Odpowiedź środowiska była dość stanowcza: na pierwszej sesji naboru wniosków nikt nie wybrał tych ekspertów do oceny. Przyszłość pokaże, jak minister będzie próbował wpływać na kształt decyzji PISF poprzez system ekspercki.

zanych, gdyż w Regulaminie pracy ekspertów od 2012 roku widnieje zapis, że jedna komisja nie ocenia więcej niż dwunastu projektów. Gdy zatem pula lidera pierwszego wyboru jest zapelniona, projekt wędruje do komisji drugiego wyboru. Jeśli i w tej nie ma miejsca, producent musi zdecydować, czy przekazuje swój projekt do pierwszej wolnej komisji, czy też składa projekt do następnej sesji (po około czterech miesiącach). Wówczas ma pewność, że trafi on do odpowiedniego, wybranego lidera.

Komisje pierwszego etapu zwane komisjami stałymi składają się z trzech osób (do 2013 włącznie było ich pięć, obecnie lider dobiera sobie tylko dwóch współpracowników). Posiedzenia i rozmowy na temat projektów mają zazwyczaj miejsce w siedzibie PISF, organizowane są w dogodnym dla ekspertów terminie. Gdy część komisji wyda swoje rekomendacje, projekty skierowane do drugiego etapu oceny rozsyłane są do wszystkich sześciorga liderów. W tym momencie zaczyna się rzeczony drugi etap, zwieńczony spotkaniem z dyrektorem PISF i wydaniem decyzji o dofinansowaniu. Oczywiście część projektów, odrzuconych przez liderów w pierwszym etapie, otrzymuje niemal automatycznie decyzję negatywną. Na stronach Instytutu czytamy, że to „liderzy komisji eksperckich decydują o przyznaniu 80% środków finansowych w każdej sesji”<sup>21</sup>, lecz trzeba jasno powiedzieć, że wszelkie decyzje wydawane są przez dyrektora, bo to jego upoważnia do tego Ustawa o kinematografii. Informacje ze strony internetowej są PR-em, częścią demokratyzacji systemu eksperckiego. Żadne decyzje ekspertów bez podpisu dyrektora PISF nie mają mocy.

Pierwszy etap oceny kończy się wypełnieniem karty oceny, bardzo podobnej do tej z fotografii 2., z drobną różnicą w rekomendacjach, które obecnie brzmią: „W wyniku dyskusji i głosowania eksperci oceniający projekt postanowili rekomendować go dyrektorowi PISF: do dofinansowania (tzn. skierowania do drugiego etapu oceny eksperckiej), poprawek, odrzucenia”. Jeden z ekspertów komisji stałej po obradach sporządza „pismemne uzasadnienie przyznanej kategorii w formie recenzji, stanowiącej podsumowanie opinii ekspertów [...]”. Karta Oceny Eksperckiej wraz z recenzją są udostępniane w siedzibie PISF na życzenie wnioskodawcy”<sup>22</sup>. Jeśli komisja wybierze kategorię „do poprawek”, powinna wyraźnie wskazać, jakiego rodzaju zmian w tekście scenariusza sobie życzy. Wnioskujący i autorzy projektu wprowadzają poprawki pod opieką istniejącego od 2012 roku Działu Literackiego PISF, który sprawdza zakres i zasadność naniesionych poprawek. Gdy poprawiony projekt uzyska akceptację Działu Literackiego, trafia do ponownej oceny tej samej komisji lub od razu do komisji liderów w drugim etapie oceny. Ten drugi przypadek ma miejsce zwłaszcza wówczas, gdy ze względu na przełom roku komisja stała zalecająca poprawki uległa rozwiązaniu.

<sup>21</sup> <http://www.pisf.pl/instytut/infografika/kto-pryzyznaje-dofinansowania-na-produkcje-filmowa-w-pisf> (dostęp: 11.11.2016).

<sup>22</sup> Artykuł 17 *Regulaminu pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, sesje 1-3/2015*. [http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po\\_2015/po\\_produkcja\\_filmowa/regulamin\\_pracy\\_ekspertow\\_dla\\_po\\_produkcja\\_filmowa\\_2015.pdf](http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po_2015/po_produkcja_filmowa/regulamin_pracy_ekspertow_dla_po_produkcja_filmowa_2015.pdf) (dostęp: 11.11.2016).

Z kolei liderzy w drugim etapie oceny mają do wyboru następujące rekomendacje: do dofinansowania, do rozpatrzenia w drugim etapie następnej sesji lub do odrzucenia. W drugim przypadku powodem może być niewystarczająca pula

PODZIAŁ GŁOSÓW LIDERÓW OBECNYCH NA POSIEDZENIU W STOSUNKU DO POWYŻSZEGO WYNIKU GŁOSOWANIA:

Imię i nazwisko	Głos Eksperta	Podpis

ZWIĘZŁE UZASADNIENIE REKOMENDACJI KOMISJI II ETAPU (w tym: główne dyspozycje dotyczące ewentualnych poprawek; votum separatum, itp.):

1. DECYZJA DYREKTORA POLSKIEGO INSTYTUTU SZTUKI FILMOWEJ:

dofinansowanie w kwocie	
brak dofinansowania	
inna decyzja	

.....  
Magdalena Sroka  
Dyrektor PISF

2

Fot. 3. Druga strona karty oceny drugiego etapu ewaluacji w PISF w 2016 roku.  
Źródło: archiwum autora

środków do wydania na sesję przy zbyt wielu projektach rekomendowanych. By udowodnić, jak bardzo możliwa jest taka sytuacja, wystarczy proste działanie matematyczne. W 2016 roku PISF przewidział na dofinansowanie produkcji filmów fabularnych około 60 milionów złotych, co oznacza, że w sesji można rozdać 20 milionów. Z tego eksperci dysponują 80%, czyli mają 16 milionów. Sześć komisji stałych ma możliwość rekomendować do drugiego etapu po dwa projekty, czyli łącznie 12. Nawet jeśli przyjmujemy, że dwa z nich nie znajdą poparcia wszystkich, pozostaje 10 projektów do dofinansowania. Wnioskujący niezwykle rzadko aplikują o kwotę mniejszą niż dwa miliony złotych. Przy 10 projektach daje to 20 mi-

lionów. Stąd wniosek, że niemal zawsze będą projekty przesuwane do rozpatrzenia w następnej sesji, z nadzieją, że „pieniądze się znajdą”, wszak ktoś może zwrócić dotację, mogą się zwiększyć przychody Instytutu itp.

Fotografia 3. przedstawia drugą stronę karty oceny drugiego etapu. Widać, że podpisy liderów i ich decyzje nie są tożsame z decyzją dyrektora PISF.

Od 2012 roku w systemie eksperckim nie wprowadzono zasadniczych zmian, lecz drobne modyfikacje czy udogodnienia. W 2014 roku zmniejszono liczbę członków komisji stałych z pięciu do trzech osób oraz wprowadzono możliwość wnioskowania o dodatkową ekspertyzę projektu „pod kątem oceny potencjału produkcyjnego, ekonomicznego, dystrybucyjnego, promocyjnego, festiwalowego, walorów edukacyjnych (w przypadku filmów dla dzieci), itp.”<sup>23</sup>. Taka ekspertyza jest oczywiście dodatkowo płatna, a lider ma na ten cel do dyspozycji w roku 5 000 złotych.

Od 2016 roku posiedzenia komisji drugiego etapu są zaś dwudniowe:

- Pierwszego dnia odbywa się prezentacja wszystkich projektów zgłoszonych do II etapu, z udziałem liderów, wnioskodawców i Dyrektora PISF. W prezentacji obligatoryjnie uczestniczy producent i reżyser filmu, a w przypadku debiutów również opiekun artystyczny.
- Drugiego dnia odbywa się posiedzenie Dyrektora PISF z liderami komisji, podczas którego omawiane są poszczególne projekty i podejmowane decyzje dotyczące ich dofinansowania<sup>24</sup>.

Zmiany, które wprowadzono w 2012 roku, wskazują, jak zmienia się rola Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rynku polskiej kinematografii, a w zasadzie – jak sam PISF zmienia swoją rolę. Działając jako dysponent dużych kwot, w początkach swego istnienia był właściwie usługodawcą beneficjentów. Ekspertyzy – anonimowe i losowe – także przede wszystkim służyły wydawaniu pieniędzy. Oddając ekspertom decyzje odnośnie do tego, czy projekt nazwany autorskim rzeczywiście spełnia wymogi „autorskości”, a historyczny „historyczności” (por. kartę oceny na fotografii 2.), Instytut określił i umocnił swoją **politykę programową**. Zdefiniowana za pomocą typów filmów – autorskie, o tematyce historycznej, dla młodego widza i widowni familijnej oraz o znaczącym potencjale frekwencyjnym – informuje beneficjentów o tym, jakie produkcje są w PISF mile widziane i dla czego. Z kolei reforma systemu eksperckiego oraz powołanie Działu Literackiego w 2012 roku uczyniła z PISF rodzaj „zbiorowego redaktora” czy script doctora projektów wnioskujących o dofinansowanie. Poprzez demokratyzowanie zasad oceny i oferty pomocy dla wnioskodawców (na przykład przy poprawianiu scenariusza) instytut stał się nie tylko ważnym, lecz także **czynnym graczem** na rynku, faktycznie wpływającym na to, co jest produkowane w Polsce i prezentowane widzom.

<sup>23</sup> Artykuł 16 Regulaminu pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, sesje 1-3/2014.

<sup>24</sup> Artykuł 25 Regulaminu pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, 2016. [http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po\\_2016/po\\_produkcja\\_filmowa/Regulamin\\_pracy\\_ekspertow\\_w\\_Programie\\_Operacyjnym\\_Produkcja\\_filmowa\\_PISF\\_2016.pdf](http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po_2016/po_produkcja_filmowa/Regulamin_pracy_ekspertow_w_Programie_Operacyjnym_Produkcja_filmowa_PISF_2016.pdf) (dostęp: 11.11.2016).



## Bibliografia

- Adamczak, M. (2014). *Obok obrazu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Odorowicz, A. (2009). *Komercja napędza polskie kino*. Rozmawiał Paweł T. Felis. „Gazeta Wyborcza”, nr 80.
- Polski Instytut Sztuki Filmowej. [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl). Programy Operacyjne Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rok 2006, Polski Instytut Sztuki Filmowej, 2006.
- Programy Operacyjne na rok 2010, Polski Instytut Sztuki Filmowej, 2010.
- Zarządzenie Nr 10 Dyrektora Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej z dnia 20 lutego 2006 r.
- Regulamin pracy ekspertów dla PO Rozwój projektu i PO Produkcja filmowa, 2006.
- Regulamin pracy i wynagradzania ekspertów Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej dla Programu Operacyjnego „Rozwój projektu” i Programu Operacyjnego „Produkcja filmowa”, 2009.
- Regulamin pracy ekspertów Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej dla Programu Operacyjnego „Produkcja filmowa”, 2010.
- Regulamin pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, 2012.
- Regulamin pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, sesje 1-3/2014, 2014.
- Regulamin pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, sesje 1-3/2015, 2015. [http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po\\_2015/po\\_produkcja\\_filmowa/regulamin\\_pracy\\_ekspertow\\_dla\\_po\\_produkcja\\_filmowa\\_2015.pdf](http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po_2015/po_produkcja_filmowa/regulamin_pracy_ekspertow_dla_po_produkcja_filmowa_2015.pdf).
- Regulamin pracy ekspertów dla PO Produkcja filmowa, 2016. [http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po\\_2016/po\\_produkcja\\_filmowa/Regulamin\\_pracy\\_ekspertow\\_w\\_Programie\\_Operacyjnym\\_Produkcja\\_filmowa\\_PISF\\_2016.pdf](http://www.pisf.pl/files/dokumenty/po_2016/po_produkcja_filmowa/Regulamin_pracy_ekspertow_w_Programie_Operacyjnym_Produkcja_filmowa_PISF_2016.pdf).
- Rozporządzenia Ministra Kultury z dnia 27 października 2005 r. w sprawie udzielania przez Polski Instytut Sztuki Filmowej dofinansowania przedsięwzięć z zakresu kinematografii, Dz. U. z 2005 r. Nr 219, poz. 1870, z późn. zm.
- Ustawa z 30 czerwca 2005 roku o kinematografii, Dz. U. z 2005 r. Nr 132, poz. 1111.
- Zabłocki, M. J. (2010). *Nowe programy PISF*. „Magazyn FilmPro”, nr 1.
- Zuchora, A. (2010). *Więcej sztuki w instytucie*. „Przekrój”, nr 21.

### Evaluation of the Application for Operational Programme “Film Production” at the Polish Film Institute

The article discusses changes in methods of evaluation of the application for Operational Programme named Film Production at the Polish Film Institute. In the beginning of its founding (2006), the Institute’s experts (specialists from the Polish film industry) were selected randomly. They were giving their opinions about film projects anonymously and independently from each other. Several meaningful changes were implemented over 10 years – like requirement for the experts to meet and negotiate their common opinion – changed the landscape of the Polish Cinema. The Polish Film Institute established The Script Development Department and at the same time has allowed the applicants (film producers and screenwriters) to choose the experts to evaluate their projects. These changes show how PFI influences the film industry by letting the experts make decisions and becoming the real advisor for producers and artists.

# Krzysztof Kornacki

Uniwersytet Gdański

## Milanówek – ziemia obiecana dla historyków? O podwarszawskim archiwum kina polskiego

Od razu odnieśmy się do zadanego w tytule pytania. Otóż każdy historyk ma swoją ziemię obiecaną – wszystko zależy od problemu badawczego, który sobie stawia. Zgodnie zresztą z oczywistą dyrektywą metodologiczną nauk historycznych, która głosi, że „ze źródeł uzyskujemy informacje poprzez zadawanie źródłom pytań” (Topolski, 1998, s. 37). Zbiór dokumentów, który jednym wyda się marginalny i niepotrzebny, dla innych może być kopalnią złota.

Poniższy opis dotyczy zbiorów archiwalnych zgromadzonych w Archiwum Państwowym Dokumentacji Osobowej i Płacowej w Milanówku (które jest filią Archiwum Państwowego w Warszawie). Nazwa archiwum jest na tyle enigmatyczna, że trudno byłoby zgadnąć, że to właśnie tam znajduje się wiele akt związanych z produkcją filmów i organizacją kina polskiego, przy czym daty graniczne to z jednej strony 1956 rok (w przypadku niektórych protokołów ciał kolegialnych), z drugiej – 2009 rok (daty dokumentów likwidujących wybrane instytucje w zmienionej sytuacji prawnej polskiego kina po 2005 roku). W Milanówku znajdują się także materiały dotyczące importu filmów (głównie) oraz eksportu i koprodukcji (w dużo mniejszym stopniu) z okresu PRL-u.

Dokumenty zgromadzone w opisywanym archiwum dotyczą, po pierwsze, okresu Polski Ludowej, po drugie – III RP (instytucjonalną cezurą jest tu powołanie Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej). Dokumentacja produkcyjna powstała w PRL-u dotyczy filmów fabularnych (realizowanych dla kin, ale także tych stworzonych przez kinematografię na zlecenie telewizji), a archiwa powstałe po 1989 roku odnoszą się także – ze względu na zmienioną formę finansowania rodzimej kinematografii – do filmów dokumentalnych, animowanych i (w mniejszym stopniu) oświatowych.

## Archiwalia z okresu PRL-u

Warto przypomnieć na początek, kto odpowiadał za produkcję filmów fabularnych w okresie Polski Ludowej. Wpływ miało kilka instytucjonalnych podmiotów (można też użyć określenia Edwarda Zajička: „podsystemy realizacji filmów” [Zajiček, 1983, s. 40]), z tym zastrzeżeniem, że kategoria ta nie będzie ograniczona do podmiotów ekonomicznych i kulturalnych, ale uwzględni także instytucje przynależne do sfery polityki – jak partia czy cenzura). Najogólniej rzecz biorąc, za produkcję polskich filmów fabularnych (dlaczego? po co? co? ile? jak?) odpowiadały:

- władze PZPR (od najwyższych funkcjonariuszy partyjnych, przez odpowiednie ciała kolegialne, aż do odpowiednich wydziałów i komisji);
- administracja rządowa (w okresie, który uwzględniają milanowskie akta, był nią Naczelny Zarząd Kinematografii, czyli autonomiczna część Ministerstwa Kultury i Sztuki);
- przedsiębiorstwo zrzeszające zespoły filmowe (i same zespoły filmowe);
- wytwórnie filmowe.

Za oddzielny podsystem można uznać telewizję, która od lat sześćdziesiątych realizowała filmy telewizyjne siłami kinematografii; i choć do lat siedemdziesiątych posiadała częściowo niezależne moce produkcyjne (wytwórnia Poltel), wciąż jednak korzystała z pomocy kinematografii (choćby kadrowej). Telewizja tworzyła oczywiście niezależny system, na który – podobnie jak w przypadku kinematografii – wpływ miała administracja partyjna i rządowa (Komitet ds. Radia i Telewizji) oraz moce przerobowe wspomnianej wytwórni filmów telewizyjnych (i jej lokalnych oddziałów). Do wymienionych podmiotów/podsystemów można by ostrożnie dodać – jeśli się zgodzimy z ustaleniami Aliny Madej (1993, s. 137-154) – instytucjonalną cenzurę (GUKPPiW), która – choć zależna głównie od wytycznych partyjnych – mogła prowadzić niezależną grę polityczną.

Wszystkie z tych podmiotów/podsystemów pozostawiły po sobie dokumentację aktową, choć nie zawsze pełną. Dokumenty centralnych władz PZPR (w tym wydziałów odpowiedzialnych za politykę kulturalną i kino) znaleźć można w Archiwum Akt Nowych; w tej samej instytucji znajdują się akta cenzury (do których jednak od pewnego czasu dostęp jest utrudniony). Dokumentacja tworzona przez odpowiednie departamenty Naczelnego Zarządu Kinematografii dostępna jest w trzech miejscach – w Archiwum Akt Nowych, w archiwum Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz w archiwum FilMOTEKI Narodowej (w tym ostatnim głównie protokoły komisji ocen scenariuszy i komisji kołaudacyjnych). Z kolei akta poszczególnych wytwórni filmowych znajdują się w regionalnych archiwach państwowych (we Wrocławiu, Łodzi, a warszawskiej wytwórni – w Narodowym Archiwum Cyfrowym).

Materiały literackie tworzone w ramach przedsiębiorstwa zrzeszającego zespoły filmowe (czyli instytucję pełniącą przez zdecydowaną większość okresu PRL-u funkcje produkcyjne) dostępne są w FilMOTECE Narodowej (scenariusze, nowele filmowe, scenopisy, listy montażowe czy dialogowe; część z materiałów etapu opracowania literackiego znajduje się także w Muzeum Kinematografii). W FilMOTECE Narodowej znaleźć można także projekty scenograficzne i stosunkowo niewielką liczbę dokumentacji produkcyjnych pozostawionych przez zespoły filmowe. Najbogatsza dokumentacja ekonomiczno-produkcyjna zespołów filmowych znajduje się zaś w Milanówku.

Oczywiście ze względu na fakt, iż wspomniane podsystemy działały we wzajemnym sprzężeniu, w archiwaliach jednego podmiotu odnaleźć można informacje o funkcjonowaniu innego. W zbiorach Naczelnego Zarządu Kinematografii (zdeponowanych w Archiwum Akt Nowych) znajdują się dokumenty, które dają wgląd w stan całej kinematografii (w tym funkcjonowanie zespołów filmowych i wytwórni), co jest zrozumiałe ze względu na status NZK jako instytucji administrującej i nadzorującej kinematografię (taki zresztą oceniający charakter ma większość dokumentów powstałych w NZK). W Milanówku (w archiwaliach z okresu Polski Ludowej) w dokumentacji związanej z działalnością zespołów filmowych pokazaną liczbę akt zajmują informacje o współpracy z wytwórniami filmowymi oraz – głównie w materiałach ciał kolegialnych, czyli protokołach z wszelkiego rodzaju zebrań i porad – o funkcjonowaniu Naczelnego Zarządu Kinematografii. Słowem – jeśli któryś z badaczy chciałby napisać na przykład kompetentną monografię wytwórni filmowej (lub filmowych), nie mógłby ominąć nie tylko akt NZK, ale także milanowskiego archiwum. Zresztą, patrząc na sprawę z przymrużeniem oka, przynajmniej pod względem turystyczno-krajoznawczym Milanówek warto odwiedzić, dorównuje on bowiem nadziejom związanym z określeniem „ziemia obiecana” – to urokliwe, wchodzące w skład aglomeracji warszawskiej „miasto ogród” z pięknymi willami ukrytymi wśród zieleni.

### **Zespoły filmowe jako kluczowy podsystem produkcji filmów w okresie PRL-u**

Jakie zbiory akt znaleźć można w Milanówku? Po pierwsze, jak łatwo się domyśleć z poprzednich akapitów, są tu dokumenty przedsiębiorstwa zarządzającego zespołami filmowymi (w różnych, chronologicznie zmiennych formułach prawno-organizacyjnych: Przedsiębiorstwo Państwowe „Zespoły Autorów Filmowych”, Przedsiębiorstwo Państwowe „Zjednoczone Zespoły Realizatorów Filmowych”, Przedsiębiorstwo Realizatorów Filmowych „Zespoły Filmowe” oraz Zespoły Polskich Producentów Filmowych). Materiały te można generalnie podzielić na: a) dokumentację ekonomiczną, b) dokumenty ciał kolegialnych (zarządzających przedsiębiorstwem i doradczych), c) dokumenty prawne, d) dokumenty konkretnych zespołów filmowych (między innymi takich jak Kadr, Kamera, Tor, X itp.) oraz e) inne dokumenty.

W tym pierwszym przypadku mamy do czynienia z dokumentami o ograniczonej wartości źródłowej<sup>1</sup>. Wprawdzie, jak wcześniej pisałem, każde źródło może być potencjalnie atrakcyjne dla badaczy, ale analiza dokumentacji ekonomicznej wyprodukowanej przez instytucje PRL-u niewiele wnosi do obrazu kina tego okresu. Jak wiadomo, w ramach gospodarki socjalistycznej problem realizacji planu i opłacalności kinematografii był – generalnie rzecz biorąc – problemem pozornym (jak cała ekonomia socjalizmu). Kinematografia okresu PRL-u była permanentnie zadłużona (jak pisał Edward Zajiček [1983b]) i choć podejmowane były działania mające zwiększyć rentowność kina, to nie przynosiły one efektów. Nie zmienia to faktu, że pod koniec PRL-u, w sytuacji głębokiej zapaści ekonomicznej państwa i kinematografii, powstawało rocznie niemal 50 filmów kinowych, z których większości prawie nikt nie oglądał. Jak pisał Marcin Adamczak: „Nie-spotykana we wcześniejszym kinie II RP i późniejszym III RP swoboda budżetowa warunkowana była przez prymat sfery ideologicznej nad rynkową i ekonomiczną w dziedzinie kultury, w sferze kinematografii skutkującej swego rodzaju «odwróconą ekonomią»” (Adamczak, 2012, s. 180). Koncentrowanie się w tym kontekście na przykład na kwestii zbiorczego planu i globalnego bilansu kinematografii (i ich pochodnych) byłoby działaniem poznawczo jałowym. Jedynie ewentualny monografista zespołów filmowych (poszczególnych i *en bloc*) mógłby być zainteresowany ich bilansami ekonomicznymi. Najciekawszymi archiwaliami z tej grupy wydają się tak zwane kartoteki wieczne, czyli dane box office’u polskich filmów w układzie narastającym – od premiery przez kolejne lata (z podziałem na liczbę seansów, widzów i wpływy). Wprawdzie podobne dane odnaleźć można także w odpowiednich zespołach akt Naczelnego Zarządu Kinematografii w Archiwum Akt Nowych, ale te z Milanówka – przez swój sekwencyjny charakter – wydają się bardziej szczegółowe.

Pozostajmy na gruncie archiwów przedsiębiorstw(a) zespołów filmowych – w tej grupie akt znaleźć można pokaźną liczbę protokołów i stenogramów (posiedzeń zarządów, rad artystyczno-produkcyjnych, rad pracowniczych itp.). Z dialogów pomiędzy uczestnikami tych zebrań wyłania się stan kinematografii na dany moment. Kierownicy zespołów filmowych prezentują podczas tych narad twarz menedżerów odpowiedzialnych za stan polskiego kina, dyskutują o wszystkich kwestiach, które mogłyby zoptymalizować produkcję filmową. Wprawdzie o kulisach funkcjonowania pionu produkcyjnego pisał już w swoich tekstach Edward Zajiček, ale zgromadzone w Milanówku dokumenty są świetnym punktem wyjścia do zaprezentowania ewolucji systemu produkcji i historycznego pogląbia

<sup>1</sup> W tej grupie dokumentów znaleźć można takie opracowania jak: plany techniczno-ekonomiczne kolejnych przedsiębiorstw zarządzających zespołami filmowymi; sprawozdania z działalności gospodarczej za kolejne lata; sprawozdania kwartalne z wykonania planu produkcji; bilanse przedsiębiorstwa zespołów filmowych za kolejne lata; protokoły z narad dotyczących dyscypliny płacy i pracy; projekty planów techniczno-ekonomicznych; sprawozdania z działalności przedsiębiorstwa; plany techniczno-ekonomiczne (za kolejne lata); sprawozdania kwartalne z wykonania planu; sprawozdania z działalności gospodarczej, a także bilanse poszczególnych zespołów filmowych.

prac autora. To także kanoniczne materiały dla badaczy, którzy chcieliby rzetelnie zbadać historię zespołów filmowych czy uzupełnić biografie lub monografie wybranych reżyserów (głównie kierowników artystycznych zespołów) o aspekt pracy menedżerskiej. To w końcu także niezastąpiona baza do stworzenia prawdziwych monografii najważniejszych kierowników produkcji kina polskiego.

Osobną partię w archiwaliach przedsiębiorstw zespołów filmowych stanowią różnego rodzaju akty normatywne: dokumenty powołujące zespoły filmowe, statuty i regulaminy (uwagę zwraca na przykład obszerny „Regulamin Grupy Zdjęciowej Filmu Fabularnego PRF ZF”, wyliczający wszystkie czynności, za jakie odpowiedzialni byli poszczególni członkowie planu filmowego<sup>2</sup>, a także dokumenty określające zakres czynności kierownika artystycznego, literackiego, produkcji), zarządzenia i okólniki dyrekcji, przepisy dotyczące prawnego-organizacyjnej transformacji kinematografii po 1989 roku i inne.

### **Sprawozdania organizacyjno-ekonomiczne filmów realizowanych w okresie PRL-u**

Pozostajemy wciąż w sferze archiwaliów przedsiębiorstw skupiających zespoły filmowe. Szczególnie wartościowe mogą się okazać dla badaczy kina polskiego sprawozdania organizacyjno-ekonomiczne poszczególnych filmów (niestety nie wszystkich). Dotyczą one obrazów realizowanych od 1961 roku (wtedy powstała Komisja Ocen Ekonomicznych Naczelnego Zarządu Kinematografii, której przedkładano rzeczony sprawozdania), co oznacza niestety, że nie mamy dostępu do usystematyzowanych dokumentów produkcyjnych związanych z realizacją filmów z okresu Polskiej Szkoły Filmowej (nie trzeba chyba przekonywać, że to wielka strata dla polskiej historii kina). Jak sama nazwa wskazuje, sprawozdania tworzone były *post factum* (po zakończeniu realizacji danego tytułu), ale zdarzają się w teczkach dokumenty z etapu planowania i zatwierdzania produkcji. Dane te mogą być pomocne w przypadku wszelkiego rodzaju dyskursywnych metod analizy i interpretacji historycznej danego dzieła filmowego (na przykład w duchu nowego historycyzmu [Zwierzchowski, Kornacki, 2014, s. 28-39] czy teorii sieci ANT [Adamczak, 2014] itp.). Trudno sobie wyobrazić, aby mogła dziś powstać kompetentna monografia filmu (a na taką zasługują nawet, zgodnie z zasadnym postulatem Aliny Madej, dzieła przeciętne [1992, s. 49]) bez wykorzystania tego źródła. Można oczywiście stworzyć monografię filmowca (reżysera, operatora, kierownika produkcji, scenografa itp.) bez korzystania z opisywanych

<sup>2</sup> Z zachowaniem kolejności: reżyser, drugi reżyser, asystent reżysera, sekretarz planu, kierownik produkcji, drugi kierownik produkcji, asystent kierownika produkcji, kierownik planu, sekretarz grupy zdjęciowej, administrator, kasjer, operator obrazu, operator kamery, asystent operatora obrazu, fotosista, mistrz oświetlenia, scenograf, kostiumograf, dekorator wnętrz, charakteryzator, drugi scenograf, asystent kostiumografa, asystent charakteryzatora, kierownik budowy dekoracji, rekwizytor, garderobiana, operator dźwięku, asystent operatora dźwięku, montażysta, asystent montażyisty, konsultant muzyczny – Regulamin Grupy Zdjęciowej Filmu Fabularnego PRF ZF, Archiwum Państwowe Dokumentacji Osobowej i Płacowej w Milanówku (dalej APDOiP), zespół Zespoły Polskich Producentów Filmowych (dalej cyt. ZPPF), sygn. 289.



archiwaliów, ale o ileż uboższe (w kontekście słusznych postulatów metodologicznych kultury produkcji) będą takie opracowania (na przykład pośmiertna monografia twórczości Andrzeja Żuławskiego mogłaby uwzględnić jego specyficzną, artystycznie „rozrzutną” metodę pracy na planie filmowym – pomocnym tutaj byłoby choćby sprawozdanie dotyczące *Diabła* [1972], do którego za chwilę się odwołam).

Warto wymienić (dla potencjalnych odwiedzających Milanówek), jakie dokumenty można znaleźć w sprawozdaniu organizacyjno-ekonomicznym filmu. Kierując się przeświadczeniem, że najlepiej przemawia konkret, który da się uogólnić, postanowiłem wybrać jedno z takich opracowań (ze świadomością, że nie wszystkie zgromadzone w Milanówku składają się z pełnego zestawu dokumentów, ale jednocześnie z przekonaniem – wyniesionym ze znajomości kilkudziesięciu takich opracowań – że w większości przypadków mamy do czynienia z podobnymi – choć nie zawsze w tej samej kolejności sklasyfikowanymi – dokumentami; co zresztą zrozumiałe, bo zawartość tych sprawozdań była normatywnie uregulowana).

Uzupełnione przeze mnie podstawowym komentarzem sprawozdanie organizacyjno-ekonomiczne filmu *Diabeł* Andrzeja Żuławskiego<sup>3</sup> wygląda następująco:

## I. Dane ogólne

Tytuł, reżyser, kierownik produkcji, operator obrazu, scenograf, operator dźwięku; długość filmu, koszty, długość okresu realizacji, wskaźniki wydajności, godziny nadliczbowe, życie negatywu.

## II. Wykonanie założeń produkcyjnych

Tutaj we wstępie informacja o: dniu skierowania do produkcji przez szefa kinematografii wraz z warunkami zatwierdzenia; informacja o autorze scenariusza, autorze dialogów i reżyserze, planowanej długości filmu, miejscu realizacji (wytwórni), laboratorium, kierowniku produkcji, operatorze, planowanym limicie kosztów, planowanym terminie zakończenia produkcji oraz ostatecznym szczegółowym kosztorysie (który – po sporządzeniu dokładnego biznesplanu – zwykle odbiegał od planowanego limitu kosztów).

### a. Rodzaj i charakterystyka filmu

W przypadku *Diabła* pojawia się informacja o filmie długometrażowym, barwnym (na taśmie Eastmancolor), w formacie kaszetowym, a także krótkie streszczenie filmu.

### b. Długość filmu

Informacja o długości planowanej i wykonanej (*Diabeł*, choć zrealizowany został zgodnie ze scenopisem, był dłuższy o 530 metrów, co wynikało „z różnicy poszczególnych ujęć i scen, powstałej w trakcie realizacji zdjęć”).

<sup>3</sup> „Sprawozdanie organizacyjno-ekonomiczne filmu *Diabeł*”, APDOiP, ZPPF, sygn. 1120.

### c. Lokalizacja zdjęć

Informacje o lokalizacjach, które mogą być bardzo przydatne w kontekście coraz silniejszych zainteresowań polskiego filmoznawstwa szeroko pojętą turystyką filmową i regionalną historią kina.

### d. Przebieg realizacji filmu w czasie

- Okres przygotowań;
- Okres zdjęciowy;
- Okres montażu i udźwiękowienia;
- Okres prac końcowych.

Wszystkie informacje podane zostały w układzie „planowane–wykonane” wraz z opisem. W przypadku filmu *Diabeł* kierownictwo produkcji tłumaczyło w tym miejscu bardzo duże odstępstwo od planu w okresie zdjęciowym (plan – 90 dni; wykonanie – 148 dni): obok takich przyczyn, jak brak ekspozycji z powodu zachmurzenia, nadmierne opady śniegu w jednym okresie i ich brak w kolejnym, przestoje spowodowane licznymi chorobami ekipy czy powtórki związane z wadami taśmy filmowej, opóźnienia tłumaczono także specyfiką realizacji, którą kierownik produkcji, sygnujący sprawozdanie, opisywał między innymi tak: „mnogość scen specjalnych: atakowanie ludzi i zwierząt, z cięciami brzytwą, pulsującym mózgiem, odciętymi kończynami itp., scen cyrkowych (pierwszy raz w Polsce – chodzenie po linie między konarami wysokich drzew), scen kaskaderskich i z udziałem koni i zwierząt”. Także okresy montażu i udźwiękowienia oraz prac końcowych uległy znacznym przesunięciom, w związku z czym w tej partii sprawozdania kierownictwo filmu również wyjaśniało ich przyczyny.

### e. Zużycie negatywu obrazu

Informacje podane głównie w postaci odpowiednich zestawień i wartości liczbowych.

### f. Współpraca z Wytwórniami Filmowymi

Jak w tytule – opis współpracy z wytwórnią (w przypadku *Diabła* pojawia się między innymi taki oto fragment: „[...] większość pracowników WFF [Wrocław – przyp. aut.] w grupie zdjęciowej cechowała postawa pełna obowiązkowości i dyscypliny, a momentami nawet poświęcenia. Zgrzytem w dobrze układającej się współpracy był konflikt z Dyrekcją WFF na temat przeniesienia części postsynchronów do Warszawy. Działając w obronie własnych interesów, WFF nie chciała przyjąć do wiadomości obiektywnych przyczyn i konieczności podjęcia takiej decyzji”).

## III. Sprawozdanie z wykonania planu produkcji

- Harmonogram produkcji (daty poszczególnych okresów realizacji).
- Bilans okresu zdjęciowego (dni zdjęciowe, rezerwa plenerowa, niedziele i święta, próby, przerwy, inne).
- Harmonogram zajęcia hal zdjęciowych.

- Wykaz obiektów zdjęciowych (tutaj z podaniem topografii określonej w scenopisie, metrażem oraz geograficznym określeniem lokalizacji).
- Podstawowe wielkości i wskaźniki produkcyjne filmu (długość filmu, zdjęcia kombinowane i specjalne, udział plenerów, okres realizacji filmu, dni zdjęciowe, wydajność pracy w okresie zdjęciowym i na jeden dzień zdjęciowy, godziny nadliczbowe, zużycie negatywu).
- Szczegółowe wskaźniki produkcji filmu (metraż filmu, zdjęcia w halach, wnętrzach naturalnych, plenerach, dni zdjęciowe, obiekty zdjęciowe w sztukach, liczba ujęć, zatrudnienie aktorów i statystów, dni robocze hal zdjęciowych, dekoracje budowane (bez przebudowy i z przebudową).

Wszystkie wyżej wymienione dane prezentowane były w formie tabel.

#### IV. Sprawozdanie z wykonania planu kosztów

We wszystkich wymienionych poniżej kategoriach pojawiają się informacje w układzie „koszty planowane” – „koszty wykonane”. W przypadku filmu *Diabeł* we wszystkich niżej wymienionych kategoriach kierownictwo produkcji tłumaczy niedotrzymanie planu finansowego filmu (miał kosztować 9 208 000 zł, a kosztował 13 232 267 zł; przekroczenie budżetu aż o 44% było wielką rzadkością w kinematografii PRL-u).

1. Materiały (między innymi koszty taśmy filmowej czy kostiumów).
2. Płace Fundusz Osobowy (czyli wynagrodzenia zatrudnionych na etat).
3. Płace – Honoraria (umowy o dzieło):
  - 3.1. opracowanie literackie;
  - 3.2. realizatorzy;
  - 3.3. aktorzy;
  - 3.4. statyści;
  - 3.5. inni odtwórcy;
  - 3.6. nagrody.
4. Honoraria – inne wynagrodzenia związane z realizacją filmu (na przykład dozоровanie obiektów zdjęciowych, samochodów i sprzętu zdjęciowego, sprzątanie obiektów; w przypadku *Diabła* – także opieka nad końmi i zwierzętami).
5. Transport obcy (na przykład taksówki).
6. Czyszcze i dzierżawy (na przykład za meble i rekwizyty).
7. Delegacje (na przykład koszty przejazdów i diet aktorów).
8. Usługi obcych przedsiębiorstw (na przykład koszty usług telekomunikacyjnych, wynajmu kostiumów, opłat za pralnie, reperację kostiumów i inne).

9. Inne koszty bezpośrednie (na przykład odsetki bankowe).
10. Usługi Wytwórni Filmowych – ponownie w układzie „planowano–wykonano”:
  - 10.1. wynajem hal zdjęciowych;
  - 10.2. Wydział Budowy Dekoracji;
  - 10.3. Wydział Inscenizacji (wynajem kostiumów i rekwizytów, materiały charakteryzatorskie, materiały pirotechniczne i broń, przeróbki kostiumów, koszty pracy pracowników Wydziału Inscenizacji);
  - 10.4. Wydział Techniki Zdjęciowej;
  - 10.5. Wydział Techniki Dźwięku;
  - 10.6. Wydział Oświetlenia;
  - 10.7. Wydział Energetyczny;
  - 10.8. Wydział Zdjęć Kombinowanych (odpowiedzialny w większości filmów za napisy czołowe lub końcowe);
  - 10.9. Wydział Transportu i Agregatów;
  - 10.10. Wydział Obróbki Taśmy;
  - 10.11. inne usługi Wytwórni.
11. Godziny nadliczbowe.

## V. Załączniki

- Zestawienie kosztów filmu (w postaci tabeli).
- Zestawienie kosztów płac (w postaci tabeli).
- Zestawienie kosztów usług Wytwórni Filmowych.
- Fundusz osobowy grupy zdjęciowej.
- Rozliczenie zużycia taśmy czarno-białej.
- Rozliczenie zużycia taśmy kolorowej.
- Sprawozdanie WFF – Wrocław (opisowe, autorstwa dyrekcji wytwórni).
- Sprawozdanie WFF – Łódź (opisowe, autorstwa dyrekcji wytwórni).
- Lista nagród pracowników grupy zdjęciowej (propozycja nagród autorstwa kierownictwa produkcji filmu).
- W tym dziale w sprawozdaniach pojawia się także niezwykle ważna metryczka utworów muzycznych wchodzących w skład filmu; dzięki temu można dziś bardzo dokładnie poznać nie tylko autorów oprawy muzycznej, ale także posiadaczy

praw autorskich; i tu ujawnia się specyfika takiej produkcji jak *Diabeł* – to film, który w 1972 roku nie uzyskał zgody na rozpowszechnianie, w związku z tym, jak można sądzić, kierownictwo produkcji nie było zobligowane do przygotowania metryczki, która służyła do określenia zobowiązań z tytułu praw autorskich.

Poniżej grupa załączników specyficzna dla filmu *Diabeł* (przy czym takie dodatkowe załączniki – o treści oczywiście dostosowanej do konkretnych sytuacji na planie innych filmów – pojawiają się w sprawozdaniach organizacyjno-ekonomicznych stosunkowo często):

- Odpis pisma WFF Łódź z 26 listopada 1971 roku w sprawie zabrakowania materiału (wadliwa taśma filmowa).
- Odpis notatki służbowej KPF do Dyrekcji PRF „Zespoły Filmowe” z 18 listopada 1971 roku w sprawie trudności realizacji zdjęć (sporządzonej jeszcze w okresie zdjęciowym).
- Odpis notatki służbowej KPF do Dyrekcji PRF „Zespoły Filmowe” z 2 grudnia 1971 roku (autorstwa dyrekcji wytwórni – tutaj informacja między innymi o epidemii grypy, która zdziesiątkowała pracowników wytwórni we Wrocławiu oraz aktorów).
- Odpis pisma KPF do Dyrekcji PRF „Zespoły Filmowe” w sprawie zmiany aktorki w roli panny młodej.
- Odpis pisma reżysera Andrzeja Żuławskiego do Kierownika Zespołu X Andrzeja Wajdy (to i poprzednie pismo odnosi się do zawirowań związanych z obsadzeniem roli panny młodej – początkowo miała grać ją Małgorzata Braunek, rolę podjęła Alicja Jachiewicz, po jej wypadku na jeden dzień obsadzono – błędnie – Barbarę Brylską, by wrócić do Braunek).
- Pismo Dyrekcji PRF „Zespoły Filmowe” z 13 stycznia 1972 roku.

Sprawozdania, takie jak wyżej wymienione, poprzedzone są często (w poszczególnych teczkach) pismami przewodnimi: 1) kierownictwa produkcji filmu do dyrekcji przedsiębiorstwa zespołów filmowych (w którym dokonuje się wstępnej oceny realizacji filmu – w przypadku *Diabła* kierownictwo tłumaczy opóźnienia i przekroczenia planu i proponuje formę ostatecznego rozliczenia wynagrodzenia z realizatorami, co było o tyle trudne, że film nie wszedł, jak wiadomo, na ekran); 2) dyrekcji Przedsiębiorstwa Realizacji Filmów „Zespoły Filmowe” do Naczelnego Zarządu Kinematografii z prośbą o zwołanie Komisji Ocen Ekonomicznych NZK (która była odpowiedzialna za przyjęcie – względnie odrzucenie – sprawozdania) z podstawowymi informacjami na temat filmu (kulisy akceptacji, limit kosztów, ogólnie o planie – metraż, dni zdjęciowe, koszty – i jego wykonaniu, wydajności pracy i godzinach nadliczbowych; w przypadku *Diabła* dość szczegółowo – jak na tego typu pismo – dyrekcja PRF „Zespoły Filmowe” informuje o przyczynach znacznego przekroczenia kosztów filmu, wnioskując ostatecznie o negatywną ocenę ekonomiczną filmu); 3) pismo z NZK informu-

jące o przyznaniu lub nieprzyznaniu pozytywnej oceny ekonomicznej (w przypadku *Diabła* – to drugie).

Warto dodać, że w niektórych sprawozdaniach mogą pojawiać się (choć w tych, które miałem okazję przeglądać, rzadko) protokoły kolaudacji filmu lub protokoły Komisji Oceny Technicznej przy NZK, dokonującej audytu obrazu i dźwięku (na przykład w odniesieniu do *Rękopisu znalezionego w Saragossie* [1964, reż. Wojciech Has] – filmu, który pod względem wizualnym uważany jest za arcydzieło – członkowie komisji mieli pewne uwagi, co zaowocowało oceną dobrą, a nie maksymalną)<sup>4</sup>.

Jak widać, opisane powyżej przykłady akt to bardzo bogaty materiał wyjściowy do badania szeregu zagadnień związanych z funkcjonowaniem polskiej produkcji filmowej w okresie PRL-u. Warto dodać, że sprawozdania organizacyjno-ekonomiczne mogą też w wielu przypadkach okazać się dobrym weryfikatorem wartości autorskich wspomnień. Tak się bowiem składa, że jednym z najważniejszych polskich źródeł historycznych w badaniach dziejów rodzimego kina były do niedawna wspomnienia i wywiady z twórcami (Zwierzchowski, Kornacki, 2014). Jak wiadomo, pamięć jest medium niedoskonale utrwalającym przeszłość. Warto więc tam, gdzie to możliwe, konfrontować opis produkcji pozostawiony przez twórców z (bezsprzeczonym, bo mającym cechy raportu z sankcją odpowiedzialności karnej) sprawozdaniem odpowiednich komórek kinematografii. Na przykład nagła zmiana aktora do filmu *Rękopis znaleziony w Saragossie* (Francuza o polskim pochodzeniu zastąpił Zbigniew Cybulski; można dodać na marginesie – i z przekazem – że role w najważniejszych filmach Cybulski dostawał przez przypadek) była skutkiem ujawnienia braku umiejętności wybranego aktora i jego wielkopańskich manier. I taki też opis, choć bardziej eufemistyczny, znaleźć można w sprawozdaniu („Po niewczasie zorientowaliśmy się, że w czasie prób, Trzeźniewski wyczerpał cały swój zapas «gierek» do jakich przyzwyczał się w Szkole [Teatralnej w Paryżu – przyp. aut.]. Już pierwsze dni zdjęciowe wykazały, że pomimo długiej pracy przygotowawczej z reż. Hasem i jego asystentami, Trzeźniewski zupełnie nie daje sobie rady z prowadzeniem roli, uwidoczniły się również już po podpisaniu umowy wszystkie ujemne cechy jego charakteru”<sup>5</sup>).

W kontekście wyżej omówionych sprawozdań ekonomiczno-produkcyjnych pozwolę sobie na małą dygresję osobistą: dzięki tym materiałom, przygotowując tekst o serialu *Droga* (1975) Sylwestra Chęcińskiego, mogłem się dowiedzieć, dlaczego w jednym z jego odcinków pojawiają się Kargul i Pawlak z filmu *Nie ma mocnych* (1974) (akta drobiazgowo „tłumaczyły” sekwencję wydarzeń); przygotowując wykład i pisząc tekst o „filmach gdańskich”, garściami korzystałem z tych danych (zwłaszcza dotyczących lokalizacji); dodatkowo w teczce poświęconej serialowi *Na kłopoty... Bednarski* (1988) znalazłem scenariusz do ostatniego, siódme-

<sup>4</sup> „Sprawozdanie organizacyjno-ekonomiczne filmu *Rękopis znaleziony w Saragossie*”, APDOiP, ZPPF, sygn. 131, k. 57.

<sup>5</sup> APDOiP, ZPPF, sygn. 131, k. 8.



go odcinka (najbardziej zaangażowanego politycznie i najmniej żartobliwego dla tej, było nie było, komedii kryminalnej), co sugerowałoby doraźność jego realizacji, a tym samym – naciski producenta (czyli TVP), by finalny odcinek był odpowiednio dramatyczny i poważny, tak jak wydarzenia z września 1939 roku i obrony Westerplatte, do których się odnosił<sup>6</sup>. Warto dodać, że dokumentacja produkcyjna została wykorzystana przez redaktorów wspomnianej książki o Sylwestrze Chęcińskim, w której poszczególne teksty analityczno-interpretacyjne uzupełniane są o dane produkcyjne. I pewnie aktualnie w zaciszu gabinetów czyjeś palce wklepują w klawiaturę kolejne monografie poświęcone polskiemu kinu, w których wykorzystane zostaną także dokumenty z Milanówka (o czym można domniemywać po wpisach badaczy na kartach udostępnienia poszczególnych teczek).

Oczywiście istnieją też „milanowskie zagrożenia”, na przykład w postaci przeszacowania danych produkcyjnych, które w tekście stanowią ciałem obce (rodzaj insertu – można to odnieść do niektórych artykułów z przywołanej książki o filmach Chęcińskiego) lub być mało znaczącymi ciekawostkami. Jak każde źródło historyczne, także i to musi być zrelatywizowane do problemu badawczego i poddane silnej krytyce, także pod kątem zasadności jego wykorzystania (Zwierchowski, Kornacki, 2014).

## Inne rodzaje dokumentów w aktach zespołów filmowych

W zespole akt dokumentujących działalność przedsiębiorstwa zrzeszającego zespoły filmowe znajdują się także inne dokumenty, które mogą stanowić ciekawy materiał źródłowy. Znaleźć tam można dane osobowe filmowców (o ile zostaną udostępnione przez dyrekcję archiwum – zwykle trzeba o nie aplikować oddzielnie). Szczególnie ciekawy jest tak zwany „Program «magister»”, czyli karty danych osobowych z informacjami o: wykształceniu filmowca, roku zawarcia umowy o pracę, stopniu znajomości języków obcych, karalności, przynależności do partii i związków zawodowych, o przyznanych medalach i odznaczeniach, o mieszkaniu i jego statusie, a także informacje o posiadaniu (lub nie) samochodu. Akta te można wykorzystać przy pisaniu kompetentnego tekstu biograficznego. Dokumenty osobowe dotyczące kariery zawodowej blisko 200 filmowców znajdują się także w zespole akt Agencji Produkcji Filmowej, o którym jeszcze wspomnę. Uzupełnieniem danych biograficznych są także „Kartoteki wieloletnie pracowników twórczych i pomocniczo-twórczych” lub „Wykaz pracowników twórczych oraz stanowisk kierowniczych”. Jeśli dodamy do tego „Sprawozdania z zatrudnienia i płac” oraz wiele teczek umów autorskich zawieranych przez poszczególne zespoły filmowe, to tworzy się silny korpus źródłowych informacji do wykorzystania przy opracowywaniu tematu „być filmowcem w Polsce Ludowej”, w którym kwestia socjalnych i material-

<sup>6</sup> Piszę na ten temat także w dwóch innych publikacjach: K. Kornacki, *Droga po Polsce*, [w:] *Sylwester Chęciński*, pod red. R. Bubickiego i A. Dębskiego, Wrocław 2015; K. Kornacki, *Filmy gdańskie*, maszynopis w posiadaniu autora.

nych warunków egzystencji nie byłaby na pewno ostatnią (oczywiście i na ten temat pisał Edward Zajiček, ale go nie wyczerpał).

Wśród dokumentów zespołów filmowych znajduje się także „Wykaz opracowań literackich” – zarówno projektów zrealizowanych, jak i niezrealizowanych – z informacją, do jakiego stadium został rozwinięty dany materiał literacki. Niestety obejmuje on jedynie lata 1967-1976 (ale i tutaj przyniósł piszącemu te słowa efekt – w archiwach znalazłem ślad dwóch materiałów literackich autorstwa Janusza Głowackiego, których brakowało w [bogatej skądinąd] bazie opracowań literackich Filmoteki Narodowej [Kornacki, 2013]).

### Kwestie koprodukcji i eksportu

Odwiedzając Milanówek, nie można dać się zwieść szumnej nazwie jednego z zespołów akt „Dokumentacja dotycząca koprodukcji filmów polskich za lata 1973-1999”. W zbiorze tym znajdują się materiały odnoszące się do stosunkowo niewielkiej liczby tytułów, głównie z lat osiemdziesiątych<sup>7</sup>. Dokumentacja ta dotyczy głównie kwestii formalno-prawnych, a więc negocjacji i uzgodnień między koproducentami. We wspomnianym zbiorze zawarte są także informacje na temat luźniejszych relacji z innymi kinematografiami (na przykład wykorzystania polskiego filmowca w obcym filmie). Drugim – ważniejszym z punktu widzenia potencjału poznawczego – korpusem materiałów źródłowych dla tematyki koprodukcji są opisane wcześniej sprawozdania organizacyjno-ekonomiczne, w których znajdują się także tytuły filmów koprodukowanych przy udziale konkretnych zespołów filmowych lub całego przedsiębiorstwa (a nawet te, w przypadku których świadczono jedynie usługi produkcyjne). Wszystko to, uzupełnione o bogate dane na temat współpracy międzynarodowej kina polskiego zgromadzone w aktach Naczelnego Zarządu Kinematografii w Archiwum Akt Nowych, stanowi już solidny zrąb materiałów źródłowych do dokładnego opisanie fenomenu polskiej koprodukcji filmowej.

Wbrew nazwie opisywanego zbioru (informującego o koprodukcji) najwięcej jest w nim danych o eksporcie polskich filmów (jak wiadomo, w badaniach z zakresu kultury produkcji badacze coraz częściej wychodzą poza analizę podmiotów produkcyjnych czy procesu realizacji filmu). Po pierwsze, są to dokumenty formalno-prawne dotyczące działalności przedsiębiorstw zajmujących się eksportem filmów (Przedsiębiorstwa Eksportu i Importu Filmów „Film Polski” oraz „Film Polski” Eksport i Import Filmów Spółka z o.o.), zbiorcze zestawienia eksportowanych filmów w postaci spisów i tabel (ale tylko dla wybranych lat) oraz informacje o cenach licencji na polskie filmy (przy czym największa część dokumentacji dotyczy drugiej połowy lat siedemdziesiątych i lat osiemdziesiątych – mimo że przed-

<sup>7</sup> *Niezwykła podróż Baltazara Kobera, Danton, Oko proroka, Cudowne dziecko, Limuzyna Daimler-Benz, Zakłète rewiry, Panny z Wilka, Kłatwa Doliny Węży, Biały smok, I skrzyptce przestały grać, Nocny gość, Deja vu, Enak, Korczak*, a także niezrealizowane projekty *Osiół grający na lirze* czy *Kochankowie z klasztoru Waldemosa*.

siębiorstwo istniało od 1964 roku). Po drugie, w opisywanych zbiorach znaleźć można pokaźną dokumentację dotyczącą konkretnych eksportowanych filmów. Są w niej przede wszystkim listy i porozumienia między polskimi instytucjami a zagranicznymi dystrybutorami. O imporcie filmów na polskie ekrany dowiemy się niewiele, tytuły obcych filmów pojawiają się tutaj sporadycznie (na przykład *Ludzie-koty* [1982, reż. Paul Schrader], *Rambo: Pierwsza krew* [1982, reż. Ted Kotcheff], *Predator* [1987, reż. John McTiernan]); większy zbiór informacji na ten temat znaleźć można w aktach Naczelnego Zarządu Kinematografii (w Archiwum Akt Nowych).

### Dokumenty produkcyjne kina po transformacji

Wobec zmienionej – po 1989 roku – organizacji polskiej kinematografii dokumenty dotyczące tego okresu wymagają osobnego opisu. Jak wiadomo, całkowite finansowanie produkcji zostało zastąpione częściowym subsydiowaniem polskiego kina z budżetu państwa. Dokumenty zgromadzone w Milanówku odnoszą się do okresu przed powstaniem Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej w 2005 roku (choć zgromadzono tu także część akt dotyczących likwidacji dawnych instytucji, stąd niektóre z dokumentów datowane są na 2009 rok; ale to Ustawa o kinematografii z 2005 roku stworzyła jakościową cezurę w funkcjonowaniu kina polskiego). Jak wiadomo, po 1989 roku powstały Agencja Produkcji Filmowej (odpowiedzialna za dofinansowywanie produkcji filmowej) i Agencja Dystrybucji Filmowej (wspierająca rozpowszechnianie). Ponadto w Milanówku znajdują się także akta instytucji Film Polski – Agencja Promocji. Agencja Produkcji Filmowej, jako instytucja wspierająca polskie kino, była odpowiedzialna za dofinansowanie nie tylko kina fabularnego, ale także dokumentalnego, animowanego i oświatowego. Stąd w archiwum podwarszawskiego miasteczka znajdują się dokumenty dotyczące także tych rodzajów filmów. Dofinansowanie warunkowane było (i wciąż jest) opiniami komisji eksperckich, w dokumentacji znajdują się więc akta związane z powoływaniem i funkcjonowaniem poszczególnych komisji, jak również – i to jest szczególnie interesujący materiał – oceny poszczególnych projektów filmowych, zarówno zrealizowanych, jak i odrzuconych.

W tym kontekście warto może sobie uświadomić, że od wprowadzenia przelomowej ustawy o kinematografii z 1987 roku minęło już 30 lat – to wystarczająco długi okres, aby skonstatować, że współczesność zmieniła się w historię. Na podstawie zgromadzonych w Milanówku dokumentów można odtworzyć losy poszczególnych, głośnych projektów filmowych (widzianych w dyskursywnym kontekście i chronologicznym porządku). Można także pokusić się (na podstawie projektów odrzuconych) o napisanie „historii niebyłej kina III RP”. Wprawdzie część z projektów, które w archiwaliach posiadają adnotację „odrzuczone” lub „zaniechane”, dostała drugą szansę (wiele z tak sygnowanych tytułów pojawiło się później na ekranach polskich kin), ale i tak liczba odrzuconych wniosków jest duża. Wnikliwe ich badanie mogłoby ujawnić, jakimi przesłankami kierowały się instytucje państwa demo-

kratycznego przy decydowaniu o losach projektu, lub, przeformułując pytanie, na ile decyzje o odrzuceniu zdeterminowane były tak zwanymi względami artystycznymi (oceną na podstawie scenariusza), na ile zaś mogły na nie mieć wpływ względy środowiskowe (koniunkturalne) lub ideowe i ideologiczne. Zinstytucjonalizowanej cenzury już nie ma, ale naiwnością byłoby sądzić, że nie istniały (i nie istnieją) bardziej ukryte formy oddziaływania na produkcję filmową. Jak słusznie bowiem pisał Marcin Adamczak: „Cenzura jest [...] fenomenem społecznym, funkcjonującym w różnych realiach politycznych. W systemach autorytarnych jest szczególnie widoczna, działając zupełnie jawnie i przyjmując postać mocno zinstytucjonalizowaną, niemniej jednak jawi się ona jako pewien uniwersalny fenomen społeczny, nie zawsze oficjalny i instytucjonalny, lecz zawsze określający granice dyskursu w danej wspólnotce, tego, o czym się mówi, tego, o czym się mówi niewiele, i tego, o czym zazwyczaj się milczy” (2014). Trudno wprawdzie po samych nagłówkach wnioskować o zawartości scenariuszy, ale niektóre tytuły filmów odrzuconych i zaniechanych (fabularnych, dokumentalnych czy oświatowych) są naprawdę intrygujące<sup>8</sup>. Materiały eksperckie zgromadzone w Milanówku wydają się dobrym (nawet jeśli nie wiodącym, to uzupełniającym) źródłem do opisu współczesnej polskiej instytucji kinematograficznej – w tym ukrytego wymiaru cenzury w III RP, która mogła mieć (?) wpływ na historię rodzimego kina ostatnich lat. Pisząc o złożoności kina PRL-u i sugerując wstrzeźliwość w jego ocenach, Marcin Adamczak – w zdaniu kończącym artykuł – postulował to, co każdy szanujący się historyk powinien zrobić: „udać się w długą kwerendę do archiwów”. Myślę że już czas, aby podobny postulat zgłosić wobec współczesnej kinematografii. Milanówek może być ważnym przystankiem na drodze do opisanego kina III RP w całej jego złożoności.

## Bibliografia:

- Adamczak, M. (2012). *Rashomon: kinematografia okresu PRL*, [w:] M. Adamczak (red.), *Nowe perspektywy filmoznawstwa*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Adamczak, M. (2014). *Obok ekranu: perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kornacki, K. (2013). *Głowacki jako scenarzysta kina polskiego (rekonesans)*, [w:] J. Ciechowicz (red.), *Dramaturgia Janusza Głowackiego – trochę teatru*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Madej, A. (1992). *Historia filmu dzisiaj: wątpliwości i nadzieje*, „Studia Filmoznawcze”, t. XII (*Filmoznawstwo, film, telewizja*).
- Madej, A. (1993). *Wszystko odbyło się nagle i przerażająco zwyczajnie*, „Kwartalnik Filmowy”, nr 3.
- Topolski, J. (1998). *Wprowadzenie do historii*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Zajiček, E. (1983). *Film polski. Ekonomia i organizacja produkcji*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

<sup>8</sup> Przykłady: *Dobry człowiek w prosektorium*, *Dybuk*, *Krzyż*, *Meir Ezofowicz*, *Polska, 2 maja*, *Art-B*, *Bruno Schulz – czekając na mesjasza*, *Edukacja seksualna*, *Kim pan jest, panie Pilecki*, *Kolumbowie w kolorze feldgrau*, *Kto się boi Chopina*, *Ostatni polski Żyd*, *Tragedia Ślązaków*, *Trauma albo Warszawo powstań z kręgu zła*, *Wieża Babel*. *Historia Edyty Stein*, *Wolność jest darem Boga*, *Żydzi w Polsce*, *Legenda Army Walentynowicz*.

Zajiček, E. (1983b). *Polska produkcja filmowa. Problemy rentowności*. Katowice: Uniwersytet Śląski.

Zwierzchowski, P., Kornacki, K. (2014). *Metodologiczne problemy badania kina PRL-u*, „Kwartalnik Filmowy”, nr 85.

### **Is Milanówek Archive a Promised Land for Historians?**

Archive of Personal and Payroll Documentation (Archiwum Dokumentacji Osobowej i Płacowej) in Milanówek holds documents concerning many Polish films from the times of the Polish People's Republic and the times after the year 1989. In his article, Krzysztof Kornacki refers in detail what can be found in the Archive and how it can be used to enhance the work of the film historians interested in searching for the unknown facts about Polish films and the conditions in which they were made.

# Grzegorz Fortuna Jr.

Uniwersytet Gdański

## ***Pornduction Studies. Produkcja i dystrybucja pornografii przed rewolucją cyfrową na przykładzie rynku brytyjskiego***

### **Gra wstępna**

Pornografia bardzo często staje się obiektem badań naukowych – jest chętnie rozpatrywana w kontekście edukacji seksualnej (Albury, 2014), krytyki feministycznej (Cornell, 2000), problemu przemocy wobec kobiet (Donnerstein, 1980), niebezpieczeństwa związanego z przenoszeniem chorób wenerycznych (Kraus, 2016), przemian medialnych i społecznych związanych z upowszechnieniem się Internetu (Ruberg, 2016) czy praktyk odbiorczych (Mowlabocus, Wood, 2015)<sup>1</sup>. Przemysł pornograficzny rzadko bywa jednak poddawany analizie z perspektywy *production studies* – mechanizmów produkcji i dystrybucji, ich związków z ekonomią itd. Można wręcz odnieść wrażenie, że to jedna z białych plam na mapie badań nad pornografią (choć określenie „biała plama” nie jest być może w tym przypadku najbardziej fortunne).

Dziś pornografia boryka się z wieloma problemami związanymi z rozwojem Internetu, do których zaliczyć można piractwo, wykazywaną przez wielu widzów niechęć do płacenia za oglądanie filmów „dla dorosłych” i wzrastającą popularność darmowych produkcji amatorskich (Brown, 2014), ale była i nadal jest wielomiliardowym biznesem. Według szacunkowych statystyk opublikowanych przez Family Safe Media tylko w 2002 roku – a więc jeszcze przed erą internetowych portali streamingowych, które zmieniły odbiór filmów prezentujących niesymulowany seks – wartość światowego rynku pornografii wynosiła 57 miliardów dolarów, a rynek pornograficzny Stanów Zjednoczonych wart był 12 miliardów dolarów (Simpson, 2004). Jeśli porównamy tę ostatnią kwotę z zy-

<sup>1</sup> Czytelnicy poszukujący publikacji polskojęzycznych mają możliwość przeczytania dwóch niezwykle istotnych książek autorstwa Lindy Williams, które poruszają temat pornografii i seksu w filmie – *Hard core. Władza, przyjemność i „szaleństwo widzialnego”* (2010) i *Seks na ekranie* (2013).



skami ze sprzedaży biletów w amerykańskich kinach w tym samym roku (około 9 miliardów dolarów [The-Numbers.com, 2016]), okaże się, że ekonomiczno-produkcyjno-dystrybucyjne ukierunkowanie badań nad pornografią może być nie tylko niezwykle interesujące, ale wręcz potrzebne – filmy z tego gatunku są bowiem o wiele popularniejsze, niż mogłoby się wydawać.

Niniejszy artykuł ma na celu przyjrzenie się tylko jednemu przypadkowi – mechanizmom produkcji i dystrybucji filmów pornograficznych w Wielkiej Brytanii w okresie przed rewolucją cyfrową. Rynek brytyjski wydaje się idealnym materiałem do przeprowadzenia *case study*, gdyż tamtejsze zasady były i są niezwykle restrykcyjne, co pozwala na wyznaczenie względnie dokładnych ram czasowych funkcjonowania tego rynku. W myśl uchwalonego w 1984 roku Video Recordings Act wszystkie nagrania wizualne rozpowszechniane w Wielkiej Brytanii muszą otrzymać stosowną kategorię wiekową od British Board of Film Classifications (znanego wcześniej jako British Board of Film Censors) (legislation.gov.uk, 2016). Sprzedaż i wypożyczanie pornografii (rozumianej jako filmy prezentujące niesymulowany seks i pokazujące zbliżenia na narządy rozrodcze) były jednak prawnie zakazane aż do 2000 roku, a zezwolenie na jej rozpowszechnianie nawet wówczas wywołało wzburzenie sekretarza stanu, Jacka Strawa (Travis, 2000). Od 2000 roku filmy pornograficzne mogły trafiać na brytyjski rynek po uprzednim otrzymaniu nadawanego przez BBFC certyfikatu R18 pozwalającego na dystrybucję tych tytułów tylko w licencjonowanych kinach dla pełnoletnich widzów i w sex shopach (BBFC, 2016, s. 24). Choć dzięki nowym zasadom pornografia szybko stała się w tym kraju poważnym biznesem, już w 2008 roku przychody ze sprzedaży nośników fizycznych zaczęły drastycznie spadać wskutek popularyzacji platform streamingowych (takich jak YouPorn, RedTube, Pornhub) (Gentleman, 2014) – oznacza to, że usankcjonowany prawnie rynek filmów pornograficznych na nośnikach funkcjonował w Wielkiej Brytanii przez zaledwie niecałą dekadę.

Proces produkcji i dystrybucji filmów porno w tym okresie postaram się zrekonstruować na podstawie wywiadu z Tobym Heighem<sup>2</sup>, wieloletnim pracownikiem Private Media Group, jednego z największych producentów pornografii na świecie i jednocześnie firmy, która jako pierwsza otrzymała zezwolenie na dystrybucję tytułów z kategorią R18. W latach 2002-2009 Toby Heigh najpierw pracował w dziale dystrybucji, a później jako kierownik produkcji, miał więc okazję dokładnie poznać mechanizmy rządzące przemysłem pornograficznym i panujące w nim zasady.

## Pozycja pierwsza – podział rynku

Pierwszym krokiem Private na rynku brytyjskim było wprowadzenie do dystrybucji kilku klasycznych filmów pornograficznych z lat siedemdziesiątych –

<sup>2</sup> Wywiad przeprowadzono 21 czerwca 2016 roku w Gdańsku. Wszystkie informacje i cytaty zawarte w tekście pochodzą z tego wywiadu, chyba że zaznaczono inaczej. Transkrypcja wywiadu znajduje się u autora.

między innymi *Głębokiego gardła* (1972, reż. Gerard Damiano) i *Debbie Does Dallas* (1978, reż. Jim Buckley) – które bardzo dobrze się sprzedawały, dzięki czemu działalność tej firmy mogła się szybko rozwijać.

Produkowane lub dystrybuowane później w Wielkiej Brytanii filmy pornograficzne można podzielić na kilka kategorii: pełnometrażowe produkcje mainstreamowe, filmy dla fetyszystów, „składanki”, superprodukcje i tak zwane *custom porn* lub *bespoke porn*, czyli materiały przygotowywane specjalnie na zamówienie klientów. Każdy z wymienionych typów charakteryzował się odrębną specyfiką. Filmy dla fetyszystów, realizowane z myślą o widzach posiadających bardzo konkretne upodobania seksualne, miały zazwyczaj mniejsze budżety i wydawano je w mniejszych nakładach, ale cena kasyety VHS lub płyty DVD z takimi tytułami była wyższa niż w przypadku produkcji mainstreamowych (jak twierdzi Toby Heigh: „im dziwniejsza parafilia, tym film jest droższy. Obskurne tytuły kosztowały trzy razy więcej niż zwykle DVD”). „Składanki” to po prostu zestaw nagranych na nośniku scen – z których każda trwa nieco ponad pół godziny – niepowiązanych żadną linią fabularną, ale połączonych, jeśli można to tak określić, tematycznie (wszystkie sceny zamieszczone na jednej składance prezentują na przykład seks analny, seks ze starszymi kobietami itd. – „Jeśli w tytule było słowo «anal», to nie było trudno zgadnąć, co można będzie znaleźć w materiałach na płycie”).

Osobną kategorię stanowiły superprodukcje, odpowiedniki blockbustów w świecie pornobiznesu, w których przygotowywaniu specjalizowało się Private. Firma ma na koncie między innymi „pornograficzną wersję *Bravehearta*, horror w wersji dla dorosłych i *Cleopatry* z modelowanym w 3D starożytnym Rzymem”, a także *Millionaire’a* (2005, reż. Alessandro del Mar), z akcją rozgrywaną się na Seszelach, Kajmanach i w Santo Domingo, czy trzyczęściową, trwającą łącznie prawie sześć godzin, serię *Private Gladiator* (2002, reż. Antonio Adamo), która jest pornograficzną wersją (ale nie parodią) *Gladiatora* Ridleya Scotta z 2000 roku. Jak wspomina Toby Heigh, wysokobudżetowe filmy z niesymulowanym seksem kręcono głównie „po to, żeby się pochwalić”, a przy tym dotrzeć z ofertą firmy do widzów niebędących stałymi klientami sex shopów, zachęcić ich do zakupu kolejnych tytułów i spopularyzować markę. Pornograficzne superprodukcje pełniły więc, podobnie jak blockbustery, rolę „lokomotyw” dla pozostałych filmów studia.

Na przeciwnym biegunie znajdowały się filmy realizowane na zamówienie (wspomniane *bespoke porn* lub *custom porn*), których przygotowaniem zajmowały się o wiele mniejsze od Private studia. W tym przypadku klient mógł wysłać scenariusz dokładnie opisujący jego upodobania seksualne, planowany przebieg poszczególnych scen, ewentualne dialogi, a nawet szczegóły takie jak ubiór aktorów. Przeniesienie fantazji na ekran było skrupulatnie wyceniane przez pracowników firmy i, jeśli doszło do transakcji, film był produkowany. Dziś przygotowywanie specyficznych nagrań z myślą o tylko jednym – odpowiednio majątnym – widzu staje się coraz bardziej popularne (Ronson, 2016), ale w czasach przed rozpo-

wszechnieniem pornografii w Internecie tego typu produkcje nieczęsto wychodziły poza wąski krąg zainteresowanych. Co ciekawe, wiele z nich nie zalicza się do pornografii w tradycyjnym rozumieniu tego słowa, w większości przypadków nie przedstawiają one bowiem w ogóle aktu seksualnego, skupiając się jedynie na – zazwyczaj bardzo konkretnej – czynności związanej z upodobaniami klienta:

Masz szklaną podłogę, pod którą jest zamontowana kamera. Na szkle leżą gotowane pomidory, a kamera filmuje od dołu kobiecą stopę, która ugniata te warzywa. Ponoć zleceniodawcy chodziło o same zbliżenia na warzywa rozgniatane między palcami. [...] Podam ci inny przykład: w jednym z filmów źródłem podniety było to, że kobieta pompowała nożną pompką koło samochodowe, a kamera robiła zbliżenia na mięśnie jej łydki. Kogoś podniecał sam fakt napinania mięśni. Ta sama kobieta chodziła potem w szpilkach po schodach, a kamera szła za nią i pokazywała napięcie nogi przy stawianiu kolejnych kroków.

Private nie zajmowało się przygotowywaniem podobnych filmów, nie produkowało także tytułów przeznaczonych dla fetyszystów. Choć firma dążyła do realizacji strategii szerokiego portfolio – w ofercie miała zarówno pełnometrażowe filmy mainstreamowe, „składanki” scen połączonych konkretnym tematem, jak i opisane wyżej superprodukcje – to fetysze i parafilie pozostawiła mniejszym graczom. Być może wynikało to z faktu, że jedna z prób wejścia do niszy filmów dla fetyszystów stóp skończyła się fiaskiem:

Żeby robić filmy dla fetyszystów, trzeba mieć odpowiednią wiedzę. Ja się na tym bardzo przejechałem, robiąc film dla miłośników stóp. To była produkcja, na którą wyłożyliśmy spore pieniądze. Moje pojęcie na temat fetyszystów stóp wyglądało tak, że kogoś podniecają stopy, ale potem musi być przecież seks. Więc wydaliśmy trochę kasy na pedicure dla dziewczyn, film poszedł do dystrybucji i pojawił się w sex shopach. [...] Był totalną klapą, bo okazało się, że w filmach dla fetyszystów stóp w ogóle nie powinno być seksu. [...] Dopiero później zacząłem się zagłębiać w temat i dowiedziałem się, że dla fetyszystów stóp sam seks to nawet nie jest wisienka na torcie, ale coś męczącego i niepotrzebnego. Chodziło im o sam widok stopy jako przedmiotu, który ich podnieca. Reszta nie miała znaczenia. [...] Uznaliśmy, że nie będziemy się tym zajmować, że skoro idzie nam dobrze w głównym nurcie, to nie będziemy się zajmować niszami.

## Pozycja druga – produkcja i organizacja pracy

Toby Heigh wspomina, że praca w dużej firmie zajmującej się pornografią nie różniła się zbyt od pracy w korporacji – nie licząc towarzyszących jej dźwięków:

Mój kolega przez dziesięć godzin dziennie obrabiał materiał wideo, więc odgłosy były śmieszne. On przewijał te sceny, więc na przykład przez cały

dzień mogliśmy słyszeć te same odgłosy, co było trochę torturą. Kolesi pracuje na przykład nad sceną z gangbaniem, a ty tego cały czas słuchasz. [...] Niewielu pracowników biurowych musi słuchać przez cały dzień, jak ktoś się rąbie.

Gdy Private wchodziło na rynek brytyjski, było już dobrze zorganizowaną, profesjonalnie działającą firmą z doświadczeniem i konkretnymi planami na produkcję i dystrybucję odpowiedniej liczby filmów w danym okresie, co pozwoliło na wyprzedzenie konkurencji. Co więcej, Private dysponowało budżetami, które umożliwiały przygotowywanie filmów wyglądających lepiej niż większość amatorskich produkcji rozpowszechnianych wcześniej nielegalnie w Wielkiej Brytanii:

Mieliśmy tego farta, że kiedy nasze filmy pojawiły się w Europie, to wszyscy chcieli je oglądać, bo to było coś niezwykłego w porównaniu do półamatorskich scenek kręconych gdzieś na kanapie w piwnicy. Dziewczyny były fajne i opalone, kolesie nie wyglądali źle, a plaża na Seszelach to dużo lepsze tło niż plaża w Brighton. Okazało się, że wnosimy jakość, bo to nie są obskurne filmy. To właściwie była jedyna różnica, że czułeś się trochę lepiej, oglądając pornosa, bo to było ładne.

Private już przed ekspansją na rynek brytyjski słynęło z zaskakujących, niekiedy wręcz absurdalnych (i absurdalnie kosztownych) pomysłów, jak chociażby trylogia *The Uranus Experiment* (1999, reż. John Millerman), w której znalazły się sceny seksu w stanie nieważkości. Nakręcono je w samolocie, który wzbił się na odpowiednią wysokość, a później ostro zanurkował, tworząc trwający kilkadziesiąt sekund efekt braku grawitacji. Berth Milton, prezes Private Media Group, powiedział później, że film był jednym z największych bestsellerów firmy (SPACE.com, 2000). *The Uranus Experiment* otrzymał nawet nominację do nagrody Nebula za... najlepszy scenariusz. Przegrał z *Szóstym zmysłem* (1999, reż. M. Night Shyamalan).

Większość kręconych przez Private filmów była jednak o wiele mniej kosztowna i o wiele prostsza pod względem realizacji. Firma zajmowała się głównie przygotowywaniem trwających 35-40 minut materiałów, które później można było połączyć w ramach opisanych powyżej „składanek”. Miały one „prosty schemat: jest seks oralny, potem – w zależności od umowy – jest seks w różnych pozycjach, czasami analny albo z wieloma partnerami. Reżyser planuje kolejność pozycji według własnych fanaberii, ale model pozostaje ten sam – początek, rozwinięcie, kulminacja i papieroszek”. Zamiast scenariuszy stosowano zazwyczaj rozpiski kolejności pozycji, ale na planie reżyserzy nie trzymali się ich zwykle zbyt kurczowo: „jeśli aktorzy dobrze się dogadują na planie, to się im po prostu nie przerywa, ale jeśli nie wiedzą, co robić, to dobrze jest mieć taką rozpiskę. [...] To zabrzmie pewnie śmiesznie, ale między aktorami porno jakaś chemia też musi być, to widać, jak im jest dobrze w łóżku”. W ciągu jednego dnia zdjęciowego kręcono nawet do kilku godzin materiału, który można było wykorzystać w „składankach”.

Duże firmy, takie jak Private, często kupowały także tak zwaną surówkę, czyli pornograficzny odpowiednik stockowych materiałów wideo, którą również umieszczano na kompilacjach VHS i DVD. Pozyskiwanie surówki było rentowne, bo nie trzeba było płacić operatorom, reżyserom i innym pracownikom planu: „czasami bardziej opłacało się kupić jakiś materiał niż go kręcić. Jeśli mieliśmy serię, na przykład *Killer Pussy*, która przedstawiała mainstreamowy, klasyczny seks, to w ramach tej serii mogliśmy sprzedawać zupełnie różne materiały kupione z różnych źródeł”.

Większość aktorek w Private pochodziła z Europy Środkowo-Wschodniej – z Czech, Węgier czy Słowacji. Pracownicy firmy jeździli tam, by przeprowadzać castingi. Aktorki i aktorów dobierano także ze specjalnych baz osób zajmujących się występowaniem w filmach pornograficznych:

Jeśli pracujesz w tej branży, to wiesz, kogo potrzebujesz do filmu. Ja wiem na przykład, że potrzebuję dziewczynę z dużym sztucznym biustem albo brunetkę. W pornograficznym mainstreamie to było wszystko bardzo poukładane – szukasz osoby, która jest w stanie zrobić konkretną rzecz, i tę osobę po prostu zatrudniasz.

Do osobnej kategorii należały aktorki (o wiele rzadziej aktorzy), z którymi Private miało kontrakty na wyłączność – były to albo znane gwiazdy porno, albo modelki, które miały szansę zabłysnąć w przyszłości. Po podpisaniu tego typu umowy aktorka nie mogła występować w filmach konkurencji. Model ten przypominał więc system gwiazd z czasów klasycznego Hollywood, w ramach którego obiecujący artyści stawali się niejako pracownikami poszczególnych wytwórni – z tą różnicą, że gwiazd porno nie obowiązywały oczywiście klauzule moralności<sup>3</sup>.

Znaczna część aktorek dążyła do podpisania takich kontraktów, bo przekładały się zazwyczaj na dłuższą karierę i większą popularność – „Dziewczyny, które miały u nas kontrakty, stały się gwiazdami, wiele z nich zyskało sławę, nie tylko Jenna Jameson czy Briana Banks”. Choć freelancerki mogły nakręcić więcej filmów w czasie roku (nawet między 100 a 200 tytułów), ich kariery były zwykle krótsze, a stawki za jeden tytuł nie rosły wraz z doświadczeniem. Co ciekawe, aktorki zarabiały zdecydowanie więcej od aktorów – podczas gdy modelka otrzymywała za jeden dzień zdjęciowy w mainstreamowym filmie około 500-600 funtów, model mógł liczyć co najwyżej na 200-300 funtów. Wyższe gąze oferowano osobom, które godziły się na występowanie w filmach dla fetyszystów lub scenach przedstawiających na przykład brutalny seks – „im bardziej jesteś elastyczny moralnie i im więcej zrobisz, tym wyższą stawkę dostajesz”. Ponieważ

<sup>3</sup> Szerzej zakrojona, przekonująca paralela między systemem studyjnym klasycznego Hollywood a pornobiznesem przeprowadziła Nicola Simpson w artykule *Coming Attractions: a Comparative History of the Hollywood Studio System and the Porn Business* (2004). Autorka sugeruje, że podobieństwo nie jest przypadkowe, a branża porno stara się wręcz naśladować hollywoodzkie metody organizacji produkcji i dystrybucji.

lepsze wynagrodzenie otrzymywali także modele grający w filmach przedstawiających gejowski seks, wielu aktorów heteroseksualnych godziło się na występy w takich tytułach głównie z powodów finansowych<sup>4</sup>.

### Pozycja trzecia – dystrybucja i badania rynku

Dystrybucja pornografii w Wielkiej Brytanii znacząco się różniła (i nadal różni) od rozpowszechniania filmów prezentujących niesymulowany seks w innych państwach europejskich – w Zjednoczonym Królestwie tego typu tytuły mogą być sprzedawane i prezentowane tylko w kinach i sex shopach, które posiadają specjalne licencje wydawane przez lokalne władze i odnawiane każdego roku (Martin, 2014), a dystrybucja pornografii bez odpowiedniego zezwolenia może skutkować nałożeniem kary w wysokości do 20 tysięcy funtów (Gov.uk, 2016). Jak wspomina Toby Heigh, restrykcje dotyczyły także sprzedaży kaset VHS i płyt DVD przez Internet, więc oferujący te nośniki na rynku brytyjskim sklep prowadzony przez Private musiał być zarejestrowany poza granicami kraju – w tym przypadku w Holandii.

Specyfika brytyjskiego rynku polega także na wspomnianych wyżej certyfikatach wydawanych przez BBFC, które musi otrzymać każdy film trafiający do sprzedaży lub wypożyczenia. Wszystkie produkcje porno – zarówno fabularne, jak i „składanki” – były więc wysyłane do urzędu cenzorskiego. Warto przy tym pamiętać, że regulamin BBFC zakłada możliwość niedopuszczenia filmu do dystrybucji lub zmuszenia producenta do wycięcia konkretnych scen:

Musieliśmy każdy film im wysłać do oceny, co mnie zawsze niezmiernie bawiło, bo nie potrafiłem sobie wyobrazić, jak wygląda osoba, która ogląda te filmy i próbuje merytorycznie podejść do tematu. Zdarzały się kuriozalne sytuacje. [...] Pocięto nam film tak absurdalnie, że wyszła z tego opowieść o kobiecie, która szuka miłości. I na końcu jej nie znajduje, więc jest jej przykro.

Jeśli film otrzymał certyfikat R18, mógł trafić do sex shopów. W przypadku filmów o większym budżecie łączyło się to zazwyczaj z organizacją kampanii marketingowych – ponieważ produkcje pornograficzne nie mogły być reklamowane w telewizji czy radiu, wykupywano przede wszystkim rozkładówki w piśmie dla dorosłych, przygotowywano także standy, które później można było ustawiać w sex shopach. Superprodukcje reklamowano także na specjalnych targach branżowych – „na targach filmowych mieliśmy wielkie stoiska, między którymi przechadzały się aktorki. [...] To wszystko robiło wrażenie”.

Wielkie firmy, takie jak Private, dążyły do integracji wertykalnej w zakresie produkcji i dystrybucji, ale sprzedażą zajmowały się już niezależne od nich sklepy. Aby zrobić rozeznanie rynku, do każdej kasety lub płyty przygotowanej

<sup>4</sup> Do podobnego wniosku doszedł Charlie David, badając współczesny świat gejowskiej pornografii w filmie dokumentalnym *I'm a Pornstar: Gay4Pay* (2016).



przez Private dodawana była pocztówka z pytaniem o ocenę filmu, a także prośbą o podanie informacji, skąd klient dowiedział się o danym tytule, co chciałby w nim zmienić itd. Każdy widz, który odesłał wypełnioną pocztówkę do siedziby firmy, otrzymywał w zamian kasetę lub płytę z kompilacją najlepszych scen i zwiastunów. Choć celem ankiet było przede wszystkim darmowe przebadanie rynku, okazało się, że dla wielu widzów pytania były po prostu zachętą do opisywania seksualnych doświadczeń czy fantazji, które z perspektywy firmy nie były zbyt pomocne:

Odpowiedzi były kuriozalne, do teraz żałuję, że nie mam pudła, w którym trzymaliśmy te pocztówki, bo były takie sytuacje, że na pytanie „jak dowiedziałeś się o naszym filmie?” ktoś odpowiadał „od chłopaka mojego ojca”. Albo że ktoś w ramach odpowiedzi na pytanie „co chciałbyś zobaczyć w naszych filmach?” nabazgrał pismem psychopaty – trochę jak z *Siedem – „WIĘCEJ KARŁÓW”*.

Ludzie wysyłali nam bardzo konkretne listy. Ktoś pytał na przykład, dlaczego w filmach pornograficznych nie ma momentu rozbierania, dlaczego kobieta najpierw się pręży w bieliźnie, a w następnej scenie już nie ma bielizny i dochodzi do seksu oralnego. Gość sugerował, żeby zamiast bielizny na zamki błyskawiczne używać takiej na rzepy, żeby dziewczyny się rozbierały z gracją, a nie były – tu cytat – „nagie jak kurczaki na wystawie w mięsny”.

Okazało się, że te badania rynku to była taka trochę przynęta na czubków. Jeden z listów zaczynał się od zdania „Masturbuję się od dwunastego roku życia. Teraz mam 78 lat. W moim życiu widziałem już wszystko – od obscurnych niemieckich produkcji po wystawne filmy amerykańskie. Mam kilka uwag”. Lista jego pomysłów liczyła sześć stron. Opisywał nawet to, jak jego zdaniem powinny wyglądać zbliżenia na usta.

Toby Heigh wspomina ponadto, że efekty badań nie były zbyt wymierne – na przykład z przeprowadzonych w 2004 lub w 2005 roku ankiet, w których zapytano klientów o ulubioną niszę pornografii, wynikało, że największą popularnością cieszą się urofilia i seks z kobietami w ciąży, czego nie potwierdzały statystyki sprzedaży. Firma postanowiła nie zmieniać planów produkcyjnych i dalej przygotowywać przede wszystkim „klasyczne” filmy pornograficzne.

## Kulminacja i papierosek

Choć kontrakty przypisujące gwiazdy na wyłączność do wytwórni, traktowanie superprodukcji jako „lokomotywu” i inne opisywane przez Nicolę Simpson (2004) metody sugerują, że strategie biznesowe wykorzystywane przez firmy rozpowszechniające materiały pornograficzne są wtórne wobec tych, które Hollywood wypracowało przed dekadami, branża porno jest jednocześnie tą, w której wszelkie zmiany technologiczne odczuwalne są najszybciej, a nowinki – takie jak kasety wideo na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych czy roz-

wój Internetu w połowie minionej dekady – potrafią przemodelować cały rynek w ciągu zaledwie kilku miesięcy.

Toby Heigh przyznaje, że gdy zniesiono zakaz dystrybucji filmów pornograficznych w Wielkiej Brytanii w 2000 roku, Private miało „nieprzyzwoite zyski”:

Sprzedawaliśmy kosmiczne ilości VHS-ów, w jednym miejscu trzymaliśmy trzysta tysięcy kaset. [...] Początek XXI wieku to była złota era. Nagle zrobiliśmy się bardzo bogaci. [...] Kasety szły super, a DVD stało się tanim nośnikiem. Rynek eksplodował.

Ponieważ firma nie miała żadnych problemów finansowych, początkowo bagatelizowano rozwój Internetu:

Pamiętam, że byliśmy na konferencji, na której ktoś mówił, że przyszłością pornografii będzie Internet i urządzenia mobilne, a wszyscy go wyśmiali. Ja zresztą też, bo dwa dni wcześniej sprzedałem na targach kilka kontenerów kaset i płyt. Tymczasem dwa lata później my musieliśmy związać interes, a ci, którzy weszli w dystrybucję internetową, mieli kasy jak lodu.

Dane opublikowane przez portal Pornhub.com (2016) z okazji dziesięciolecia działalności doskonale obrazują tę zmianę – między listopadem 2007 roku a kwietniem 2009 roku liczba wizyt na stronie wzrosła dziesięciokrotnie, od 1 do 10 milionów wejść dziennie. Podczas gdy w 2007 roku na stronę trafiły 134 godziny materiałów wideo, w 2009 roku internauci mogli obejrzeć 6743 godziny nowych filmów. Co więcej, powstały w 2007 roku portal już w sierpniu 2008 roku opublikował wersję strony na urządzenia mobilne. Dla działających na rynku kaset i płyt firm, których szefostwo nie pomyślało o założeniu stron internetowych odpowiednio szybko, rozwój pornografii internetowej był śmiertelnym ciosem:

Ci, którzy nie byli na to przygotowani, musieli się związać. Ci, którzy mieli tyle oleju w głowie, żeby przerzucić się na zabawki erotyczne, jakoś przetrwali. Ale to był cios, walnięcie siekierą w sam środek stołu. Z naszej perspektywy cały proces trwał sekundę. [...] Myśmy się za późno obudzili z pomysłem na serwis w Internecie. [...] Nasz pierwszy portal był w całości napisany w HTML-u ręcznie, więc żeby dodać jakieś produkty, to była katorga. A serwis kosztował tak wielkie pieniądze, że to się w głowie nie mieściło.

Kto wtedy miał kasę i pomysł, żeby to rozkręcić, dziś ma majątek, a wiele firm poszło w zapomnienie. I działo się to bardzo szybko, zamykaliśmy filie niemal od razu. Zostało mi pudło filmów z Brianą Banks i Jenną Jameson, więc przez dłuższy czas miałem ten sam prezent dla wszystkich znajomych na urodziny. [...] Proces był bardzo brutalny, nie było czasu przejściowego.

Toby Heigh przekonuje ponadto, że „w pornografii zawsze trzeba było być o krok do przodu”. I nie jest odosobniony w tej konstatacji. Patchen Barss po-

święcił związkom pornografii i technologii książkę *The Erotic Engine: How Pornography has Powered Mass Communication, from Gutenberg to Google* (2011), w której dokładnie opisuje, w jaki sposób filmy prezentujące niesymulowany seks wpłynęły na rozwój płatności internetowych czy serwisów streamingowych, umożliwiając ich wykorzystywanie także w innych branżach. Jako że pornografia często jest bagatelizowana, pomijana lub cenzurowana, pracujący przy niej producenci i dystrybutorzy muszą niezwykle szybko dostosowywać się do nowych warunków i wynalazków i opracowywać metody docierania do klientów. Przykład rynku brytyjskiego zdaje się więc potwierdzać, że pornografia to poniekąd czarny koń świata mediów i rozrywki – niezwykle istotny gracz, który potrafi włączyć się do gry i zmienić jej zasady, choć zawsze korzysta z tylnego wejścia.

## Bibliografia

- Albury, K. (2014). *Porn and sex education, porn as sex education*. „Porn Studies”, vol. 1, no. 1-2.
- Barss, P. (2011). *The Erotic Engine: How Pornography has Powered Mass Communication, from Gutenberg to Google*. Westminster: Anchor Canada.
- BBFC (2014). *BBFC Guidelines: Age Ratings You Trust*, s. 24. [http://www.bbfc.co.uk/sites/default/files/attachments/BBFC%20Classification%20Guidelines%202014\\_5.pdf](http://www.bbfc.co.uk/sites/default/files/attachments/BBFC%20Classification%20Guidelines%202014_5.pdf) (dostęp: 24.02.2016).
- Brown, S. C. (2014). *Porn Piracy: an Overlooked Phenomenon in Need of Academic Investigation*. „Porn Studies”, vol. 1, no. 3.
- Cornell, D. (2000). *Feminism and Pornography*. Oxford: Oxford University Press.
- Donnerstein, E. (1980). *Pornography and Violence against Women: Experimental Studies*. „Forensic Psychology and Psychiatry”, vol. 347.
- Gentleman, A. (2014). *Sex Doesn't Sell: The Decline of British Porn*. <https://www.theguardian.com/culture/2014/oct/05/sex-sell-decline-british-porn-xbiz-regulations-children> (dostęp: 20.02.2016).
- Gov.uk (2016). <https://www.gov.uk/sex-shop-and-cinema-licence> (dostęp: 20.02.2016).
- Kraus, S.W. (2016). *Lights, Camera, Condoms! Assessing College Men's Attitudes Toward Condom Use in Pornography*. „Journal of American College Health”, vol. 64, no. 2, s. 139-146.
- Martin, A. (2014). *Sex Shops in England's Cities*, [w:] P. J. Maginn, Ch. Steinmetz (red.), *(Sub) Urban Sexscapes: Geographies and Regulation of the Sex Industry*. Londyn i Nowy Jork: Routledge, s. 44-59.
- Mowlabocus, S., Wood, R. (2015). *Introduction: Audiences and Consumers of Porn*. „Porn Studies”, vol. 2, no. 2-3.
- Legislation.gov.uk (2016). <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1984/39/contents> (dostęp: 20.02.2016).
- Pornhub.com (2016). <https://www.pornhub.com/event/10years> (dostęp: 10.07.2016).
- Ronson, J. (2016). *Jon Ronson on Bespoke Porn: 'Nothing is Too Weird. We Consider All Requests'*. <https://www.theguardian.com/culture/2016/jul/29/jon-ronson-bespoke-porn-nothing-is-too-weird-all-requests> (dostęp: 29.07.2016).
- Ruberg, B. (2016). *Doing it for Free: Digital Labour and the Fantasy of Amateur Online Pornography*. „Porn Studies”, vol. 3, no. 2.
- Simpson, N. (2004). *Coming Attractions: a Comparative History of the Hollywood Studio System and the Porn Business*. „Historical Journal of Film, Radio and Television”, vol. 24, no. 4.

SPACE.com (2000). *„To Boldly Go: Star Trek, Sex and Space*. [https://web.archive.org/web/20080706183639/http://www.space.com/sciencefiction/movies/milton\\_interview\\_000516.html](https://web.archive.org/web/20080706183639/http://www.space.com/sciencefiction/movies/milton_interview_000516.html) (dostęp: 20.02.2016).

The-Numbers.com (2016). <http://www.the-numbers.com/market/> (dostęp: 20.02.2016).

Travis, A. (2000). *Straw's fury at obscenity verdict*. <https://www.theguardian.com/uk/2000/may/17/alantravis1> (dostęp: 21.02.2016).

Williams, L. (2010). *Hard core. Władza, przyjemność i „szaleństwo widzialnego”* (tłum. J. Burzyńska, M. Wojtyna, I. Hansz). Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

Williams, L. (2013). *Seks na ekranie* (tłum. M. Wojtyna). Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

### **Pornduction Studies. Production and Distribution of Adult Films Before the Internet Era on the Example of the British Film Market**

Thanks to legal and economic reasons the British market of pornographic films seems like a very interesting material for a case study, since fully legal distribution of adult films lasted only about a decade before it was wiped out by the Internet. The main aim of the article is to reconstruct the mechanisms of production and distribution of pornography in the UK before the Internet era and confront methods used by adult movie producers with those used by the makers of traditional movies. Most of the information is based on an interview conducted by the author with a former employee of Private Media Group, one of the biggest providers of pornography in Europe.

# Joanna Kiedrowska

Uniwersytet Gdański

## Zarys historyczny polskich studiów filmów animowanych i ich sytuacja po 1989 roku

Film animowany zajmuje szczególne miejsce w historii polskiej produkcji filmowej. Z jednej strony posiada długą tradycję, jest mocno zróżnicowany, z drugiej jednak jest często pomijany i pozostaje w cieniu filmu fabularnego, mimo że odnosi sukcesy na najważniejszych festiwalach. Polskie studia filmów animowanych powstały częściowo w wyniku zapotrzebowania na produkcje dla dzieci, a częściowo dzięki zaangażowaniu i kreatywności kilku zapaleńców, którzy bardziej cenili sobie realizację marzeń niż dobrobyt i spokój. Obie te kwestie pozwoliły na stworzenie prężnie działających ośrodków i realizowanie potrzeb zarówno zamawiających filmy, twórców, jak i publiczności. Zmiany systemowe po 1989 roku i gospodarka wolnorynkowa nawet najbardziej przedsiębiorczym gałęziom polskiej kinematografii przyniosły poważne problemy. Niemniej, mimo że w wielu kwestiach państwowi producenci mieli podobne trudności, to jednak tradycje, specyfika i rodzaj podejmowanej przez nich działalności wpłynęły znacząco na sytuację, z którą musieli mierzyć się po 1989 roku. Tym samym, żeby przedstawić i zrozumieć sytuację studiów filmów animowanych po zmianach systemowych, należy cofnąć się do ich początków, prześledzić ich historię i spojrzeć na okoliczności, które towarzyszyły im przy wkraczaniu w nową rzeczywistość.

### Początki

Po wojnie rozpoczęto odbudowę polskiej kinematografii. Kino ze swoim egalitarnym charakterem wpisywało się w myśl idei socjalistycznych i było uznane za najważniejszą ze sztuk. W 1952 roku powołano Centralny Urząd Kinematografii (w 1957 roku przekształcony w Naczelny Zarząd Kinematografii), który był organizacyjnym reprezentantem państwa i miał za zadanie czuwać nad produkcją audiowizualną w Polsce. W praktyce kierował on powoływanymi przedsiębior-

stwami państwowymi – kinematografia była postrzegana jako jeden z przemysłów narodowych, więc – tak samo jak inne jego gałęzi – była scentralizowana, zmonopolizowana i finansowana ze środków państwowych, a przychody z dystrybucji trafiały de facto do budżetu państwa (Stempel, 1970; Zajiček, 2009).

Filmy animowane pełniły szczególną rolę w polityce kulturalnej PRL-u. Jako forma przeznaczona w dużej mierze dla młodego odbiorcy miały odpowiadać na zapotrzebowanie wychowywania i edukowania nowych pokoleń obywateli państwa socjalistycznego.

W 1946 roku przy redakcji dziennika „Trybuna ludu” w Katowicach powołane zostało Studio, które miało zajmować się realizacją filmów propagandowych. Ze względu na zbyt wolne tempo pracy i notoryczne spóźnianie się z realizacją zadań zdecydowano się na zmianę charakteru placówki – w kierunku dydaktyki. Studio zostało przekształcone w Spółdzielnię Śląsk i przeniesione do Bielska. W międzyczasie przy Wytwórni Filmów Fabularnych funkcjonował Oddział Filmów Lalkowych w Tuszynie pod Łodzią, który odpowiadał za realizację animacji. Kiedy rozwiązano Spółdzielnię Śląsk, bielskie studio zostało przyłączone do łódzkiego oddziału, a ostatecznie w 1956 roku powołane zostały dwa autonomiczne przedsiębiorstwa, które miały produkować przede wszystkim filmy animowane dla dzieci: Studio Filmów Rysunkowych, które powróciło na stałe do Bielska-Białej, i Studio Filmów Lalkowych w Łodzi (Zdanowicz, 1957, s. 8-9). To drugie w 1961 roku, w konsekwencji rozszerzenia działalności łódzkiego studia o inne formy animacji, zdecydowało się na zmianę nazwy i zaczęło funkcjonować jako Studio Małych Form Filmowych „Se-ma-for”. Zapotrzebowanie na animacje dla dzieci z roku na rok rosło, co było bezpośrednio związane z bardzo szybkim rozwojem telewizji w tamtym okresie. Bielskie studio, geograficznie oddalone od różnych ośrodków kształcących artystów, cierpiało na brak wykwalifikowanych animatorów, tym samym nie mogło zwiększać znacząco swojego planu produkcyjnego.

W związku z powyższym w 1957 roku Witold Giersz, ówczesny asystent bielskiego reżysera Lechośława Marszałka, został oddelegowany do Warszawy w celu znalezienia zdolnych plastyków i stworzenia filii bielskiego studia. Na lokalizację nowego oddziału wskazano małe atelier przy ulicy Czerniakowskiej. Do Warszawy oddelegowany został również Mieczysław Poznański oraz animatorzy – Włodzimierz Haupe i Halina Bielińska – którzy zadebiutowali tam filmem *Zmiana warty* (1958) (Kowalski, 1964, s. 6-7). Pierwszy rok funkcjonowania upłynął pod znakiem realizacji zadań organizacyjnych, a od 1958 roku oddział zyskał autonomiczność i rozpoczął funkcjonowanie jako samodzielne przedsiębiorstwo pod nazwą Studio Miniatur Filmowych (Kossakowski, 1977). Zapotrzebowanie na telewizyjne filmy dla dzieci doprowadziło do zmian w strategii produkcyjnej studiów – miejsce pojedynczych krótkich form animowanych miały zająć serie. W 1962 roku w Studiu Miniatur Filmowych powstał pierwszy serial animowany dla dzieci (*Jacek Śpioszek*), w 1963 roku Studio Filmów Rysunkowych w Bielsku-Białej wyprodukowało pierwsze odcinki *Bolka i Lolka*, a w 1964 Se-ma-for zaprezentował cykl *Zaczarowany ołówek*. W kolejnych latach polska widownia



zaprzyjaźniała się z bohaterami takich produkcji jak *Przygody Błękitnego Rycerzka* (1963-1965), *Reksio* (1967-1990), *Zaczarowany ołówek* (1964-1977), *Porwanie Baltazara Gąbki* (1969-1970), *Pomysłowy Dobromir* (1973-1975) czy *Przygody Misia Uszatka* (1977-1982).

W 1968 roku Se-ma-for w ramach koprodukcji realizował *Przygody Misia Colargola* (1968-1974) dla francuskiego producenta Procidis, co otworzyło polskim studiom furtkę do współpracy zagranicznej, która z ekonomicznego punktu widzenia była niezwykle intratna – dewizy pozwalały bowiem na inwestycje i nowe zatrudnienia (Ciszewska, 2015, s. 64; Sitkiewicz, 2011, s. 220).

Mimo że studia były przede wszystkim odpowiedzialne za tworzenie filmów dla młodych widzów, to w oddziałach panowała spora wolność artystyczna, która wyrażała się poprzez możliwość realizowania przez animatorów własnych projektów. Na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych zaowocowało to nurtem zwanym polską szkołą animacji. Jan Lenica, Walerian Borowczyk, Daniel Szczechura, Kazimierz Urbański, Witold Giersz, Stefan Schabenbeck, Władysław Nehrebecki czy Ryszard Czekala tworzyli kino artystyczne oparte na autorskich pomysłach, często realizowane w abstrakcyjnej formie, będące niejednokrotnie refleksyjną satyrą na stan człowieczeństwa i podejmujące wątki o charakterze filozoficznym (Sitkiewicz, 2011, s. 207). Filmy z tego nurtu były nagradzane i doceniane za granicą, jak choćby *Labirynt* Jana Lenicy z 1962 roku czy *Fotel* Daniela Szczechury z 1964 roku. Rodzimi krytycy kibicowali polskim reżyserom filmów przeznaczonych dla dorosłych, a zachwyt nad talentami wpisującymi się we wspomniany nurt sprawił, że w kolejnych latach doszukiwano się wśród młodych reżyserów animacji ich następców. W 1966 roku – jako pokłosie sukcesów polskich animatorów – powstało Studio Filmów Animowanych w Krakowie, które początkowo było filią warszawskiego studia, a od 1974 roku działało jako samodzielna placówka (Armata, 1994, s. 292). Ojcem założycielem krakowskiego oddziału był reprezentant polskiej szkoły animacji, Kazimierz Urbański, który był także założycielem i kierownikiem Pracowni Rysunku Filmowego na tamtejszej Akademii Sztuk Pięknych. Był to pierwszy w Polsce kierunek kształcący animatorów.

W założeniu krakowskie studio miało realizować przede wszystkim projekty autorskie przeznaczone dla dorosłego widza i zatrudniać najlepszych absolwentów szkoły plastycznej, a jego powstanie było niejako odpowiedzią na krytykę spadającą na studia – masowa produkcja serii dla telewizji nie uszła uwadze komentatorów sceny animowanej, którzy wskazywali na obniżenie jakości artystycznej i nudę (Sitkiewicz, 2011, s. 214-215). Współcześnie bowiem powszechny sentyment i nostalgia powodują, że serie realizowane przez studia filmów animowanych pamiętamy jako piękne plastycznie, inteligentne i przede wszystkim rozwijające bajki, które stawia się w opozycji do masowych produkcji ze świata. Tymczasem na początku lat sześćdziesiątych w czasopiśmie „Film” ukazał cykl artykułów pod tytułem *Czy nadal serie?*, w ramach którego krytykowano zaangażowanie rodzimych producentów w realizację serii – traktowanych wówczas jako zabójczych dla autorskości. Wskazywano na brak pomysłów scenariuszowych, nieudolne prowa-

dzenie akcji, nudną plastykę czy brak humoru. Co więcej, sami dyrektorzy studiów odżegnawali się od faktu, jakoby mieli skupiać się na seriach, i deklarowali wnioskowanie o zmianę planowania produkcji na rzecz pojedynczych autorskich animacji. Wystarczyło jednak kilka lat, by wspomniani wcześniej dyrektorzy zmienili ton swoich wypowiedzi, wskazując, że serie nie są niczym złym, a autorskie filmy też w studiach powstają. Przykładowo Studiu Filmów Rysunkowych w Bielsku-Białej udało się zmienić planowanie, zmniejszając udział realizacji serii do 30% całościowej produkcji w 1965 roku, by chwilę później podnieść go do 40%. Mimo że studio było zobowiązane do realizacji w 70% filmów dla dzieci, w 1973 roku stanowiły one aż 80% produkcji. Choć połowa z nich była zaplanowana do wyświetlania w kinach, i tak ostatecznie trafiły do telewizji (Autor nieznany, 1973).

Zmianę podejścia komentował Tadeusz Lubowski, ówczesny dyrektor Studia:

20% filmów dla dorosłych to w przeważającej mierze swego rodzaju rozważania o współczesności, światopoglądowe, społeczne, filozoficzne. Są one niezbyt znane. Telewizja woli filmy dla dzieci, dodatki w kinach pojawiają się coraz rzadziej. Jest to zresztą zjawisko bardzo niekorzystne nie tylko dla nas; również dla innych wytwórni (Hajduk, Lubowski, 1976).

Wtórował mu Adam Hajduk, wtedy zastępca dyrektora do spraw artystycznych: „To oczywiste, ponieważ twórczość animowana to przede wszystkim kino domowe, telewizyjne. Nie ma właściwie innych kanałów rozpowszechniania” (Hajduk, Lubowski, 1976, s. 8).

Jak wspomniał wyżej Lubowski, rozwój telewizji szedł w parze ze stopniowym ograniczeniem dystrybucji kinowej, w której krótkie animacje coraz rzadziej poprzedzały pokazy głównego filmu, co wynikało z kwestii finansowych – rezygnacja z krótkich form pozwalała zorganizować dodatkowy pokaz w ciągu dnia. Ponadto w latach siedemdziesiątych zakończył się projekt dofinansowywania deficytowych kin z repertuarem krótkim i aktualnościami (Sitkiewicz, 2011, s. 217). Tym samym przez kolejne lata produkcja animowana w Polsce była dystrybuowana w zasadzie wyłącznie w telewizji. Zapotrzebowanie na serie i filmy dla dzieci było tak duże, że w 1980 roku w Poznaniu powstało Telewizyjne Studio Filmów Animowanych, które miało być zapleczem produkcyjnym Telewizji Polskiej i działało w jej strukturach organizacyjnych.

Zmiana postawy dyrektorów studiów i oparcie produkcji na seriach nie szły w parze ze zmianą oceny animowanego filmu seryjnego przez krytyków, którzy w kolejnych latach wciąż sceptycznie podchodzili do produkcji zamawianych przez TVP. Sympatyczni bohaterowie bajek i edukacyjna rola studiów miały jednak swoich zwolenników. Lech Pijanowski w artykule pod wdzięczną nazwą *Traktat o pozytywnej pracy studia filmów rysunkowych w Bielsku-Białej* (1963, s. 10) pisał:

Powstrzymuję się od ogólnej krytyki, ożywiony chęcią zwrócenia uwagi na placówkę, która od dawna robi dużo i różnie, nie może się pochwalić zbyt wieloma osiągnięciami najwyższego rzędu – ale szuka swojego miej-

sca w naszej twórczości filmowej w sposób, który budzi życzliwość swoim uporem i konsekwencją – dobrze jest zdać sobie sprawę właśnie z walorów uporczywego, mało zauważalnego pozytywizmu.

Warto zwrócić uwagę na wspomniane wyżej słowa, jakoby studio realizowało „dużo”. W ciągu 20 lat wytwórnie, z wyjątkiem krakowskiej, zwiększyły liczbę realizowanych produkcji trzykrotnie. Przykładowo na początku lat sześćdziesiątych warszawskie Miniatury w planowej produkcji miały 26 filmów, a na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych realizowały już 60 animacji. Wzrost częściowo wynikał z rozpoczęcia produkcji reklam i filmów propagandowych na zlecenie różnych podmiotów. Warszawskie studio może pochwalić się realizacjami dla Polleny, Agpolu czy Polskiego Komitetu Przeciwalkoholowego, a bielski oddział przygotował między innymi filmy o przepisach ruchu drogowego dla Ministerstwa Górnictwa i Energetyki i filmy medyczne dla PZU (Autor nieznany, 1976, s. 32; Lubowski, Hajduk, 1976, s. 8). „Czyż to nie cud typowo polski?” – komentowała wzrosty produkcyjne Krystyna Garbień (1967, s. 7), a słowo „cud” było w tym wypadku jak najbardziej na miejscu. Studia bowiem w tym czasie ani nie zwiększyły zatrudnienia, ani ich warunki lokalowe nie uległy zmianie: „W szesnastym roku istnienia SMF jest jedną z największych na świecie wytwórni filmów animowanych, zwłaszcza jeśli za podstawę porównań weźmie się wydajność pracy z metra kwadratowego zajmowanej przestrzeni (piętro, strych i piwnice w biurowcu przy ul. Puławskiej) i na jedną zatrudnioną osobę” (Autor nieznany, 1973, s. 19).

Warszawskie studio musiało ograniczyć repertuar filmowy do animacji wycinankowych i rysunkowych, ponieważ nie miało warunków do realizacji innych form (Autor nieznany, 1976, s. 32). Studia nie dysponowały salami projekcyjnymi ani halami do obróbki chemicznej przy postprodukcji taśmy – ta musiała być wysyłana do Łodzi. Zdarzało się też, że brakowało taśmy na kopie eksploatacyjne, przez co nawet wyprodukowane animacje nie mogły trafić do kin. Zagęszczenie pracowników w siedzibach było nie tylko wbrew wszelkim normom BHP, doprowadzało też do sytuacji, w której część realizatorów pracowała w domach. Wytwórnie posługiwały się przestarzałym sprzętem, co roku pojawiały się też problemy z niedoborem scenariuszy. Największą bolączką były braki kadrowe, za mało było zwłaszcza animatorów i operatorów, w związku z czym w studiach – aby wyrobić planowaną produkcję – tworzone filmy po godzinach, dzięki czemu pracownicy zyskali miano „robotników sztuki”. Dość powiedzieć, że portrety trzech reżyserów i animatorów bielskiego studia, Witolda Giersza, Jarosława Jakubieca i Barbary Terlikiewicz, zostały wywieszane na ulicy obok innych przodowników pracy (Armata, 2015, s. 7).

Studio Se-ma-for zmagало się natomiast z problemem znajdującej się w fatalnym stanie technicznym i niszczącej z roku na rok siedziby Oddziału Filmów Lalkowych w Tuszynie – decyzja o remoncie oznaczała zawieszenie produkcji na trzy lata (Ciszewska, 2015, s. 65-66). Siedziba krakowskiego studia również była w opłakanym stanie. Kamienica wytwórni groziła zawaleniem, a miejsca pracy animatorów były porozdzielane sklejkowymi przepierzeniami (Wysogład,

1986, s. 10). Tym samym wieloletnie niedoinwestowanie studiów skutkowało fatalną sytuacją lokalową i brakiem konkurencyjności w Europie jeszcze w latach osiemdziesiątych.

W 1982 roku rozpoczęło się w Polsce wprowadzanie pierwszego etapu reformy gospodarczej, która miała uleczyć rynek socjalistyczny z kryzysu. Wraz z nią pojawiły się obawy dyrektorów studiów o system dystrybucji:

Zjednoczenie Rozpowszechniania Filmów jest w stadium likwidacji. Jaki model rozpowszechniania będzie istniał potem? Studio ma środki na własną produkcję i w tej mierze może mówić o samowystarczalności. Co zrobić natomiast, gdy nie będzie dystrybutora, który kupi wyprodukowane już filmy? Dotychczas filmy animowane produkowane dla Telewizji opłacane były w 50% ze środków kinematografii, drugą połowę pokrywała Telewizja. Jeśli teraz aby ułatwić między innymi rozliczenia dewizowe, nastąpi ścisłe rozgraniczenie między produkcją kinową a telewizyjną, trzeba będzie wprowadzić zasadnicze zmiany programowe i zmodyfikować nie tylko rozpowszechnianie kreskówek, ale przede wszystkim ofertę Studia. A wtedy – przewidują dalej – czy nie zagrozi animacji zbytnia komercjalizacja? Animacja musi mieć możliwość stałych poszukiwań formalnych, twórcy powinni mieć szanse wypróbowania nowych rozwiązań i koncepcji. Filmów ambitnych i nowatorskich nie można traktować podobnie jak popularnych kreskówek – potrzebują one mecenasa, który znajdzie pewne środki finansowe na dotowanie części produkcji (Lewandowski, 1982, s. 10).

Reforma nadała studiom status „przedsiębiorstw wyższej użyteczności publicznej” i wprowadziła zmiany w udziale kosztów produkcji filmów telewizyjnych – tytuły przygotowywane dla TVP były w całości przez nią finansowane. Przełożyło się to na stopniowe zmniejszanie zamówień przez nadawcę publicznego, który był głównym odbiorcą polskiej animacji.

Tym samym studia wkraczały w nową erę z wieloma problemami. Z jednej strony były ośrodkami, w których animator mógł, jeśli chciał, realizować się artystycznie. Reżyserzy animacji byli zatrudnieni na etatach, płacono im za tak zwaną „gotowość”, w ramach której byli zobowiązani z reguły realizować jeden film rocznie, a wysokość wynagrodzenia była uzależniona od kategorii reżyserskiej wynikającej z osiągnięć danego artysty. W praktyce jeden reżyser realizował statystycznie cztery filmy w ciągu roku, co wynikało z planowania produkcji. Reżyser mógł liczyć każdorazowo na premie za zrealizowane filmy, a w przypadku filmów dystrybuowanych poza granicami Polski na specjalne dodatki do wypłat (Sitkiewicz, 2011). Niemniej stawki autorskie nie były wysokie, a zostanie reżyserem wymagało lat pracy i asystentury przy boku starszych kolegów, ponieważ animatorami najczęściej zostawali absolwenci szkół plastycznych. Studia dotowano bez względu na wyniki ekonomiczne wyprodukowanych przez nie filmów – w momencie skierowania filmu do produkcji studio otrzymywało środki wskazane w budżecie. Należy jednak pamiętać, że

gros budżetu studiów pochodził z zamówień zewnętrznych, które na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych zdominowały repertuar wytwórni.

## **Zmiany systemowe a zmiany w sposobie funkcjonowania kinematografii**

W związku z nadchodzącymi zmianami politycznymi w 1987 roku sejm PRL uchwalił ustawę, która zlikwidowała monopol państwowy, umożliwiając produkcję i dystrybucję prywatnym podmiotom. Ustawa ta utworzyła jednocześnie Komitet Kinematografii, który zajął miejsce Naczelnego Zarządu Kinematografii. Jedną ze zmian było stworzenie czternastoosobowej Rady Komitetu, składającej się z przedstawicieli różnych środowisk związanych z filmem, która miała decydować o przyznawaniu środków finansowych na działania związane z rodzimą kinematografią. Miało to być przejawem bardziej demokratycznego rozdysponowywania środków. Rola państwa przekształciła się z producenta filmów w mecenasa artystycznego. Jednak jeden z zapisów nowej ustawy, dzięki któremu Przewodniczący Komitetu Kinematografii nadawał uprawnienia do prowadzenia działalności kinematograficznej, wstrzymywał naturalny rozwój rynku filmowego. W pierwszych latach po uchwaleniu ustawy w praktyce tylko jedna firma, ITI, uzyskała zgodę na produkcję filmów informacyjnych i reklamowych (Kowalski, 2009, s. 6). W 1989 roku, w trakcie wdrażania tak zwanego planu Balcerowicza, powołano Agencję Producentów Filmowych, czyli spółkę, której powierzono kwestie administracyjne i która bezpośrednio odpowiadała za dofinansowywanie filmów. W tym samym roku na stanowisko przewodniczącego niedawno powstałego Komitetu powołany został Juliusz Burski, wiceprezes Stowarzyszenia Filmowców Polskich, który jeszcze przed objęciem nowej roli postulował „wycofanie partii i państwa z zarządzania kinematografią, nakaz obowiązkowego dotowania przez państwo twórczości filmowej, stworzenie sprzyjającego rozwojowi kultury systemu podatkowego i przekazanie odpowiedzialności za losy kultury audiowizualnej przedstawicielom środowisk, które ją tworzą” (Miczka, 2009, s. 7). Ostatecznie okazało się, że zmiany w organizacji polskiej kinematografii dążą do przekształcenia jej w mechanizm rządzący się prawami rynku.

W pierwszych latach działania Komitetu sytuacja polskiego przemysłu filmowego nie zmieniła się zbyt znacząco, ponieważ nadal finansowano producentów, którzy w dużej mierze byli państwowi. Dopiero zmiany w systemie rozdysponowywania środków, które wprowadził Waldemar Dąbrowski, przewodniczący Komitetu od 1990 roku, faktycznie wpłynęły na funkcjonowanie rynku filmowego. Wzorując się na państwach zachodnich, Dąbrowski wprowadził w życie nowy system organizacji polskiej kinematografii, którego zasadniczym założeniem było przyznawanie dofinansowania nie producentom, lecz konkretnym projektom filmowym, a więc przejście z dotacji podmiotowej do przedmiotowej. Dopiero te zmiany pozwoliły na zaistnienie firmom prywatnym. Rynek związany z działalnością audiowizualną rósł w ogromnym tempie, niemniej rozwój wynikał nie tylko ze zmian prawnych, był również podyktowany wzrastającym zapotrzebowaniem na



realizacje komercyjne. W 1990 roku istniało zaledwie 10 prywatnych firm zajmujących się działalnością filmową, a w 2001 już 400 (Miczka, 2009, s. 49). Gdyby pozostawiono wcześniejsze zapisy dotyczące dofinansowywania producentów filmowych, sytuacja byłych producentów państwowych nie zmieniałaby się znacząco, ponieważ ostatecznie okazało się, że środki, którymi zarządzał Komitet Kinematografii, nie przystawały do potrzeb wytwórni. W 1996 roku Komitet miał do dyspozycji 14 milionów złotych, w 1997 roku 17 milionów, a w 1999 roku 16 milionów i były to fundusze przeznaczone na realizację filmów fabularnych, dokumentalnych, animowanych i etiud szkolnych (Kowalski, 2009, s. 9). Agencja Producentów Filmowych w latach 1991-2004 dofinansowała w sumie 400 filmów dokumentalnych, animowanych i oświatowych, co statystycznie odpowiada mniej więcej 10 produkcjom rocznie z każdego gatunku (Miczka, 2009, s. 8).

### Sytuacja wytwórni filmów animowanych po zmianach systemowych

Studia filmów animowanych, które w ramach nowego systemu zostały przekształcone w samodzielne podmioty gospodarcze nazwane „państwowymi instytucjami filmowymi”, znalazły się w bardzo trudnej sytuacji. Wkroczyły w nowy system, dźwigając problemy, z którymi borykały się jeszcze za czasów PRL-u. Na początku lat dziewięćdziesiątych odebrano im ponadto stałe źródła finansowania, a mecenat państwowy okazał się wydmuszką. Największym jednak ciosem okazało się urynkowanie i przeformułowanie na spółkę akcyjną skarbu państwa innego przedsiębiorstwa państwowego – TVP. Telewizja, która do tej pory była głównym odbiorcą polskiej animacji i odpowiadała w dużej mierze za jej finansowanie, otworzyła się na produkcje zagraniczne. Były one nie tylko tańsze, choćby ze względu na wykupywanie samych praw do wyświetlania (zamiast partycypacji w kosztach produkcji), ale również odpowiadały na oczekiwania widzów złaknionych wszystkiego, co „zachodnie”. Mimo że jeszcze w 1992 roku na zlecenie Telewizji w Studiu Miniatur Filmowych rozpoczęto realizację serialu *Film pod strasznym tytułem*, a w 1993 roku w łódzkim Se-ma-forze produkowano *Mordziaków*, to liczba zamawianych polskich filmów animowanych z roku na rok drastycznie spadała. Doprowadziło to do sytuacji, w której studia pozbawione zostały praktycznie wszystkich źródeł finansowania, a także wszystkich dotychczasowych kanałów dystrybucji. Jeszcze w PRL-u kina zrezygnowały z wyświetlania krótkich metraży, a w latach dziewięćdziesiątych, wraz z drastycznym spadkiem liczby widzów, tym bardziej nie mogły sobie pozwolić na ekstrawagancję w postaci krótkich filmów animowanych. Se-ma-for w pierwszych latach po przełomie planował otwarcie własnego kina, w którym mogłyby być wyświetlane ich produkcje, jednak plany te zniknęły z horyzontu równie szybko, jak wzrastało zadłużenie studia (Ciszewska, 2015, s. 71). Wytwórnie próbowały rozszerzać swoje możliwości między innymi poprzez próby koprodukcji, czego przykładem była współpraca bielskiego studia z praskim studium animacji *Krátký film przy serii Cywilizacja* (1989-1991). Był to jednak odosobniony przypadek, który nie przerodził się w stałą strategię. Ostatnia nadzieja leżała w trzeciej gałęzi wcześniejszych budżetów, czyli zamówieniach zewnętrznych.



Niestety, uznanie ze strony publiczności i dotychczasowa wysoka wydajność studiów animacji okazały się niewystarczające, aby polskie wytwórnie były w stanie zapewnić sobie konkurencyjność na rynku – nie tylko światowym czy europejskim, ale nawet rodzimym. Wynikało to w dużej mierze ze wspomnianego wcześniej braku środków na inwestycje. Adam Hajduk, będący dyrektorem bielskiego studia, jeszcze w latach osiemdziesiątych skarżył się w wywiadzie:

Mamy problem z filmami pełnometrażowymi, a wynika to z braku sprzętu i odpowiedniej ilości fachowców. Jesteśmy bardzo zacofani w porównaniu np. z Japończykami. My będziemy robili *Porwanie w Tiutiurlistanie* trzy lata, u nich takie filmy powstają w ciągu kilku miesięcy. Może te japońskie kreskówki nie są najlepszej próby, można mieć wiele wątpliwości do ich walorów pedagogicznych, oni produkują dużo i szybko. Zalewają swoją produkcją rynki światowe. Niestety nasze możliwości są bardzo skromne (Lewandowski, 1981, s. 10).

Najodważniejszą decyzję inwestycyjną podjęto w sprawie łódzkiego Se-ma-fora. W 1986 roku rozpoczęto budowę nowych hal zdjęciowych w Łodzi, których koszty miała pokryć przede wszystkim dotacja z Narodowego Funduszu Rozwoju Kultury. W trakcie realizowania inwestycji wydatki wzrosły prawie sześciokrotnie i projektu – mimo prób ograniczenia jego skali na początku lat dziewięćdziesiątych – nie udało się ukończyć. Powstały jedynie mury budynków, tylko jeden miał zadaszenie, a ich utrzymanie wiązało się z wysokimi kosztami (Ciszewska, 2015, s. 65-66). Drugą próbą podniesienia konkurencyjności Se-ma-fora był zakup sprzętu do obsługi technologii wideo, co już w tamtym momencie miało wątpliwy charakter z racji stopniowego odchodzenia od tego typu systemów. Fundusze na ten cel pochodziły z kredytu, który miał być dofinansowany w 90% z Funduszy Pomocowych dla Polski. Bardzo szybko jednak okazało się, że dofinansowania nie otrzymano, a studio nie było w stanie spłacić nawet jednej raty (Ciszewska, 2015, s. 68). Bardzo ograniczone zaplecze technologiczne nie szło w parze z konkurencyjnymi stawkami za realizację filmów. W związku z tym, mimo ogromnego doświadczenia pracowników studiów, traciły one zlecenia reklamowe na rzecz prywatnych podmiotów.

Podczas gdy polskie wytwórnie zostały pozbawione stałego państwowego finansowania i musiały mierzyć się ze znajdującymi się w opłakanym stanie siedzibami, przestarzałym sprzętem i brakami zamówień, na świecie rozwijały się techniki komputerowe. W 1995 roku światło dzienne ujrzało *Toy Story* (reż. J. Lasseter), pierwszy pełnometrażowy, w pełni zrealizowany wirtualnie film, który rozpoczął nową erę w estetyce filmu animowanego. Nowa moda na modele w 3D była daleką wizją dla doświadczonych polskich animatorów: z jednej strony było to podyktowane wysokimi kosztami nowej techniki, a z drugiej opracowywanie algorytmów było bliższe umysłom ścisłym niż artystom, którzy przez lata wykorzystywali do realizacji filmów kartki papieru. W 1989 roku w PWSFTviT powołano nowy kierunek: animację i efekty specjalne, w kolejnych latach różne polskie uczelnie powoli otwierały się na specjalizowanie studentów w zakresie animacji komputerowej.

wej. Nadchodziło nowe pokolenie, które start w świecie animacji miało ułatwione – debiuty młodych twórców były jednocześnie ich filmami dyplomowymi, więc już na początku drogi zawodowej mogli oni zasłynąć w świecie animacji. Dekadę później okazało się również, że – aby zostać docenionym twórcą – nie potrzeba ani studiów, ani ogromnego zaplecza finansowego. Wystarczy tylko „wytrwałość i kreatywność twórcy” – a dowodem na to miała być *Katedra* Tomasza Bagińskiego, która po trzech latach pracy ujrzała światło dzienne w 2002 roku i została nominowana do Oscara. Można więc powiedzieć, że lata dziewięćdziesiąte przyniosły studiom jedną pozytywną zmianę: notorycznie pojawiające się braki kadrowe wynikające z braku wykształconych animatorów i reżyserów mogły zniknąć. Tu na drodze stanęła jednak ogromna branża reklamowa, która czekała na absolwentów z otwartymi ramionami i wysokimi pensjami. Często zdarzały się sytuacje, w których nawet etatowi animatorzy pracowali na zlecenie prywatnych podmiotów bądź zakładali własne jednoosobowe działalności gospodarcze i odbierali zlecenia studiom, przedstawiając korzystniejsze warunki (Ciszewska, 2015, s. 76).

Dwa studia filmowe zostały postawione w stan likwidacji: Studio Filmów Animowanych w Krakowie i Studio Filmowe Se-ma-for w Łodzi. Pierwsze, zajmujące się przede wszystkim animacją artystyczną, uznano za nierokujące na rynku filmowym, drugie natomiast borykało się z ogromnym zadłużeniem wynikającym z nieudanych prób inwestycyjnych i braku strategii biznesowej. Obie placówki dotknęła ustawa z 1 marca 2002 roku, w związku z którą wszystkie prawa do wyprodukowanych przez nie filmów zostały nieodpłatnie przekazane FilMOTECE Narodowej. W miejsce Studia Filmowego Se-ma-for grupa byłych pracowników, ze Zbigniewem Żmudzkim na czele, założyła prywatną spółkę pod nazwą Se-ma-for Produkcja Filmowa, która przejęła rozpoczęte przez studio projekty. Współcześnie jednak jej struktura ma niewiele wspólnego z tradycjami państwowego przedsiębiorstwa – na stałe zatrudnionych jest mniej niż pięć osób, a w zasadzie wszyscy pracownicy twórczy są zatrudniani do konkretnych zleceń (Łobodziński, 2006, s. 101). W 2008 roku z inicjatywy spółki powstała Fundacja Filmowa Se-ma-for, której celem jest wspieranie rodzimej animacji. Organizowała ona w latach 2010-2013 Se-ma-for Film Festival, a także prowadzi Se-ma-for Muzeum Animacji odwołujące się w swojej wystawie do tradycji zarówno dawnego studia filmowego, jak i projektów prywatnej już firmy.

Poznańskie studio, najmłodsze z omawianych, w przeciwieństwie do pozostałych wytwórni było w o tyle komfortowej sytuacji, że działało w strukturach TVP, tym samym problemy z dystrybucją czy problemy lokalowe nie dotknęły go w takim stopniu jak pozostałych, dzięki czemu udawało mu się realizować najwięcej produkcji ze wszystkich studiów. W latach 1997-2000 na zamówienie Programu 2 Telewizji Polskiej realizowało *14 bajek z królestwa Lailonii Leszka Kołakowskiego*, serię kilkunastominutowych animacji, które okazały się ogromnym sukcesem i zdobyły kilkadziesiąt nagród na różnych festiwalach filmowych. W 2001 roku studio zostało przekształcone w spółkę pracowniczą, w której 90% udziałów mieli byli pracownicy, a 10% należało do TVP. TV Studio Filmów Ani-

nowych jako nowa spółka w 2002 roku rozpoczęło pracę nad serią *Baśnie i bajki polskie* na zamówienie Programu 1 TVP. W 2006 roku przy TV Studio powołano Fundację AnimaFilm, która miała zajmować się przede wszystkim edukowaniem dzieci i młodzieży w zakresie sztuki animacji. W statucie znajdował jednak zapis, który miał być zabezpieczeniem dla działalności spółki: fundacja mogła w ramach realizacji celów „udzielać pomocy finansowej wartościowym ideowo, artystycznie i kulturowo projektom filmowym dla dzieci, ze szczególnym wskazaniem na filmy animowane” (Fundacja AnimaFilm). W 2007 roku Telewizja Polska, mając na uwadze drastyczny spadek oglądalności *Wieczorynki*, podjęła decyzję o zaprzestaniu produkcji, koprodukcji czy nawet wykupywaniu praw do już istniejących polskich animacji, co było według rodzimych producentów złamaniem postanowień Karty Telewizji Dziecięcej, którą TVP przyjęła w 1995 roku (Sałwacka, 2012). W 2013 roku definitywnie zdjęto z anteny „Wieczorynkę”. Już rok wcześniej, w konsekwencji podjętych decyzji i braku funduszy, poznańska spółka została postawiona w stan upadłości. Ostatecznie TVP zdecydowała się ją wspomóc i zostać koproducentem kolejnej serii, jednak ogromną rolę w jej przetrwaniu na rynku odegrał powstały kilka lat wcześniej PISF, który w realny sposób zaczął dotować polskie produkcje. Z pomocą przyszedł też Narodowy Instytut Audiowizualny, dzięki wspomnianym podmiotom powstała trzecia seria *Baśni i bajek polskich*, a kryzys spółki został zażegnany.

Studio Filmów Rysunkowych w Bielsku-Białej również znacząco ograniczyło swoją produkcję i bazowało przede wszystkim na koprodukcji z TVP, między innymi kontynuując serię *Lisa Leona* (1981-1984, 1992-1993) czy opierając się na nowych pomysłach, takich jak *Między nami bocianami* (1997-2003). Ogromnym osiągnięciem i wyzwaniem było wyprodukowanie przez studio w 2009 roku pełnometrażowego filmu animowanego dla dzieci *Gwiazda Kopernika* (reż. Z. Kudła, A. Orzechowski), dzięki dotacji z PISF-u, koproducentom WFDiF i Bankowi Spółdzielczemu w Skoczewie oraz dystrybutorowi Kino Świat. Rok później, na mocy Ustawy o kinematografii, bielska wytwórnia w wyniku komercjalizacji państwowej instytucji filmowej została przekształcona w spółkę. Od 2011 roku realizuje serię *Kuba i Śruba*, która jest inspirowana najsłynniejszymi chyba postaciami stworzonymi przez studio, Bolkiem i Lolkiem. Poza produkcją filmową Studio opiera się w dużej mierze na działaniach promocyjnych i związanych z merchandisingiem dotyczącym ich flagowych filmów, angażuje się również w edukację dzieci i młodzieży poprzez organizowanie wycieczek po studiu czy udostępnianie materiałów filmowych i ekspozycji na tematyczne wystawy. Ponadto w siedzibie w Bielsku-Białej funkcjonuje Kino Studio, które poza regularnym repertuarem studyjnym raz w tygodniu organizuje poranki dla dzieci z autorskimi produkcjami. Ukoronowaniem wieloletniej działalności wytwórni ma być otwarcie w 2020 roku Interaktywnego Centrum Bajki i Animacji, którego wystawa ma być zbudowana w oparciu o dorobek studia (Furtak, 2011).

Studio Miniatur Filmowych przyjmowało zlecenia zewnętrzne i – w przeciwieństwie do pozostałych oddziałów – skupiało się przede wszystkim na realizacji

pojedynczych filmów. W ciągu 20 lat wyprodukowało około 50 animacji, wśród których można znaleźć zarówno autorskie krótkie metraże – jak wielokrotnie nagradzana Łażnia Tomasza Duckiego z 2013 roku – jak i doceniane serie, *Hip-hip & hurra* (2010-2013) czy *Mami Fatale* (2012-2014), ale też jeden pełen metraż w koprodukcji z HBO, WFDiF i Monolith Films, który był połączeniem filmu animowanego z aktorskim – *Tryumf Pana Kleksa* (reż. K. Gradowski, 2001). Miniatury są też studium, które stara się dotrzeć do jak najszerszej publiczności. Ich kanał w serwisie Youtube to bardzo bogata biblioteka realizacji studia – i to zarówno z okresu PRL-u, jak i późniejszych czasów. Wytwórnia ponadto aktywnie działa na rzecz edukacji filmowej, organizując warsztaty dla dzieci i młodzieży, za co otrzymała w 2014 roku Nagrodę Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej w kategorii Edukacja Młodego Widza.

Podobnie jak bielski oddział w 2010 roku, Miniatury zostały przekształcone w spółkę. Oba studia od października 2015 roku zostały państwowymi instytucjami kultury, co otworzyło przed nimi nowe możliwości pozyskiwania funduszy i stanowi dowód na to, że kultura i sztuka potrzebują mecenasów.

## Bibliografia

- Autor nieznany (1973). *Od 7 do 64 filmów rocznie. Studio miniatur filmowych*. „Film”, nr 16.
- Autor nieznany (1976). *Trochę fantazji*. „Film”, nr 32.
- Armata, J. (1994). *Film animowany*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Film. Kinematografia*, E. Zajiček (red.). Warszawa: Instytut Kultury.
- Armata, J. (2015). *Animacja narodziła się przed naszą erą*. „Magazyn Filmowy SFP”, nr 12 (52).
- Ciszewska, E. (2015). *Głową w dół. Studio Filmowe Semafor w latach 1990-1999* [w:] E. Ciszewska, K. Klejsa (red.), *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. Łódź: PWSFTviT.
- Fundacja AnimaFilm. <http://tvfsa.com/animafilm/> (dostęp: 10.07.2016).
- Furtak, E. (2016). *Tak może wyglądać Interaktywne Centrum Bajki i Animacji przy Studiu Filmów Ryśunkowych w Bielsku-Białej*. <http://bielskobiala.wyborcza.pl/bielskobiala/1,88025,21227966,tak-moze-wygladac-interaktywne-centrum-bajki-i-animacji-przy.html> (dostęp: 17.07.2016).
- Gębicka, E. (2006). *Między państwowym mecenatem a rynkiem: polska kinematografia po 1989 roku w kontekście transformacji ustrojowej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Grabień, K. (1967). *Minął rok. Miniatury*. „Film”, nr 21.
- Kossakowski, A. (1977). *Polski film animowany 1945-1974*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Kowalski, T. (1964). *Miniatury*. „Film”, nr 48.
- Kowalski, T., (red.). (2009). *Raport o stanie kultury. Kinematografia. W kierunku rynku i Europy*. [http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is\\_www/Raport\\_o\\_stanie\\_kultury\\_kinematografia\\_W\\_kierunku\\_rynku\\_i\\_Europy.pdf](http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is_www/Raport_o_stanie_kultury_kinematografia_W_kierunku_rynku_i_Europy.pdf) (dostęp: 17.07.2016).
- Lewandowski, J. F. (1982). *Każda złotówka, każdy widz*. „Film”, nr 10.
- Lubowski, T., Hajduk, A. (1976). *Kino myślowego skrótu*. „Film”, nr 30.
- Łobodziński, F. (2006). *Semafor w górę*. „Newsweek”, nr 8.
- Miczka, T. (2009). *Raport o stanie polskiej kinematografii*. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Sałwacka, S. (2012). *Koniec bajki: polskie kreskówki w tarapatach*. [http://wyborcza.pl/1,76842,12430116,Koniec\\_bajki\\_\\_polskie\\_kreskowki\\_w\\_tarapatach.html](http://wyborcza.pl/1,76842,12430116,Koniec_bajki__polskie_kreskowki_w_tarapatach.html) (dostęp: 17.07.2016).

Sitkiewicz, P. (2011). *Polska szkoła animacji*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

Stempel, W. (1970). *Przemysł filmowy w Polsce Ludowej*. „Kino”, nr 7.

Wysogład, M. (1986). *Kraków, animacja '86*. „Film”, nr 37.

Zagroba, B. (1978). *20 lat później*. „Film”, nr 11.

Zajiček, E. (2009). *Poza ekranem. Kinematografia polska w latach 1896-2005*. Warszawa: Stowarzyszenie Filmowców Polskich.

Zdanowicz, J. (1957). *W pracowni filmów rysunkowych*. „Ekran”, nr 2.

### **Situation of the Polish Animated Film Studios after 1989**

For over 40 years the Polish film industry was centralised, monopolised and managed by the socialist government. Between 1956 and 1980, five animated film studios were founded: in Łódź, Bielsko-Biała, Warsaw, Kraków, and Poznań. Before 1989, all of the studios were very successful, both economically and artistically. The beginning of the 1990s was all about introducing the free market and commercialisation to Poland. The paper aims to find the reasons of the collapse of the animated film studios and answer how some of them managed to stay in the film business.

# **Dział 4.**

## **Case studies**



# Tomasz Żaglewski

Uniwersytet Łódzki

## Era Marvela: wokół ekonomicznej specyfiki funkcjonowania filmowego uniwersum Marvel Studios

W ciągu niespełna dekady charakterystyczne logo wytwórni Marvel Studios – przedstawiające szybko przewijające się plansze pochodzące z komiksów Marvela – stało się symbolem estetyki współczesnego kina rozrywkowego oraz gwarantem finansowego sukcesu. Należy jednak zauważyć, że mający swój początek w roku 2008 fenomen firmowany przez Marvel Studios jest zjawiskiem filmowo-kulturowym na tyle złożonym i wieloaspektowym, iż wykracza poza klasyczne reguły funkcjonowania kinowej franczyzy. Docelowy produkt oferowany przez szefostwo Marvela – zwany potocznie MCU (skrót od Marvel Cinematic Universe, czyli Kinowe Uniwersum Marvela) – stanowi nową jakość w projektowaniu i wykonywaniu komiksowo-filmowych blockbusterów poprzez niespotykaną wcześniej intensyfikację intertekstualnych powiązań spajających ów narracyjny wszechświat komiksowych ekranizacji. Niezwykle interesującym aspektem, związanym z globalnym powodzeniem filmów pokroju *Avengers* (2012, reż. Joss Whedon) czy *Kapitan Ameryka: Zimowy Żołnierz* (2014, reż. Joe i Anthony Russo), jest jednak także, a może przede wszystkim, charakterystyczny model biznesowy realizowany w obrębie działalności Marvel Studios. To właśnie bowiem specyficzne elementy owego modelu – być może nawet bardziej niż innowacyjne podejście do konstruowania wybranych fabuł czy też określony tryb odbioru wymagany od widzów – odpowiadają w największym stopniu za bezproblemowe, póki co, funkcjonowanie mechanizmu, jakim jest Marvel Studios. Niniejszy tekst stanowi próbę historycznej rekonstrukcji ekonomicznego zaplecza wytwórni wraz ze wskazaniem na najbardziej znaczące rozwiązania i strategie.

Nie należy zakładać, iż dotychczasowa ewolucja kinowej „formuły Marvela” jest drogą składającą się z samych sukcesów, choć kategoria „porażki” powinna być w tym przypadku traktowana z dużym przymrużeniem oka. W roku 2015 Marvel Studios stanęło w obliczu dość paradoksalnej sytuacji – flagowy blockbuster *Avengers: Czas Ultrona* (2015, reż. Joss Whedon) trafił na ekrany kin w atmosferze wyjątkowego podniecenia, także z racji ogromnych oczekiwań finansowych. Była to kontynuacja trzeciego najbardziej dochodowego filmu w dziejach kina (pierwsza część *Avengers* zarobiła na całym świecie ponad półtora miliarda dolarów), więc to oczywiste, że – wraz z logiką akumulacji filmowo-komiksowego kapitału – kontynuacja wspólnych przygód Iron Mana, Kapitana Ameryki, Thora oraz kilku nowych postaci pochodzących prosto z kart komiksu (jak Vision czy Scarlet Witch) była skazana na sukces i przebicie przychodów wygenerowanych przez historycznego poprzednika. Wielu analityków rynkowych wróżyło nawet *Czasowi Ultrona* chlubne przejście pierwszego miejsca w rankingu globalnego box office’u, co miało wiązać się, rzecz jasna, z jednoczesnym strąceniem z piedestału *Avatara* Jamesa Camerona, który w 2009 roku zebrał prawie trzy miliardy dolarów. Sequel Jossa Whedona nie został jednak najbardziej dochodowym filmem w dziejach kina, nie udało mu się przebić wyników finansowych poprzednika, a nawet nie stał się najbardziej dochodowym filmem 2015 roku (tytuł ten przypadł ostatecznie kinowemu megahitowi *Gwiezdne wojny: Przebudzenie Mocy* J.J. Abramsa). Dla branży kinowej, a przede wszystkim dla samego Marvel Studios i jego obecnej spółki matki, czyli Walt Disney Studios, „rozczarowujący” wynik *Czasu Ultrona* (wynoszący około 1,42 miliarda dolarów) był niemałym szokiem, nawet jeśli w oficjalnych informacjach prasowych dominował ton zadowolenia wynikający z przebicia się przez symboliczną granicę miliarda dolarów zysku. Rynkowi analitycy śledzący od początku rosnącą spiralę oczekiwań względem filmu byli jednak zgodni w swojej ocenie – *Czas Ultrona* mógł być uznany za pierwszą produkcję Marvel Studios, która nie sprostала ambitnym oczekiwaniom finansowym. Jak pisał dla magazynu „Forbes” Scott Mendelson (2015):

Kosztujący 250 milionów dolarów sequel musiał zmagać się z opinią finansowej porażki przez całe lato 2015. Został napiętnowany już w chwili, kiedy okazało się, że zarobił zaledwie 191 milionów w weekend otwarcia (w porównaniu z 207 milionami, które w 2012 roku zgromadził debiut *Avengers*) [...]. O faktycznym wyekspluatowaniu superbohaterskiej formuły będzie jednak można mówić dopiero w sytuacji, w której *Kapitan Ameryka: Wojna bohaterów* z trudem osiągnie zysk rzędu 600 milionów, a *X-Men: Apokalypse* nie przebieje się przez granicę 500 milionów.

W nawiązaniu do słów Mendelsona należy szybko dodać, iż prognozowane przez niego obawy dotyczące „wyekspluatowania”, także finansowego, filmu komiksowego póki co – w połowie 2016 roku – nie sprawdziły się. *Kapitan Ameryka: Wojna bohaterów* (2016, reż. Joe i Anthony Russo) zgromadził ostatecznie ponad 1,1 miliarda dolarów, *X-Men: Apokalypse* (2016, reż. Bryan Singer) pomimo bardzo mieszanych recenzji zarobił około 533 milionów, a największa tegoroczna

niespodzianka kina superbohaterkiego – *Deadpool* (2016, reż. Tim Miller) – przy skromnym budżecie wynoszącym jedynie 58 milionów oraz otrzymaniu kategorii wiekowej typu R (czyli zarezerwowanej wyłącznie dla widzów dorosłych) przyniosł producentom aż 781 milionów zysku<sup>1</sup>. Słowa Mendelzona dotyczące potencjalnych „widełek” opłacalności ekranizacji komiksów są jednak znaczące. Przyglądając się wynikom finansowym adaptacji komiksów firmowanych przez któregoś z dużych graczy wśród hollywoodzkich wytwórni działających w polu filmów superbohaterkich (jak Marvel Studios, Warner Bros., 20th Century Fox czy Sony), można założyć, że współczesnym „progiem przyzwoitości” w globalnym box officie dla filmów pokroju *Doctora Strange’a* (2016, reż. Scott Derrickson) jest granica 500 milionów (dotycząca szczególnie filmów wprowadzających do kin nowych superbohaterów, jak *Ant-Man* Peytona Reeda z 2015 roku z „przyzwoitym” dochodem w wysokości 519 milionów). W przypadku tak zwanych „superhero assembles”, czyli filmów opowiadających o wspólnych przygodach kilku bohaterów (np. *Avengers* czy *Kapitan Ameryka: Wojna bohaterów*), owym progiem opłacalności staje się już miliard dolarów (dlatego też niezwykle ciekawy materiał do analizy dostarcza w tym kontekście film *Batman v Superman: Świt sprawiedliwości* Zacka Snydera z 2016 roku, który zapowiadany jako box office’owe monstrum zarobił zaledwie około 870 milionów dolarów). Gdy spojrzymy na najnowsze zestawienia najbardziej dochodowych ekranizacji komiksów, powyższe „widełki” wydadzą się zresztą aż nadto skromne – zestawienie otwierają *Strażnicy Galaktyki* (2014, reż. James Gunn) z wynikiem 773 milionów, dalej jest *Niesamowity Spider-Man* (2012, reż. Marc Webb) z 783 milionami i kolejno: *Spider-Man* (2002, reż. Sam Raimi, 821 milionów), wspomniany *Batman v Superman* (2016, reż. Zack Snyder, 870 milionów), *Spider-Man 3* (2007, reż. Sam Raimi, 890 milionów), *Mroczny Rycerz* (2008, reż. Christopher Nolan, niewiele ponad miliard), *Mroczny Rycerz powstaje* (2012, reż. Christopher Nolan – 1,08 miliarda), *Kapitan Ameryka: Wojna bohaterów* (2016, reż. Joe i Anthony Russo, 1.1 miliarda), *Iron Man 3* (2013, reż. Shane Black, 1,22 miliarda) i wreszcie *Avengers: Czas Ultrona* (2015, reż. Joss Whedon, 1,41 miliarda) oraz *Avengers* (2012, reż. Joss Whedon, 1,52 miliarda)<sup>2</sup>. W grupie powyższych jedenastu filmów aż osiem to ekranizacje komiksów Marvela, zaś w owej ósemce znajduje się pięć filmów będących samodzielnymi produkcjami Marvel Studios.

W branży komiksowej od lat funkcjonuje określenie „metoda Marvela” odnoszące się do specyficznych warunków produkcji popularnych komiksów – w tym konkretnym przypadku chodzi tu o „fabryczny” tryb pracy, w którym scenarzyści zaangażowani są w rozwijanie wielu linii fabularnych, z konieczności zarysowujących rysownikom jedynie niektóre wątki i dialogi, które ci muszą następnie samodzielnie rozwijać. Owa specyficzna wymiennosc funkcji, połączona z nieustannym

<sup>1</sup> Sukces *Deadpoola* dodatkowo imponuje poprzez fakt, iż film ten nie był dystrybuowany na kluczowym dla współczesnego Hollywood rynku chińskim właśnie z powodu otrzymania kategorii wiekowej R. Zob. D. Libbey, *Why „Deadpool” has been banned in China*, <http://www.cinemablend.com/new/Why-Deadpool-Has-Been-Banned-China-106557.html> (dostęp: 14.07.2016).

<sup>2</sup> P. McClintock, *Box Office: The Verdict for „Batman v. Superman: Dawn of Justice”*, <http://www.hollywoodreporter.com/news/box-office-verdict-batman-v-889234> (dostęp: 14.07.2016).

kładzeniem nacisku na nadrzędne znaczenie transtekstualnego „wszechświata” komiksowych bohaterów, stała się na przestrzeni dekad znakiem rozpoznawczym komiksów Marvela i gwarantem ich sukcesów, czego niektóre aspekty zdają się docierać współcześnie także na teren komiksowych ekranizacji. Trudno bowiem, spoglądając na wyniki finansowe wszystkich trzynastu – jak do tej pory – filmów otwieranych charakterystycznym komiksowym logo, dopatrzeć się jakichkolwiek przejawów finansowych strat czy też rażącego rozczarowania widzów jakością oferowanej rozrywki. Nawet najbardziej krytycznie przyjęte produkcje Marvel Studios – pokroju *The Incredible Hulk* (2008, reż. Louis Letterier), *Iron Mana 2* (2009, reż. Jon Favreau) czy *Thor: Mroczny świat* (2013, reż. Alan Taylor) – zdołały zgromadzić w końcowym rozrachunku „zadowolające” kwoty przychodu ze sprzedaży biletów wynoszące kolejno 263 miliony, 623 miliony i 644 miliony dolarów<sup>3</sup>. Gigantyczna popularność Marvela, której punktem wyjścia stały się współcześnie produkcje wchodzące w skład MCU, jest jednak wynikiem przede wszystkim określonego stylu myślenia o popularnym komiksie i jego miejscu w szerszym spektrum kultury popularnej. Dość powiedzieć, że już w momencie pierwszych sukcesów wydawniczych Marvela z początku lat sześćdziesiątych XX wieku – wraz z ukazaniem się premierowych odcinków *Fantastycznej Czwórki*, *Hulka* czy też *Spider-Mana* – szefostwo wydawnictwa, a przede wszystkim jego *spiritus movens*, czyli Stan Lee, rozpatrywało możliwości włączenia zyskujących na popularności komiksowych herosów w strumień pozakomiksowej produkcji, zerkając przede wszystkim w stronę kina i telewizji. Jak zauważa w swojej niezwykle interesującej „biografii” wydawnictwa Marvel Sean Howe (2013, s. 153): „Stan Lee pojawiał się w biurze kilka razy w tygodniu i nadal zajmował się akceptacją okładek. Kiedy nie analizował raportów finansowych, zestawień zysków i strat oraz bilansów rocznych lub nie podpisywał umów licencyjnych na postaci Marvela [...] przemawiał na uniwersytetach i spotykał się z producentami, usiłując przenieść Spider-Mana i Hulka na duży ekran”.

Zanim jednak „Era Marvela” miała na dobre zaistnieć w obszarze produkcji kinowej i telewizyjnej, przebojowe wydawnictwo komiksowe przejść miało długą i bolesną drogę, w trakcie której wykuwał się określony model ekonomiczny odpowiedzialny zarówno za największe sukcesy przyszłego studia, jak i jego najbardziej bolesne błędy, jakich nie udało się uniknąć w toku ewolucji. Historycy zajmujący się pozakomiksową działalnością Marvela – jak Matthias Stork czy Derek Johnson – zgodnie uznają, że pierwszym podmiotem oficjalnie oddelegowanym przez wydawnictwo Marvel do promowania i wytwarzania tekstów filmowo-telewizyjnych bazujących na licencjach postaci takich jak Spider-Man było Marvel Entertainment Group. Początek działalności tej spółki sięga połowy lat siedemdziesiątych, kiedy to Marvel rozpoczął przygotowania do produkcji pierwszych seriali telewizyjnych, sięgając na początku właśnie po herosów pokroju Spider-Mana i Hulka. We współpracy ze stacją telewizyjną CBS w latach

<sup>3</sup> W tym kontekście przypadek filmu *The Incredible Hulk* może być postrzegany jako jedyna, póki co, finansowa „wpadka” Marvel Studios. Film ten przy budżecie wynoszącym około 150 milionów dolarów zdołał zarobić jedynie niewiele ponad dwie trzecie wyjściowej kwoty produkcji.

1977-1978 zadebiutowały aż dwie produkcje powiązane z komiksami „Domu Pomysłów” – pierwszą z nich był *The Amazing Spider-Man*, w którym tytułową rolę odgrywał Nicholas Hammond, zaś już rok później (1978) na ekranach telewizorów pojawił się Niesamowity Hulk, w którego muskuły wcielił się kultowy aktor i zapaśnik Lou Ferrigno. Z dwóch pierwszych produkcji Marvela zdecydowanie większą popularnością cieszyła się seria poświęcona zielonemu olbrzymowi, która doczekała się aż pięciu sezonów i statusu produkcji absolutnie kultowej w gronie miłośników zarówno komiksu, jak i telewizyjnej rozrywki. Co ciekawe, obu eksperymentom towarzyszyły także pierwsze próby Marvela dotyczące ekspansji na teren pełnometrażowych tytułów stanowiących tu rodzaj dłuższych odcinków danego serialu. W takiej formule ukazały się między innymi *The Amazing Spider-Man: The Dragon's Challenge*, będący wydłużonym finałem drugiego sezonu serialu, oraz słynna „trylogia” Hulka: *The Incredible Hulk Returns* (1988, reż. Nicholas J. Corea, Bill Bixby), *The Trial of the Incredible Hulk* (1989, reż. Bill Bixby) i *The Death of the Incredible Hulk* (1990, reż. Bill Bixby). To właśnie na gruncie tych niejednokrotnie campowych produkcji po raz pierwszy objawiła się, w ramach filmów aktorskich, komiksowa złożoność uniwersum Marvela – w filmie *The Incredible Hulk Returns* tuż obok tytułowego olbrzyma pojawił się również potężny Thor, w którego wcielił się Eric Kramer.

Na początku lat osiemdziesiątych poza realizacją produkcji aktorskich Marvel Entertainment Group było także zaangażowane w przygotowanie szeregu tytułów animowanych, wśród których najważniejszymi okazały się seriale *Spider-Woman* i *Człowiek Pająk i jego niezwykli przyjaciele* (ich koproducentem była tym razem stacja NBC). O ile produkcje aktorskie, a przede wszystkim film *The Incredible Hulk Returns*, wprowadzały dość nieśmiało pewne akcenty dotyczące złożoności komiksowego uniwersum Marvela (sugerując jedynie obecność wielu superbohaterów w obrębie świata przedstawionego), o tyle seriale animowane stanowiły już niemalże doskonałą adaptację wieloelementowego wszechświata komiksów Marvela. Dość powiedzieć, że w przypadku serialu *Człowiek Pająk i jego niezwykli przyjaciele* przez kolejne odcinki przewinął się kompletny niemal katalog najważniejszych komiksowych herosów – obok tytułowego Spider-Mana i towarzyszących mu Icemana oraz Firestar w kolejnych epizodach pojawili się także między innymi Kapitan Ameryka, X-Men czy Doctor Strange. Smutnym zwieńczeniem pierwszego okresu samodzielnej ekspansji Marvela na gruncie audiowizualnych produkcji stały się niestety tytuły kinowe, które trafiły na ekrany w latach 1986-1990. Ten mało imponujący peleton rozpoczyna fatalnie przyjęty, aczkolwiek współcześnie odkrywany przez widzów na nowo *Kaczor Howard* (1986, reż. Willard Huyck) oparty na jednym z najodważniejszych i mocno metatekstualnych komiksów Marvela, który w swojej filmowej interpretacji okazał się dość chaotyczną opowieścią stanowiącą jednocześnie pierwszą poważną wpadkę samego George'a Lucasa (odpowiedzialnego za produkcję filmu). W ślad za Howardem podążyły niestety dwa co najmniej równie nieudane tytuły – *Punisher* (1989, reż. Mark Goldblatt) i *Kapitan Ameryka* (1990, reż. Albert Pyun) – rażące dziś technologiczną i fabularną nieporadnością, nawet pomimo obecności



ikonicznych dla lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych aktorów pokroju Dolpha Lundgrena (w tytułowej roli Punishera). Fatalna jakość obu filmów odcisnęła swe piętno na przyszłości filmowych ekranizacji Marvela – *Kapitan Ameryka* Pyuna został wycofany z dystrybucji kinowej i trafił bezpośrednio na rynek wideo, zaś wszelkie plany dotyczące dalszych dyskusji pomiędzy Marvelem a dużymi wytwórniami filmowymi zostały zawieszono w związku z rozczarującym przyjęciem pierwszych ekranizacji.

Momentem zwrotnym dla Marvela okazało się przejęcie MEG (Marvel Entertainment Group) przez koncern New World Entertainment w roku 1993. W ramach tego nowego podmiotu wydzielony został specjalny segment produkcyjny mający pracować wyłącznie nad materiałami bazującymi na komiksowych postaciach Marvela. Utworzone w ten sposób Marvel Films – oraz jego spółka córka Marvel Films Animation – wyznaczają właściwy początek filmowo-telewizyjnej ekspansji Marvela, za której ostateczny kształt znaczną odpowiedzialność ponosi Avi Arad, szef firmy zabawkarskiej ToyBiz, która chętnie weszła we współpracę z Marvel Films. Arad – dziś dla wielu miłośników Marvela postać niejednoznaczna, głównie z racji skrajnego „utowarowienia” bohaterów wydawnictwa – jest jednak także niezaprzeczalnie człowiekiem, który niemalże samodzielnie otworzył „Dom Pomysłów” na pozakomiksowe rynki, słusznie zakładając, że kluczowym aspektem dla tego typu strategii jest odniesienie sukcesu na polu filmowym. Z inicjatywy Arada – a także dzięki szeroko zakrojonej współpracy z ToyBiz obejmującej przede wszystkim rozbudowane kampanie merchandisingowe – w latach 1993-1997 ukazały się największe, jak do tej pory, sukcesy Marvela na polu seriali animowanych. Produkcje *Spider-Man*, *The Incredible Hulk* oraz *X-Men* to dziś tytuły absolutnie kultowe, które doczekały się jednocześnie jako pierwsze szerokiego uznania krytycznego właśnie z racji mocnego przywiązania do komiksowych oryginałów, a mówiąc ściślej: do wiernego ekranizowania (czy też, chciałoby się rzec, animowania) klasycznych komiksowych historii w warunkach nowego medium. Jak jednak słusznie zauważa Derek Johnson, owo przenoszenie zaawansowanych struktur występujących pomiędzy poszczególnymi bohaterami świata Marvela, kumulujące się w ramach tak zwanych crossoverów, czyli opowieści opartych na krzyżujących się liniach narracyjnych, nie było tu zasadniczą nowością, jako że już wspomniane wcześniej serie pokroju *Człowiek Pająk i jego niezwykli przyjaciele* odwoływały się do bogatej sieci powiązań pomiędzy herosami (Johnson, 2012, s. 7). Niewątpliwie jednak to właśnie produkcje pokroju animowanych *X-Men* wyniosły te strategie na nowy, wyższy poziom – adaptując chociażby na szklany ekran zaawansowane fabularnie opowieści pokroju *X-Men: Days of Future Past*, przeschczepiając jednocześnie znaną z komiksów ideę multiwersum (światów równoległych). Na gruncie czysto produkcyjnym współpraca z Avim Aradem i ToyBiz miała jednak okazać się dla Marvel Films znacznie bardziej kluczowa, niż zakładały to pierwotne ustalenia dotyczące promowania określonych seriali. To bowiem właśnie między innymi dzięki pojawieniu się dwóch powyższych podmiotów w historii Marvela możliwe okazało się ostateczne wykrystalizowanie tworu znanego dziś jako Marvel Studios.



Symboliczną datą początkową dla istnienia Marvel Studios jest sierpień roku 1996, kiedy to dochodzi do połączenia dwóch spółek – wcześniejszej Marvel Films z New World Communication Group – przy znaczącym udziale Aviego Arada. Z fuzji wyłania się nowy podmiot filmowo-telewizyjny, który – co jest elementem ekstremalnie istotnym dla niniejszej analizy – wyznacza zupełnie nowy system biznesowego funkcjonowania dla francyz powiązanych z komiksami Marvela. Model ów okazuje się tak zwanym modelem licencyjnym, którego istotą jest operowanie wewnątrz przemysłu filmowego opierające się na sprzedaży dużym studiom licencji na wykorzystywanie postaci znanych z kart komiksów. Ostateczna nieopłacalność i krótkowzroczność tego sposobu funkcjonowania, o czym wspomnę za chwilę, sprawi ostatecznie, że w roku 2004 Marvel Studios podejmie pierwsze próby zmierzające do usamodzielnienia się studia – do uzyskania możliwości samofinansowania filmowych francyz Marvela. Póki co jednak, jak słusznie pisał Derek Johnson, przyjęcie modelu licencyjnego wydawało się jedynym wyjściem dla wydawnictwa, które w wyniku dramatycznego załamania rynku komiksowego w połowie lat dziewięćdziesiątych i malejącego zainteresowania komiksami w ogóle musiało stawić czoła ponuremu widmu rychłej upadłości. Jak twierdzi Johnson (2012, s. 1): „W ramach konsekwencji związanych z recesją rynku komiksowego pod koniec lat 90. oraz wyczekiwany bankructwem Marvela jedyną alternatywą pozostawało przystanie na transze wypłacane przez Hollywood na korzystanie z postaci Marvela, co w konsekwencji mogło przyczynić się do przyszłego odrodzenia firmy. Przed 2005 rokiem sukcesy filmów opartych na kupionych licencjach pozwoliły osiągnąć Marvelowi stabilizację oraz zacząć myśleć o samofinansowaniu i w konsekwencji odzyskaniu od dotychczasowych partnerów studia kreatywnej kontroli oraz zysków z box office’u”.

Zanim Marvel Studios osiągnęło jednak kreatywną i finansową niezależność, przez blisko dekadę musiało działać w obrębie strategii licencyjnej, zadowalając się pozycją dostawcy materiału dla dużych graczy w Hollywood. Większość umów zawierana w tamtym okresie ze studiami filmowymi – przede wszystkim z Columbia Pictures i 20th Century Fox – miała następujący charakter: w zamian za opłacenie „licencji” na daną postać i niewielki procent przychodów z box office’u studio filmowe zyskiwało całkowitą kontrolę kreatywną nad produkcją, marketingiem oraz sublicencjonowaniem filmu lub postaci. Jak wspomniał wcześniej Johnson, był to model nad wyraz ograniczający dla Marvela, lecz jednocześnie jako jedyny gwarantował utrzymanie zainteresowania postaciami pokroju Spider-Mana w sytuacji, w której sprzedaż samych komiksów utrzymywała się na wyjątkowo niskim poziomie. Być może najbardziej obrazowo wypowiedział się w tym aspekcie Bernard Miège, który określił działające na zasadach podobnych do Marvel Studios podmioty, orbitujące wokół dużych wytwórni filmowych, mianem „kreatywnych farm” – odgrywających kluczowe role w rozwoju medialnych konglomeratów, bo dostarczały gotowe franczyzy, w które mógł zainwestować potentat – i mieć już zapewnioną rozpoznawalność i popularność danej marki (Miège, 1989, s. 44).

Niezaprzeczalnie zatem operowanie zgodnie z modelem licencyjnym oznaczało dla Marvel Studios pozostawanie na marginalnej pozycji – zarówno w zakresie wprowadzania kreatywnych rozwiązań, jak i czerpania finansowych profitów z kolejnych ekranizacji.

Jak dobitnie pokazują konkretne zestawienia finansowe z lat 2000-2008, działanie w granicach modelu licencyjnego oznaczało dla Marvela znaczny odpływ zysków generowanych nawet przez najmniej dochodowe w tamtym czasie ekranizacje marvelowskich komiksów dokonywane za pośrednictwem wytwórni Columbia czy 20th Century Fox. Poniższe zestawienie przedstawia końcowe zyski z globalnego box office'u uzyskane przez wszystkie kinowe produkcje korzystające z licencji Marvela, ale wyprodukowane przed usamodzielnieniem się Marvel Studios. Podczas lektury tego spisu należy pamiętać, że końcowy przychód, jaki Marvel otrzymywał przy okazji każdego kolejnego filmu, wynosił zaledwie 2% łącznej sumy finalnego box-office'u dla każdej kolejnej ekranizacji:

- *Blade* (1998) – New Line Cinema – 131,181 miliona dolarów;
- *X-men* (2000) – 20th Century Fox – 296,339 miliona dolarów;
- *Blade 2* (2002) – New Line Cinema – 155,010 miliona dolarów;
- *Spider-Man* (2002) – Columbia Pictures – 821,708 miliona dolarów;
- *X-Men 2* (2003) – 20th Century Fox – 407,711 miliona dolarów;
- *Daredevil* (2003) – 20th Century Fox – 179,179 miliona dolarów;
- *Hulk* (2003) – Universal Studios – 245,360 miliona dolarów;
- *Spider-Man 2* (2004) – Columbia Pictures – 783,766 miliona dolarów;
- *Punisher* (2004) – Artisan Entertainment – 54,700 miliona dolarów;
- *Blade Trinity* (2004) – New Line Cinema – 128,905 miliona dolarów;
- *Elektra* (2005) – 20th Century Fox – 56,681 miliona dolarów;
- *Fantastyczna Czwórka* (2005) – 20th Century Fox – 330,579 miliona dolarów;
- *X-Men: Ostatni bastion* (2005) – 20th Century Fox – 459,359 miliona dolarów;
- *Ghost Rider* (2006) – Columbia Pictures – 228,738 miliona dolarów;

- *Fantastyczna Czwórka: Narodziny Srebrnego Surfera* (2006) – 20th Century Fox – 289,047 miliona dolarów;
- *Spider-Man 3* (2007) – Columbia Pictures – 890,871 miliona dolarów<sup>4</sup>.

Podliczając ostatecznie możliwą kwotę, która uciekła Marvelowi z racji konieczności oddania zasadniczej części zysków kinowych niezależnemu podmiotowi studyjnemu, łatwo zauważyć, iż sięgała ona rzędu ponad dwóch miliardów dolarów. I choć funkcjonowanie Marvela w ramach systemu licencyjnego nie było do końca deficytowe – w 2004 roku blisko 83% zysków Marvela pochodziło z licencji filmowych, zaś w 2008 roku Marvel stał się największym licencjodawcą w przemyśle rozrywkowym, osiągając roczny przychód z tego tytułu na poziomie 5,78 miliarda dolarów – to jednak znaczące ograniczenia w segmencie kinowym (wynikające głównie z braku możliwości samodzielnego produkowania filmowych adaptacji komiksów) pozostawały wyraźnym problemem dla studia.

Sytuacja taka była rzecz jasna nie do zaakceptowania zarówno dla szefostwa Marvel Studios, jak i dla władarzy komiksowego wydawnictwa. Oprócz oczywistej słabości, jaką dla modelu licencyjnego były znaczne straty finansowe, tego typu strategia biznesowa wiązała się jeszcze z kilkoma innymi niepożądanymi skutkami. Zdaniem Matthiasa Storka (2014, s. 82):

Model licencyjny odpowiadał za szereg wad [...], włączając w to brak kreatywnej kontroli nad własnością wydawnictwa, ograniczone możliwości finansowego planowania oraz rozwoju francyz, jak również i ograniczony dostęp do rynków podległych bezpośrednio branży filmowej. Innymi słowy, dopływ dochodu był w tym przypadku mocno ograniczony i niedający się zaplanować w ramach działania długoterminowego [...]. Działania Marvela zaczęły zmierzać do odzyskania kontroli nad własnymi markami głównie w celu maksymalizacji swoich zysków jako zewnętrznej i niezależnej *niefilmowej* spółki działającej w Hollywood, która używa swojego doświadczenia z rynku komiksowego do projektowania nowej formuły blockbustera.

Kluczowym momentem w odzyskiwaniu wspomnianej powyżej niezależności był rok 2004, kiedy kierownictwo Marvela zaczęło jawnie mówić o chęci uniezależnienia swoich przyszłych produkcji kinowych od współpracy z zewnętrznymi graczami filmowymi. Zasadniczym zaś zabiegiem, który miał umożliwić Marvelowi odseparowanie się od hollywoodzkich podmiotów i tym samym zachowanie zysków z własnych licencji, jest ponoć pożyczka w wysokości 525 milionów dolarów, jaką spółce Marvel Studios udzielił bank Merrill-Lynch. Dokładne szczegóły umowy między bankiem a firmą pozostają rzecz jasna niejawnymi, pewne jest jednak, że jednym z warunków postawionych przez Merrill-Lynch była konieczność wyprodukowania przez Marvel Studios 10 filmów na podstawie licencji filmowych na przestrzeni kolejnych ośmiu lat, których budżet wahać się miał między 50 a 165

<sup>4</sup> Zestawienie własne na podstawie danych z [boxofficemojo.com](http://boxofficemojo.com).

milionami dolarów. Według nieoficjalnych informacji w ramach porozumienia ustalone także zostało, iż owych pierwszych 10 filmów, tworzących podwaliny Kinowego Uniwersum Marvela, miało wykorzystywać następujące postacie znane z komiksów: Ant-Mana, The Avengers, Czarną Panterę, Kapitana Amerykę, Cloaka i Dagger, Doktora Strange'a, Hawkeye'a, Nicka Fury'ego, Power Packa oraz Shang-Chi. Uzyskanie znaczącej płynności finansowej pozwoliło jednak Marvelowi myśleć o wiele śmieiej o projekcie swojego kinowego wszechświata. Pierwotne plany zakładały bowiem, iż owa dziesiątka pierwszych filmów Marvel Studios korzystać będzie z postaci, których licencje nie zostały dotychczas sprzedane żadnemu studiu, co jednocześnie oznaczało, że byli to bohaterowie stosunkowo mało znani w powszechnej świadomości i raczej drugoplanowi. Choć brzmi to dziwnie w przypadku Kapitana Ameryki, którego trzy samodzielne filmy zarobiły przecież ponad dwa miliardy dolarów, to jednak w roku 2005 – między innymi z racji rozczarowujących ekranizacji z lat dziewięćdziesiątych – była to postać posiadająca wyjątkowo mały potencjał franczyzowy. Pieniądze pozyskane od Merrill-Lynch skłoniły jednak Marvela do próby odzyskania praw do superbohaterów z o wiele większymi możliwościami generowania box office'owych zysków. Pierwszą w ten sposób odzyskaną postacią stał się Iron Man.

W roku 2005 Marvelowi udało się odkupić prawa do postaci Iron Mana, które znajdowały się w posiadaniu wytwórni filmowej New Line Cinema. Sama zaś kinowa produkcja z udziałem tego bohatera, która zadebiutowała na ekranach kin w 2008 roku, stała się faktycznym początkiem Marvel Cinematic Universe na dwóch płaszczyznach – narracyjnym (inicjując ciąg fabularnych zdarzeń, których współuczestnikami w dalszym okresie stały się kolejne postacie Marvela, takie jak Thor, Hulk czy Strażnicy Galaktyki) oraz finansowym (pozwalając Marvel Studios na samodzielne sfinansowanie produkcji i zachowanie zasadniczej części zysków). Przez wielu obserwatorów przypadek *Iron Mana* Jona Favreau traktowany jest jednak jako przykład „produkcji przejściowej” – jest to bowiem rzeczywiście pierwsza niezależna produkcja Marvel Studios, lecz jednocześnie kwestia jej dystrybucji i ostatecznego podziału zysków zachowała część wcześniejszego modelu licencyjnego. Jak pisze Derek Johnson (2012, s. 11): „Dzięki *Iron Manowi*, pierwszej produkcji podlegającej własnemu mechanizmowi finansowemu, Marvel Studios osiągnęło zyski większe niż ze wszystkich wcześniejszych szesnastu tytułów [powstałych w latach 2000-2008 na podstawie sprzedaży licencji – T.Ż.]. Jako dystrybutor Paramount otrzymał w końcowym rozrachunku tylko 50 milionów z puli ponad 600 milionów światowego box office'u, co w znaczącym stopniu odwróciło wcześniejszą relację pomiędzy Marvelem a innymi studiami wyznaczaną przez porozumienia licencyjne”.

Wspomniana wcześniej „przejściowość” w przypadku ekonomicznej formuły *Iron Mana* wynikała właśnie z wciąż obowiązującej w chwili premiery filmu, aczkolwiek znacznie zredukowanej, konieczności współpracy z zewnętrznymi partnerami filmowymi – pełniącymi tym razem funkcję dystrybutorów filmu – oraz ostatecznego przekierowania niewielkiej części przychodu na współpracującą

spółkę. Tymczasem po doświadczeniu wynikającym z ograniczeń modelu licencyjnego, dalszy, to znaczy następujący po *Iron Manie*, model finansowego rozwoju Marvel Studios należałoby określić jako jeszcze bardziej zintensyfikowane dążenie do produkcyjno-dystrybucyjnej niezależności i maksymalnej akumulacji całkowitego kapitału. W przypadku Marvel Studios oba te zamierzenia stały się możliwe dopiero po przejęciu koncernu Marvel przez Walt Disney Company, które nastąpiło 31 grudnia 2009 roku. Konsekwencje tego połączenia okazały się bardziej niż znaczące dla przyszłych działań Marvel Studios – oto bowiem samo studio stało się częścią popkulturowego podmiotu o praktycznie nieograniczonych możliwościach i zasobach finansowych oraz dystrybucyjnych, co ostatecznie usunęło konieczność zawierania jakichkolwiek kompromisów pomiędzy działalnością Marvela a interesami konkurencyjnych spółek. Disney okazał się wreszcie idealną platformą dla narracyjnej, finansowej i dystrybucyjnej synergii, dzięki której możliwe stało się konsekwentne rozwijanie tak kluczowej dla Marvela idei „uniwersum”. Paradoksalnie zatem, „wchłonięcie” Marvel Studios przez multimedialnego giganta okazało się rodzajem finansowo-produkcyjnego „uniezależnienia przez uzależnienie”. Portfolio komiksowe Marvela – wraz z wszystkimi przyległymi towarami i usługami okołokomiksowymi – zostało oczywiście zawłaszczone przez koncern Disneya i włączone w szersze strategie medialno-rynkowe wyznaczane dla wszystkich linii Walt Disney Company. Z drugiej strony u sterów kolejnych projektów Marvela pozostał jego główny *spiritus movens* – producent Kevin Feige – gwarantujący względną niezależność artystyczną MCU w obrębie uniwersum Disneya. To rozwiązanie idealne dla obu stron – Disney poszerza pole zysków dzięki eksplorowaniu pozyskanych komiksowo-filmowych narracji, z kolei Marvel (korzystając ze środków produkcyjnych i marketingowych większego koncernu) może ambitnie i, póki co, wględnie niezależnie rozwijać swój projekt kinowego uniwersum.

Trudno jednak uznać ewolucję ekonomicznego modelu Marvel Studios za skończone zjawisko. Finansowe możliwości oferowane przez koncern Disneya wciąż nie zdołały bowiem rozwiązać jednego, szczególnie problematycznego w przypadku uniwersum komiksowo-filmowego, zagadnienia – kwestii renegotjacji zawieranych na początku tysiąclecia umów licencyjnych, co wiąże się rzecz jasna z odzyskiwaniem kreatywnej i finansowej kontroli nad konkretnymi postaciami Marvela. Oczywistym celem jest tu dalsza konsolidacja kinowego uniwersum związana jednocześnie z eksplorowaniem nowych bohaterów-marek i dalszym akumulowaniem kinowego zysku. W ostatnim czasie głośnym przypadkiem dotyczącym wspomnianych planów licencyjnych renegotjacji stała się umowa zawarta między Marvel Studios a firmą Sony – dotychczasowym posiadaczem praw do postaci Spider-Mana i bohaterów z nim powiązanych – co miało być bezpośrednim wynikiem druzgocących recenzji, jakie otrzymała ostatnia samodzielna produkcja Sony osadzona w marwelowskim uniwersum, czyli film *Niesamowity Spider-Man 2* (2014, reż. Marc Webb). Na podstawie nowego porozumienia – zakładającego powrót praw do postaci Spider-Mana do Marvel Studios – wszelkie decyzje kreatywne przeszły do koncernu Disneya, podczas gdy Sony zachowało prawa do części zysków związanych z dystrybucją filmów i możliwość przygotowywa-

nia samodzielnych produkcji, jednakże w ścisłej współpracy z ludźmi z Marvela. Pierwszym owocem współpracy było oficjalne włączenie postaci Spider-Mana do MCU w produkcji *Kapitan Ameryka: Wojna bohaterów*, zaś już w roku 2017 ma ukazać się premierowy film o przygodach tego herosa w całości przygotowany w ramach Marvel Studios. Przed „Domem Pomysłów” i Disneyem stoi jednak o wiele poważniejsze wyzwanie, jakim będzie ewentualne porozumienie ze studiem 20th Century Fox – posiadaczem licencji do tak kluczowych komiksowych postaci, jak X-Men, Fantastyczna Czwórka, Deadpool czy Silver Surfer. Fox od lat konsekwentnie rozwija w ramach swoich kinowych ekranizacji komiksów ideę konkurencyjnego względem Marvel Studios uniwersum, które opiera się przede wszystkim na filmach z serii *X-Men* i związanych z nimi tytułach. W roku 2015 studio zrealizowało nawet remake własnej produkcji z roku 2005, czyli *Fantastycznej Czwórki* (2005, reż. Tim Story), za który odpowiedzialny był Josh Trank i który docelowo miał rozszerzyć uniwersum X-Menów o grupę nowych postaci. Produkcja ta spotkała się jednak z miazdzącym przyjęciem ze strony krytyków oraz widzów i stała się jedną z najbardziej spektakularnych porażek finansowych w historii kina komiksowego (przy budżecie rzędu 120 milionów produkcja zarobiła marne 168 milionów dolarów). Wzbudziło to wśród fanów komiksów podejrzenia dotyczące ewentualnego oddania praw do Fantastycznej Czwórki w ręce Marvel Studios lub przynajmniej podjęcia międzykorporacyjnej współpracy, jaka pojawiła się w przypadku Spider-Mana. Póki co wszelkie teorie na ten temat są konsekwentnie dementowane przez przedstawicieli Foxa, aczkolwiek najnowsza pogłoska mówi, iż w ramach tegorocznego festiwalu Comic-Con w San Diego Marvel ma ogłosić rozpoczęcie prac nad własną wizją Fantastycznej Czwórki za zgodą koncernu Fox. Raczej nie ma podstaw, aby w najbliższym czasie podobna zapowiedź miała dotyczyć franczyzy związanej ze X-Men – filmy z tej serii stanowią jedno z najważniejszych źródeł zysku dla korporacji Ruperta Murdocha, zaś kolejne spin-offy serii, jak wspomniany we wstępie *Deadpool* czy seria poświęcona postaci Wolverine’a, tworzą już samodzielne subfranczyzy wewnątrz większej komiksowej całości.

Niniejszy tekst nie rości sobie w żadnym razie pretensji do zaprezentowania całości istotnych kwestii związanych z filozofią funkcjonowania i charakterystyczną estetyką produkcji filmowo-komiksowych firmowanych przez logo Marvel Studios. Takowe opracowanie, siłą rzeczy bardziej rozbudowane, czytelnik będzie mógł odnaleźć w mojej autorskiej monografii poświęconej współczesnemu kinu komiksowemu, która powinna ukazać się w roku 2017. Chciałem natomiast w ramach powyższych uwag zastanowić się nad ekonomicznym zapleczem filmowej komórki Marvela, prezentując jej historyczną ewolucję i kluczowe założenia organizacyjne. Zaprezentowany model nie stanowi oczywiście konstruktu skończonego – wraz ze zmieniającymi się tendencjami i możliwymi nowymi formami współpracy, wynikającymi z przepływu wspomnianych licencji i praw do postaci, należy spodziewać się ciągłej transformacji działalności Marvel Studios – także w ramach nieustannego poszukiwania nowych strategii dla narracyjnej i ekonomicznej ekspansji.



## Bibliografia

- Howe, S. (2013). *Niezwykła historia Marvel Comics* (tłum. B. Czartoryski). Warszawa: SQN.
- Johnson, D. (2012). *Cinematic Destiny: Marvel Studios and the Trade Stories of Industrial Convergence*. „Cinema Journal”, vol. 52, no. 1.
- Libbey, D. (2016) *Why „Deadpool” has been banned in China*, <http://www.cinemablend.com/new/Why-Deadpool-Has-Been-Banned-China-106557.html> (dostęp: 14.07.2016).
- Lyons, D. (2016). *Rumor: Marvel to Announce Fantastic Four Partnership with Fox at comic Con*, <http://www.screengeek.net/2016/07/12/rumor-marvel-to-announce-fantastic-four-partnership-with-fox-at-comic-con/> (dostęp: 14.07.2016r.).
- McClintock, P. (2016). *Box Office: The Verdict for „Batman v. Superman: Dawn of Justice”*, <http://www.hollywoodreporter.com/news/box-office-verdict-batman-v-889234> (dostęp: 14.07.2016r.).
- Mendelson, S. (2015). „Avengers: Age Of Ultron”, „Tron: Legacy”, And More „Flops” That Weren’t, <http://www.forbes.com/sites/scottmendelson/2015/10/01/avengers-age-of-ultron-tron-legacy-and-more-flops-that-werent/#4ff9565d7540> (dostęp: 14.07.2016).
- Miège, B. (1989). *The Capitalization of Cultural Production*. Bagnolet: International General, Bagnolet 1989.
- Stork, M. (2014). *Assembling the Avengers: Reframing the Superhero Movie through Marvel’s Cinematic Universe*, [w:] J. M. Gilmore, M. Stork, (red.), *Superhero Synergies. Comic Book Characters Go Digital*, Lanham: Rowman&Littlefield, Lanham 2014.

## The Marvel Age: Economic Specification of the Marvel Cinematic Universe

In his article, the author is trying to describe the evolution of audio-visual presentations based on the Marvel Comics characters and stories. The main goal of the paper is to recreate the economic and industrial foundations that stand behind the modern Marvel Cinematic Universe. By referring to many crucial turning points in the history of Marvel’s cinematic odyssey – like its unsuccessful TV beginnings and final re-shaping by being connected with Walt Disney Company – the analysis is trying to underline the important shifts in the financial and organisational structure of the Marvel’s Hollywood brands that were leading to the spectacular triumph of today’s “House of Ideas”.

# Ewa Ciszewska

Uniwersytet Łódzki

## Postfilmowa Łódź i spojrzenie turysty. Sposoby wykorzystywania filmowych walorów miasta w przedsięwzięciach biznesowych i niekomercyjnych

Rozważania z zakresu turystyki filmowej jako części turystyki kulturowej, dotychczas zarezerwowane dla analizy zachodnioeuropejskich metropolii, coraz częściej dotyczą także postsocjalistycznych miast Europy Środkowej i Wschodniej. W poniższym tekście przyjrę się, jak spojrzenie turysty – uniwersalny sposób percepcji, charakterystyczny dla zachodniej modernizacji – kształtuje wizerunek Łodzi jako miasta filmu<sup>1</sup>. W formułowaniu założeń pracy posłużę się koncepcjami Johna Urry’ego (spojrzenie turysty) (2011) i Anne Friedberg (idea tematyzowania) (1993). Przyjętą ramę teoretyczną zastosuję do analizy obecnych w sferze publicznej sposobów reprezentacji filmowych walorów Łodzi. Udowodnię, że charakter tych wizerunków – utowarowionych, zdekontekstualizowanych i podporządkowanych motywacji ekonomicznej – wskazuje na logikę pracy spojrzenia turysty. Efekty pracy spojrzenia turysty zostają wzmocnione poprzez tematyzowanie Łodzi jako miasta filmu – obie praktyki oparte są bowiem na komercjalizowaniu obrazów i doświadczeń. Studia przypadków produktów turystycznych oraz inicjatyw komercyjnych wykorzystujących filmowe odnośniki posłużą mi do zilustrowania, w jaki sposób lokalna historia filmowa zostaje przepisana w formuły globalnych formatów, takich jak Aleja Gwiazd czy szlak pomników. Analizie poddam także przypadki, w których zauważalne jest posługiwanie się filmowymi denominatorami w celu zbudowania lub wzmocnienia prestiżu miejsca albo inwestycji wcześniej pozbawionych filmowych konotacji. Poruszę także zagadnienie wpływu powyższych praktyk na rozwój turystyki filmowej w Łodzi.

<sup>1</sup> Niniejszy artykuł jest rozwinięciem tekstu E. Ciszewskiej, *Łódź as a Central European Post-Cinematic City, and the Tourist Gaze*, w: *Transformation Processes in Post-Socialist Screen Media*, eds. Jana Dudková, Katarína Mišíková, *Vysoká škola múzických umení v Bratislave – Ústav divadelnej vedy SAV*, Bratislava 2016, s. 167-187.

## Spojrzenie turysty i praktyka tematyzowania jako narzędzia do analizy przestrzeni miejskiej Łodzi

Jedne z obiektów najchętniej fotografowanych przez uczestników konferencji filmoznawczej „Archives of/for the Future. The NECS 2015 Conference”, która odbyła się w czerwcu 2015 roku w Łodzi, stanowiły billboardy umieszczone w podwórzu centrum gastronomiczno-rozrywkowego OFF Piotrkowska. Widniały na nich twarze Poli Negri i Rudolfa Valentino. Napis obok podobizny amanta międzywojennego kina głosił, że „Rudolf Valentino znalazł mieszkanie w centrum Łodzi”, twarz Negri sygnowała zaś hasło: „Pola Negri zdecydowała, że już niedługo zamieszka w centrum Łodzi”. Artyści – nie licząc sylwestrowego występu aktorki



Fot. 1. Emblemat Łodzi filmowej, Muzeum Kinematografii ulokowane w XIX-wiecznym pałacu Karola Scheiblera, fot. Aneta Bochnacka

w sali koncertowej przy ulicy Dzielnej w 1915 roku – nie byli z Łodzią w żaden sposób związani. Billboardy reklamujące wykup mieszkań w powstającym osiedlu Art Modern (planowana data ukończenia inwestycji to 2017 rok) to nie tylko znak globalnej tendencji windowania zysków poprzez stosowanie silnych filmowych marek, lecz także przykład tematyzacji Łodzi jako miasta filmu oraz logiki działania spojrzenia turysty.

Spojrzenie turysty – termin przedstawiony przez Johna Urry’ego w jego wpływowej książce *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* (2011, wydanie pierwsze w 1990 roku) – stosowany jest na określenie charakterystycznego dla zachodniej modernizacji sposobu postrzegania świata. Spojrzenie turystyczne stało się narzędziem do opisywania dominującego mode-

lu relacji człowieka z jego otoczeniem, szczególnie w koncepcjach odwołujących się do rzeczywistości postmodernistycznej i realiów płynnej ponowoczesności (Bauman, 2000; Urry, Larsen, 2011). Jak zauważają komentatorzy tego zjawiska, uniwersalna obecność spojrzenia turysty nie wyklucza jego historycznych, geograficznych, społecznych i kulturowych wariacji, ponieważ każdorazowo spojrzenie ujawnia klasowe, genderowe oraz etniczne uwarunkowania tego, kto nim dysponuje (Kristensen, Mazierska, Näriepa, 2016, s. 50). Niezależnie jednak od tego, gdzie i w jakim otoczeniu powstają, przedstawienia tworzone w trybie turystycznym mają wspólne wyznaczniki, którymi są homogenizacja, dekontekstualizacja i mistyfikacja (Alberts, James, 1988, s. 154-155).

Natura doświadczenia turystycznego jest silnie zakotwiczona w wizualnym charakterze otaczającej nas rzeczywistości (Urry, Larsen, 2011). Pojawienie się fotografii, a następnie kina jako jej ruchomego następcy, idealnie zgrało się z potrzebami rozwijającej się turystyki masowej. Fotografia i kino zarówno umożliwiły podróże wirtualne i stały się inspiracją dla wypraw podejmowanych w realnym świecie, przyczyniając się tym samym do poszerzania doświadczenia turystycznego o nowe, niedostępne wcześniej wymiary.

W odniesieniu do kina Europy Środkowej działania wyobraźni turystycznej można doszukiwać się zarówno w tekstach filmowych, jak i poza nimi: w materii



Fot. 2. Gwiazda Janusza Morgensterna na Łódzkiej Alei Gwiazd, fot. Aneta Bochnacka

miasta, strategiach wdrażanych przez jego władarzy, pomysłach komercjalizacji odnajdywanych w nich tradycji. To pierwsze podejście reprezentuje rozprawa Ewy Mazierskiej, Ewy Näriepa i Larsa Kirstensena (2016), odkrywająca pracę spojrzenia

turysty w fikcjonalnych i niefikcjonalnych filmach z końca lat sześćdziesiątych i początku lat siedemdziesiątych, opisujących starówkę stolicy Estonii – Tallina, Gdańsku sportretowanym w filmie *Do widzenia, do jutra* (1960, reż. Janusz Morgenstern) oraz w szwedzko-sowieckiej koprodukcji *Człowiek stamtąd* (1972, reż. Yuri Egorov). Szczególnym przypadkiem filmów konstruowanych pod dyktando spojrzenia turysty są koprodukcje, których proces powstawania jest świadectwem negocjowania znaczeń i próbą sprostania różnorakim, niekiedy wzajemnie sobie przeczącym, oczekiwaniom stron będących podmiotami przedsięwzięcia. Emblematyczna dla tego rodzaju filmów jest pierwsza powojenna koprodukcja polsko-czechosłowacka *Zadzwońcie do mojej żony* (1958, reż. Jaroslav Mach), opowiadająca o podróży czechosłowackiego dziennikarza po Polsce, w której spojrzenie turysty wymazuje przeczący estetycznym kanonom powojenny wizerunek zniszczonej Warszawy i wypiera robotniczy charakter Łodzi, portretując ją raczej jako enklawę artystów (Ciszewska, 2016).

W niniejszym tekście będę tropiła spojrzenie turysty – w szczególności tego zorientowanego na kinematograficzne walory Łodzi – nie w tekstach filmowych, ale w tkance miasta rozumianej jako budynki i inne formy architektoniczne. Przyjrę się strategiom komercjalizacji łódzkiego dziedzictwa filmowego oraz próbom tworzenia produktów turystycznych związanych z filmem. Ramą teoretyczną, która pozwoli mi uspojnić te obserwacje, będzie opisane przez Anne Friedberg tematyzowanie (2010, s. 585-595). Tematyzowanie pierwotnie przynależne było głównie przestrzeniom konsumpcyjnym, poczynając od wystaw sklepowych, a na kompleksach handlowych kończąc. Obecnie zabiegi inscenizacji i immersyjności są nie tylko sposobami doświadczania przestrzeni konsumpcyjnych, lecz także odkrywania i przeżywania przestrzeni miejskiej. Według Anne Friedberg „teatralizowane krajobrazy” działające na zasadzie tematyzowania stają się swoistym rozwinięciem kina (Friedberg, 1993, s. 120). Zasadą przeniesioną z kina staje się w nich montaż atrakcji, widoczny na przykład w sposobie inscenizacji towarów, która pozbawia je związków z własnym pochodzeniem i procesem produkcyjnym, a jednocześnie czyni je przedmiotami mogącymi „zagrać” w różnych scenariuszach konsumpcyjnych realizowanych przez klienta. Anonimowe przestrzenie konsumpcyjne i miejskie często symulują miejsce, a wówczas ich eksploracja odbywa się za pomocą zestawu klisz, składających się na repertuar wyobraźni turystycznej (Brzozowska, 2011, s. 281-282). Podstawowym rezerwuarem symulacji miejsc staje się utematycznienie, uniezwyklenie, manipulacja czasoprzestrzenią czy pastisz (Ritzer, 2010) – a więc cechy przynależne także spojrzeniu turysty. Przyciąganie klienta/użytkownika/turysty odbywa się za pomocą poszerzania aktywności związanych z danym miejscem. W ten sposób obiektem konsumpcji może być nie tylko towar nabywany w sklepie, lecz także widowisko, impreza, wystawa czy konkurs (Makowski, 2003, s. 65).



### Filmowe tematyzowanie postfilmowej Łodzi

Zazwyczaj budowanie atrakcyjności miasta oparte jest na eksplorowaniu jednego tematu, którego charakter określają odpowiednie zestawy klisz i wyobrażeń składających się na repertuar wyobraźni turystycznej. Przy użyciu wyobraźni turystycznej tematyzowanie zamienia miasto w swoisty park rozrywki; co warte podkreślenia, staje się ono miejscem, które zaczyna odpowiadać na potrzeby zarówno turystów, jak i mieszkańców stających się coraz bardziej wymagający jako konsumenci (Brzozowska, 2012, s. 85).



Fot. 3. Pomnik misia Uszatka przy ulicy Piotrkowskiej, fot. Aneta Bochnacka

Przestrzeń miejska Łodzi organizowana jest przez dwie wyobraźnie turystyczne: pierwsza z nich ewokuje fabrykancką przeszłość miasta (Brzozowska, 2011, s. 279-290), druga – kinematografię. Są to typy wyobraźni, które nie konkurują



ze sobą, a w wyjątkowych przypadkach – jak to ma miejsce w Muzeum Kinematografii, ulokowanym w XIX-wiecznym pałacu Karola Scheiblera – wzajemnie wspierają i rozbudowują zestawy wyobrażeń (Wiewiórski, 2016). W Muzeum Kinematografii swoistych cech materialności nabiera kulturowy znak mariażu wyobraźni fabrykanckiej i filmowej – *Ziemia obiecana* (1974) Andrzeja Wajdy, do której zdjęcia realizowane były w pałacowych przestrzeniach.

Kinematografia i przemysł włókienniczy nie reprezentują dziś – w odróżnieniu od okresu PRL-u – istotnego w strukturze miasta kapitału ekonomicznego. Są natomiast ważką walutą symboliczną i wpływają na atrakcyjność turystyczną miasta, czego w odniesieniu do zabytków dziedzictwa przemysłowego dowodzi Maciej Kronenberg (2012). Obecnie „film” i „fabryka” widoczne w kampaniach reklamowych, logotypach firm i projektach architektonicznych tworzą odniesienie do dawnych, lepszych czasów, kiedy miasto czerpało z nich swoją legitymizację finansową i symboliczną. Jednocześnie – tu ze szczególnym naciskiem na kinematografię – funkcjonują one jako znaki międzynarodowego prestiżu Łodzi.

Film i dziedzictwo filmowe pojawiają się w oficjalnych dokumentach strategicznych miasta jako element realizacji idei Łodzi jako miasta kreatywnego na lata 2010–2016, a także w planach na rok 2020. Blanka Brzozowska (2016), analizując realizacje konceptu kreatywności w Łodzi, zwraca uwagę, że częściej niż w działaniach agend miejskich wytyczne przyjętych strategii znajdują odzwierciedlenie w przedsięwzięciach podejmowanych autonomicznie przez podmioty komercyjne lub przez oddolne ruchy miejskie. Także przekształcenie dziedzictwa filmowego ma miejsce głównie w działaniach podmiotów komercyjnych. Główna strategia promocyjna miasta oparta jest bowiem na zasobach dziedzictwa przemysłowego, czego w ostatnim czasie dowodzą plany nadania ulicom w powstającym właśnie prestiżowym Nowym Centrum Łodzi nazw odnoszących się do rodzin fabrykanckich. Nie wiadomo, jaki skutek odniesie petycja przygotowana przez łódzkiego filmoznawcę Konrada Klejsę postulująca, by patronami ulic uczynić reżyserów Wojciecha Jerzego Hasa, Krzysztofa Kieślowskiego, Andrzeja Munka, Jerzego Kawalerowicza i aktora Jana Machulskiego.

Silną podbudowę dla filmowej wyobraźni turystycznej stanowi historia przemysłu filmowego. W okresie PRL-u działały tu między innymi Wytwórnia Filmów Fabularnych, Wytwórnia Filmów Oświatowych czy Studio Filmowe Se-ma-for. Łódź statystowała w wielu polskich i kilku zagranicznych produkcjach (Ciszewska, 2012). Na obraz filmowego miasta składa się także działalność instytucji kultury i edukacji filmowej: Muzeum Kinematografii, Szkoły Filmowej czy Centralnego Gabinetu Edukacji Filmowej.

W przypadku produktów turystycznych obecność filmu w przestrzeni miasta została ujęta w formaty rozpoznawane na całym świecie – Aleję Gwiazd i szlak pomników. Utworzona w 1998 roku Łódzka Aleja Gwiazd, wzorowana na hollywoodzkim Walk of Fame, składa się z umieszczonych na głównej ulicy miasta – Piotrkowskiej – gwiazd aktorów, reżyserów, operatorów, ale także krytyków i fil-

moznawców związanych z Łodzią w okresie nauki lub pracy. Różnica pomiędzy łódzką wersją a jej hollywoodzkim wzorem polega na braku odbić dłoni bądź stóp. Gwiazdy z odcisniętymi dłońmi znajdują się z kolei w nadmorskiej miejscowości Międzyzdroje, gdzie odbywa się Festiwal Gwiazd. W Łodzi gwiazdy nieprzypadkowo znajdują się na wysokości Grand Hotelu, kolejnego miejsca w Łodzi silnie związanego z kinematografią – przez lata gościł on polskich artystów pracujących w Wytwórni Filmów Fabularnych przy ulicy Łąkowej 29. W opinii Michaela Goddarda (2009, s. 329) zapośredniczenie filmowej historii Łodzi poprzez Aleję Gwiazd prowadzi do parodyzacji i muzealizacji idei, którą ten produkt miał promować. Aleja staje się skansenem polskich osobistości związanych z filmem, a większość z nich – wbrew temu, co sugeruje przyjęcie formatu upamiętnienia w postaci gwiazdy – nie otarła się nawet o progi Hollywood.

Obok Łódzkiej Alei Gwiazd ulica Piotrkowska gości także fragment innego produktu turystycznego – Szlaku Łodzi Bajkowej. Składa się on z dziewięciu figur postaci pochodzących z filmów animowanych zrealizowanych w Studiu Małych Form Filmowych Se-ma-for. Organizatorzy deklarują, że „głównym celem projektu jest promocja Łodzi pod kątem jej dziedzictwa filmowego (promocja marki «Łodzi filmowej»), ze szczególnym uwzględnieniem dorobku łódzkiej animacji”<sup>2</sup>. Figurki bajkowych postaci rozmieszczone są w różnych miejscach Łodzi. Wróbelek Ćwirek stoi przed wejściem do palmiarni, koty Filemon i Bonifacy – na podwórzu Muzeum Kinematografii, a Pingwin Pik-Pok – przed miejskim kąpieliskiem Fala. Pierwszą postacią, która uzyskała swój pomnikowy odpowiednik, był, znany nie tylko w Polsce, Miś Uszatek<sup>3</sup>, który stanął przed wejściem do Centrum Informacji Turystycznej na Piotrkowskiej 87. Pierwotny pomysł zakładał, że podobnie jak w Hollywood, gdzie fikcyjne postacie (jak Myszka Miki czy Kaczor Donald) mają swoje gwiazdy, miś otrzyma swoją na ulicy Piotrkowskiej. Jednak członkowie kapituły Łódzkiej Alei Gwiazd nie wyrazili na to zgody, argumentując, że takie działanie byłoby niewłaściwe, gdyż zaburzałoby powagę projektu.

Szlak Łodzi Bajkowej można potraktować jako odgałęzienie czy też lokalną transformację trendu tworzenia pomników bez cokołów – postaci naturalnej wielkości, najczęściej typowych reprezentantów danego miasta lub osób ważnych dla społeczności lokalnej. Podstawowy wariant tej realizacji to mężczyzna siedzący na ławeczce, krzesle, fotelu lub stojący w swobodnej pozie na chodniku. W Łodzi to rozwiązanie reprezentowane jest przez Galerię Wielkich Łodzian. Podobnie jak ma to miejsce w innych miastach polskich i zagranicznych, łódzkie pomniki-ławeczki zdecydowanie kierują uwagę do świata sztuki i do świata mężczyzn, przedstawiają bowiem poetę (Julian Tuwim), pisarza (Władysław Reymont), muzyka (Artur Rubinstein), reżysera teatralnego (Stefan Jaracz) oraz twórców Łodzi przemysłowej (Karol Scheibler, Izrael Poznański, Henryk Grohman) (Karpińska,

<sup>2</sup> Bajkowa Łódź. <http://www.bajkowa.lodz.pl/nodes/type/bajkowy-szlak> (dostęp: 8.09. 2016).

<sup>3</sup> Miś Uszatek jest znany w Finlandii jako Nalle Luppakorva, a w Japonii jako Oyasumi Kuma-chan. W Finlandii Miś Uszatek spopularyzował pieczenie ziemniaków w ognisku, co było przedstawione w jednym z odcinków serialu. Informacje na podstawie rozmowy ze Zbigniewem Żmudzkim.

2013, s. 105-116). Brak postaci kobiet na pomnikach składających się na Galerię Wielkich Łodzian, odzwierciedlający i legitymizujący porządek społeczny odnoszący się do podziału ról na męskie i kobiece, spotyka się tutaj z drugim „wielkim nieobecny” – filmem. Choć Łodzi nie brakuje wielkich reżyserów, aktorów, operatorów – co dobitnie pokazuje Łódzka Aleja Gwiazd – do żadnego z nich nie można się dosięść na miejskiej ławeczce. Wykluczenie filmowców z oficjalnej, miejskiej pamięci osób reprezentujących tożsamość miasta można tłumaczyć pokutującą od początków kinematografu opinią o niższym statusie kulturowym nowej sztuki. Być może problematyczne jest to, że w odróżnieniu od dotychczasowych bohaterów galerii niektórzy potencjalni kandydaci jeszcze żyją, a ich biografie i stosunek do Łodzi nie tak łatwo ulegają mitologizacyjnym zabiegom. Okazać by się mogło także, że w wielu przypadkach bliskość danej osoby z Łodzią, anonsovana obecnością w Łódzkiej Alei Gwiazd, była krótka i iluzoryczna. Innym



Fot. 4. Budynek Szkoły Filmowej w Łodzi, fot. Aneta Bochnacka

wytłumaczeniem braku filmowców w Galerii Wielkich Łodzian może być zasada „równoległości formatów” – ludziom kina poświęcona jest już Aleja Gwiazd, a gdyby ich sylwetki pojawiały się także w Galerii, zachodziłaby redundancja. Równocześnie pojawiłby się problem wyboru filmowej postaci mającej stanowić emblemat „wielkiego łodzianina związanego z filmem”<sup>4</sup>.

Oba projekty – Łódzka Aleja Gwiazd i Szlak Łodzi Bajkowej – są świadectwem używania sprawdzonych, międzynarodowo rozpoznawalnych konceptów

<sup>4</sup> Za dwie ostatnie sugestie dziękuję anonimowemu recenzentowi (recenzentce) pracy.

turystycznych, a w przypadku Alei Gwiazd – silnie kojarzonych z branżą filmową. Omówione produkty turystyczne do przedstawienia tradycji kinematograficznych Łodzi (znaczenie Łodzi dla filmu polskiego i kultury filmowej oraz przypominanie o łódzkim rodowodzie postaci z filmów animowanych) posługują się wizerunkami postaci – aktorów i bohaterów z bajek. Przepuszczalnie nie wszystkie postacie



Fot. 5. Schody w budynku Rektoratu Szkoły Filmowej w Łodzi, fot. Aneta Bochnacka

z Alei Gwiazd są rozpoznawalne przez przeciętnego turystę (szczególnie gdy odnoszą się do stosunkowo wąskich profesji, jak scenografia czy krytyka filmowa), wyjątkowo – jak Andrzej Wajda czy Pola Negri – znane być mogą odbiorcy zagranicznemu. Forma pomników Szlaku Łodzi Bajkowej umożliwia aktywizowanie przestrzeni, na przykład poprzez zakładanie postaciom czapek i szalików w okresie zimowym. Kilkakrotna obserwacja zachowań turystów na ulicy Piotrkowskiej pozwala stwierdzić, że o wiele bardziej emocjonalne i ciepłe reakcje towarzyszą Uszatkowi niż bohaterom Alei Gwiazd. Miś jest wdzięcznym obiektem „selfie”, a także działań interaktywnych, inicjowanych głównie przez mieszkańców miasta. Podobnie jak w przypadku pomników-ławeczek, bliskość z rzeźbą jest wpisana w pomnikowe założenie i nie staje się aktem obrazoburczym, ale gestem przyjaźni.

Analizowane przykłady wskazują, że utematycznienie Łodzi jako miasta filmu ma tę specyficzną cechę, że dla jego osiągnięcia stosowane są globalnie rozpoznawalne schematy turystyczne, co pozbawia materię będącą jej przedmiotem specyficznych dla niej walorów. Hollywoodzki schemat Alei Gwiazd, paradoksalnie, zamiast zwiększać widoczność reprezentowanych artystów, prowadzi do ich karykaturalizacji i muzealizacji. Gwiazdy, stosując pojęcia Patricii C. Albers i Williama



Jamesa (1988), dekontekstualizują filmowców, wrywają ich z rodzimej kultury produkcyjnej, która wszak nie była oparta na hollywoodzkim modelu. Choć Łódź w swojej strategii marketingowej akcentuje przywiązanie do marki miasta filmowego, przekonanie o filmowych walorach i tradycjach Łodzi nie znajduje odbicia w produktach turystycznych i przedsięwzięciach podejmowanych przez miasto. Filmowcy są wielkimi nieobecnyymi pomnikowej Galerii Wielkich Łodzian, na których miano zasługują jedynie poeci, pisarze, pianiści i reżyserzy teatralni. Z kolei kapituła Łódzkiej Alei Gwiazd wykluczyła możliwość uhonorowania gwiazdami fikcyjnych bohaterów (w przeciwieństwie do hollywoodzkiego Walk of Fame). W ten sposób formaty składają się na hierarchizującą narrację o ważnych osobach Łodzi filmowej, gdzie nadrzędne miejsce przypada twórcom pracującym przy filmach fabularnych, w cieniu pozostają zaś twórcy przekazów innego rodzaju ( animatorzy i dokumentaliści – w Alei Gwiazd reprezentowani jedynie przez Władysława Starewicza i Zbigniewa Rybczyńskiego).

### Turystyka filmowa w Łodzi: praktyki i perspektywy

Istotnym zagadnieniem w kontekście tematykacji miasta pod kątem filmowym jest to, czy i w jaki sposób praktyka ta przekłada się na rozwój ruchu turystycznego. Turystyka filmowa, do niedawna uznawana za turystyczną niszę i wymieniana jednym tchem z turystyką militarną, kosmiczną czy nurkową, jest obecnie jedną z najprężniej rozwijających się gałęzi turystyki kulturowej i wywiera istotny wpływ na turystykę mainstreamową (Faber, Tomala, 2011, s. 148-158). Turystyka filmowa, zwana także *film-induced tourism*, to nie tylko odwiedzanie lokalizacji, które zostały sportretowane w filmie czy w telewizji (*on-location tourism*). Pojęcie to zawiera także takie fenomeny, jak podróże do miejsc związanych z gwiazdami filmu, zwiedzanie wytwórni filmowych i parków tematycznych czy wyprawy śladami filmowych protagonistów (*off-location tourism*) (Beeton, 2016). Jak pokazuje praca Stefana Roescha (2009), jedną z ważniejszych aktywności podejmowanych przez turystę inspirowanego filmem jest podróż do miejsc, w których były realizowane filmy – w swojej książce towarzyszy on turystom wyruszającym śladami ulubionych filmów, a podróże te stają się dla nich formą samookreślenia. Największą popularnością wśród turystów cieszą się lokalizacje i atrakcje związane z silnymi markami filmowymi, takimi jak uniwersum Tolkiena, *Gwiezdne wojny*, Harry Potter czy James Bond (Beeton, 2016). Jednocześnie zainteresowanie odwiedzających generują te miasta i plenery, w których powstało i powstaje wiele filmów. Stąd turystyczno-filmowa kariera Paryża, a także moda wśród indyjskich turystów na zwiedzanie angielskich plenerów motywowana tym, że w Wielkiej Brytanii realizowana jest duża liczba filmów bollywoodzkich (Tanskanen, 2012, s.44-51).

Co charakterystyczne, wpływ filmu na turystykę bywa najczęściej badany w odniesieniu do obszarów słabo zaludnionych, pozbawionych innych walorów niż te nadane mu przez film (Beeton, 2016). Dodatkową trudnością w badaniach

turystyki filmowej w miastach jest słaba rozpoznawalność turystów filmowych, wynikająca zarówno z ich wtapiania się w wielkomięską społeczność, jak i trudności określenia, czy ich aktywność należy do turystyki filmowej, czy też kulturowej.

Turystyka filmowa w miastach napędzana jest trasami powiązаныmi z biografiami filmowych i serialowych postaci. Stąd popularność konceptu nowojorskiego szlaku śladami Carrie Bradshaw, bohaterki serialu *Seks w wielkim mieście* (1998-2004), który pozwala uczestnikom na odwiedzenie znanych z serialu kawiarni, restauracji i przede wszystkim luksusowych sklepów, w których bywała serialowa dziennikarka. Projektowana aktywność turysty sprowadza się w tym modelu do zachęty nabywania coraz to nowych dóbr, równocześnie stających się pamiątkami doświadczenia turystycznego. Polskim odpowiednikiem marki Carrie Bradshaw byłaby serialowa 30-latką Magda M. (*Magda M.*, 2005-2007), której śladami „magdomaniaczki” – jak nazywały siebie jej fanki – zwiedzały Warszawę (Koschany, 2010, s. 425). Innym przykładem jest zawrotna kariera Amélie Poulain, której fikcyjna biografia doprowadziła do całkowitego zmitologizowania tej części Montmartre’u i lokalu, w którym pracuje bohaterka filmu. Co ciekawe, postaciami-markami formującymi kształt turystyki filmowej mogą się także stać bohaterowie podlegający niejednoznacznej ocenie moralnej, o czym świadczy przypadek Waltera White’a alias Heisenberga z serialu *Breaking Bad* (2008-2013). Nielegalna działalność narkotykowa protagonisty, związana z ciągłym przemieszczaniem mobilnego laboratorium chemicznego oraz pobytem w lokalach o nie najlepszej reputacji, stworzyła możliwość wytyczenia w mieście Albuquerque w stanie Nowy Meksyk szlaku turystycznego obejmującego banalne i obiektywnie mało ciekawe miejsca i krajobrazy. Jak zauważają Rodanthe Tzanelli i Majid Yar, tematyzowanie miejsc za sprawą produkcji serialowych i telewizyjnych łączonych z takimi wyznacznikami jak przemoc, przestępstwo i śmierć, staje się strategią coraz bardziej powszechną. Nieoczywisty temat staje się także „lokomotywą” dla uatrakcyjnienia miejsc, które same w sobie nie mają wartości, a dzięki temu możliwe jest stworzenie produktu turystycznego nastawionego na komercyjny sukces (Tzanelli, Yan, 2014).

Łódzkie seriale i filmy to w większości produkcje zrealizowane w PRL-u, stąd wiedza o nich nie jest przynależna młodszemu pokoleniu, nie wspominając o słabej rozpoznawalności tychże realizacji wśród turystów zagranicznych. Obecnie o potencjale turystycznym filmów myśli się już na etapie ich przygotowania i realizacji (Roesch, 2009, s. 220-223) – czego świadectwem na łódzkim gruncie są kampanie promocyjne przygotowywane przez Łódź Film Commission, w których istotną informacją na temat realizowanych w ostatnim czasie w Łodzi filmów jest wskazywanie na wykorzystane w nich łódzkie plenery, jak miało to miejsce w wypadku filmu w reżyserii Agnieszki Holland *W ciemności* (2011) oraz *Powidoków* Andrzeja Wajdy (2016).

Plenery filmowe nie sprawdzają się jako atrakcja turystyczna Łodzi. W wypowiedziach przewodników miejskich zapytanych o to, czy wiedzą, jakie filmy były realizowane w Łodzi, pojawiły się odwołania jedynie do 2 tytułów: *Ziemi obiecanej* w reżyserii Andrzeja Wajdy (1974) i serialu produkcji Telewizji Polskiej *Komisarz*



Alex (2011-2015) o psie współpracującym z policją<sup>5</sup>, choć filmów i seriali, do których zdjęcia realizowane były w Łodzi, jest około 150 (Jonas, Kronenberg, Wawrzyniak, 2010; Podolska, Wiewiórski, 2010). Symptomatyczne dla braku rozpoznawalności łódzkich plenerów jest to, że premierze *Przewodnika po Łodzi filmowej* towarzyszyły projekcje filmów – aby przewodnicy i odbiorcy poznali tytuły, do których będą odnosić się programy wycieczek.

Ankieta przeprowadzona wśród łódzkich przewodników (wzięło w niej udział 20 osób z około 250 z licencją przewodnika miejskiego po Łodzi) wskazuje, że choć sami przewodnicy uznają dziedzictwo filmowe Łodzi za istotny element potencjału turystycznego miasta, to wycieczki tematycznie poświęcone filmowi stanowią margines realizowanych przez nich usług przewodnickich (Kronenberg, 2015, s. 147-160). Wycieczki filmowe prowadziło łącznie 10 osób, podczas spacerów najczęściej pokazywanymi miejscami były Muzeum Kinematografii oraz Szkoła Filmowa (wymienione przez wszystkich przewodników, którzy prowadzili wycieczki filmowe). Te dane pokrywają się z wynikami analiz ruchu turystycznego w Łodzi i w województwie łódzkim z lat 2009-2011<sup>6</sup>. Wedle zebranych informacji turyści odwiedzali jedynie dwa miejsca związane z dziedzictwem filmowym: Muzeum Kinematografii (w 2009 roku odwiedziło je 15% ankietowanych, w 2010 roku było to 8,9%, w 2011 roku 13,7%) oraz Szkołę Filmową (1,6% w 2009 roku i 0,5% w 2010 roku, brak danych z 2011 roku). Badania te, niezorientowane na śledzenie miejsc związanych z dziedzictwem filmowym, nie odpowiadają na pytanie o popularność innych filmowych lokalizacji. Ankietowani jako najchętniej odwiedzane miejsce Łodzi wskazywali ulicę Piotrkowską, ale badania nie uwzględniały pytania o dostrzegalność znajdujących się tam Łódzkiej Alei Gwiazd, Szlaku Łodzi Bajkowej czy dawnych budynków kinowych ulokowanych przy tej arterii.

Na problem braku wyrazistych postaci filmowych związanych z miastem wskazują doświadczenia inwestorów z Łodzi. Firma OPG Property Professionals, która odpowiadała za wybudowanie i sprzedaż mieszkań na osiedlu Art Modern, pierwotnie zamierzała obrandować swoją inwestycję filmowymi nazwiskami związanymi z Łodzią<sup>7</sup>. Pomysł zakończył się na billboardach z podobiznami Poli Negri i Rudolfa Valentino zachęcającymi do kontaktu z developerem, a dalsze plany tematyzowania osiedla zmierną w kierunku rozwinięcia konceptu „ikon kultury XX wieku”, a nie „wielkich postaci kina związanych z Łodzią”. Zgodnie z założe-

<sup>5</sup> Serial jest adaptacją austriackiej serii telewizyjnej *Kommissar Rex* (1994–2004) i jej włoskiej wersji *Il commissario Rex* (od 2008).

<sup>6</sup> Badania przeprowadzono metodą kwestionariusza (w technice standaryzowanego wywiadu bezpośredniego) w miejscach wzmoczonego ruchu turystycznego oraz w obiektach noclegowych w Łodzi. Wielkość próby w kolejnych latach wyniosła średnio 1100 osób. Badania w kolejnych latach (2012-2015) nie zostały zakontraktowane. Aby uzyskać więcej informacji na temat tej kwestii, por. Włodarczyk, B. (red.) (2012), *Ruch turystyczny w Łodzi i województwie łódzkim w 2011 roku*. Łódź: Regionalna Organizacja Województwa Łódzkiego, Instytut Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego; tenże (red.) (2011), *Ruch turystyczny w Łodzi i województwie łódzkim w 2010 roku*. Łódź: Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego.

<sup>7</sup> Na podstawie rozmowy autorki z Andrzejem Szczepańskim, 08.02.2016.



Fot. 7. Łódzka Aleja Gwiazd na wysokości Grand Hotelu, fot. Aneta Bochnacka

niem patronami poszczególnych klatek schodowych staną się Ernest Hemingway, Mark Twain i Coco Chanel.

W Łodzi *brand marketing* oparty na filmowych postaciach dopiero zaczyna się rozwijać. Trwająca w marcu 2016 roku kampania promocyjna zrealizowanego na zlecenie Telewizji Polskiej serialu *Bodo* (2016) składała się między innymi ze „Spaceru szlakiem Eugeniusza Bodo”, którego uczestnicy zapoznali się z miejscami związanymi z międzywojennym aktorem, jak również odwiedzili lokalizacje, gdzie realizowano serial. Podobnie jak miało to miejsce w przypadku wycieczek śladami bohaterów *Breaking Bad*, spacer zawierał elementy typowe dla turystyki kulturowej – informacje o historycznych budynkach, słynnych postaciach związanych z miastem i dziełach sztuki obecnych w przestrzeni miejskiej. To włączenie filmowego, fikcyjnego świata do doświadczenia realnego miasta i zacieranie różnicy między tymi dwoma znajduje adresatów w postaci turystów, ale przede wszystkich – mieszkańców.

## Obiekt hotelowy Stare Kino Cinema Residence i sala kinowa Stare Kino

W kontekście tematyzowania Łodzi jako miasta filmu w celach komercyjnych ciekawy przykład stanowi historia obiektu hotelowego Stare Kino Cinema Residence. Filmowe tematyzowanie obiektów hotelowych jest praktyką obecną w wielu miejscach świata (Roesch, 2009, s. 47-49). W Łodzi właściciel posesji, firma OPG Property Professionals, w 2010 roku zamontował na elewacji fasady tablicę z informacją, że pod numerem Piotrkowska 120 mieściło się pierwsze na ziemiach polskich stałe kino. Wątek ten został podjęty przez inwestorów, którzy zakupili jedną z ofycyn, a następnie w październiku 2013 roku utworzyli w niej hotel Stare Kino Cinema Residence. Dwadzieścia dwa pokoje hotelowe zaaranżowano w taki sposób, aby wystrojem nawiązywały do filmów, do których zdjęcia realizowane były w Łodzi<sup>8</sup>. Powstałe apartamenty nazwano tytułami filmów, poczynając od łódzkiego klasyka, czyli *Ziemi obiecanej* Andrzeja Wajdy, poprzez kultowe polskie seriale – jak *Cztery pancerni i pies* (1966-1970) oraz *Stawka większa niż życie* (1967-1968) – kończąc na współczesnych realizacjach, jak *Aleja gówniarzy* (2008) w reżyserii Piotra Szczepańskiego czy serial *Komisarz Alex* (2011-2016). „W hotelu nie ma profesjonalnego SPA i basenu, ale za to jest klimat dawnej Łodzi”, „To nie tylko nocleg, ale też edukacja filmowa” – to opinie polskich turystów w serwisie podróżniczym TripAdvisor. Jednak, jak zauważyła menedżerka hotelu Aleksandra Choroś, taki entuzjazm obcy był zagranicznym gościom<sup>9</sup>. Skromnie umeblowane wnętrza pokoiów odwołujących się do filmów, których akcja rozgrywała się w okresie PRL-u, pozbawione stylowych bibelotów, wyposażone w sprzęty nie najwyższej jakości (znak czasu!), odbierane były jako pomieszczenia kiczowate i przynależne hotelowej klasie ekonomicznej. Turystom zagranicznym obce było uczucie nostalgii za PRL-em, na którym zasadzał się sukces tychże pokoiów wśród polskich turystów. Stąd w 2014 roku, gdy poszerzano powierzchnię obiektu, zdecydowano, że nowe pokoje będą wierne idei filmowości, ale już nie łódzkiej. Dwadzieścia nowych przestrzeni zaaranżowano w duchu hollywoodzkich klasyków, jak *Casablanca* (reż. Michael Curtiz, 1942), *Przeminęło z wiatrem* (reż. Victor Fleming, 1939) i *Słomiany wdowiec* (reż. Billy Wilder, 1955). Obecnie hotel posiada 42 apartamenty: 22 łódzkie i 20 hollywoodzkich, 2 sale konferencyjne (braci Krzemińskich i braci Lumière) oraz uruchomioną pod hasłem „reaktywujemy najstarsze kino w Polsce” niewielką salę kinową Stare Kino. Sala została wyposażona w projektor 35 mm; w okresie od maja do czerwca 2016 roku dwa razy w tygodniu prezentowane w niej były z taśmy 35 mm polskie filmy, między innymi *Popioły* w reżyserii Andrzeja Wajdy (1965), *Faraon* Jerzego Kawalerowicza (1966) czy *Cafe pod Minogą* Bronisława Broka (1959), poprzedzane prelekcjami przygotowywanymi przez członków Koła Naukowego Filmoznawców UŁ. Działalność Starego Kina była podręcznikowym

<sup>8</sup> Konsultantem prac był Maciej Kronenberg z Centrum Inicjatyw na Rzecz Rozwoju „Regio”, współautor *Przewodnika po filmowej Łodzi*.

<sup>9</sup> Rozmowa autorki z Aleksandrą Choroś, 18.02.2016.

przykładem opisywanej przez Patricię C. Albers i Williama R. Jamesa (1988) mistyfikacji, nastawionej na stworzenie za pomocą pozowania i teatralizacji atrakcyjnego dla oglądającego wizerunku. Strategia Starego Kina ewokowała miejsce przywołujące pamięć projekcji odbywających w ramach działalności ruchu Dyskusyjnych Klubów Filmowych. Przebieg seansu w Starym Kinie był dekonstrukcją klasycznego seansu kinowego: projektor 35 mm nie jest oddzielony od miejsc, w których zasiadają widzowie, emitowane przez niego dźwięki i ciepło stawały się elementem nowego przeżycia filmowego. Wystawiona na publiczny widok technologia stawała się atrakcją na równi z samym filmem. W ten sposób seanse w Starym Kinie były spektaklami zaspokajającymi potrzeby kinofili i technofili.

### Kino Wytwórnia 3D

Działalność wspomnianego Starego Kina nie jest jedynym przykładem odwoływania się do historii łódzkich kin przez podmioty komercyjne prowadzące kina. Analogiczna sytuacja – powstanie kina przy hotelu – miała miejsce w 2013 roku, kiedy to w budynku będącym częścią DoubleTree by Hilton otworzono salę kinową na 169 miejsc, Wytwórnę Kino 3D. Działające przez cztery lata kino w grudniu 2016 roku zmieniło swój profil działalności, od nowego roku opierając ją na pokazach zamkniętych i imprezach specjalnych. Nazwa Wytwórnia (druga część nazwy – kino 3D – miała na celu odróżnienie od utworzonego wcześniej klubu muzycznego Wytwórnia, działającego pod tym samym adresem) odwoływała się do Wytwórni Filmów Fabularnych, która mieściła się przy Łąkowej 29. Za czasów działalności WFF sala kinowa 10A służyła jako miejsce kolaudacji polskich filmów. Po wielu latach przestoju, a następnie gruntownej renowacji, sala uzyskiwała nowe życie, stając się placówką otwartą na publiczność z zewnątrz. Wytwórnia Kino 3D prezentowała filmy europejskie i hollywoodzkie (także w technologii 3D), gościła przeglądy i festiwale – jak Festiwal Krytyków Sztuki Filmowej Kamera Akcja. Ze względu na strukturę własnościową – kino ma tego samego właściciela, architektonicznie jest częścią hotelu – sala kinowa często bywała wynajmowana na spotkania i imprezy biznesowe, co wprowadzało zakłócenia w bieżącej działalności kina. Retoryka towarzysząca funkcjonowaniu kina Wytwórnia, w odróżnieniu od Starego Kina, nie zasadała się na nostalgicznym odwołaniu do dawnych kin, w których słychać było terkot taśmy, skrzypiały fotele, a w czasie zimy należało siedzieć w kurtce. W opisach działalności Wytwórni 3D znajdziemy określenia takie jak „niespotykany komfort”, „wspaniały obraz”, „wzorcowa akustyka”, „połączenie biznesu ze sztuką”. Odwołanie do technicznych parametrów projekcji („wysokiej klasy sprzęt do projekcji 3D, nagłośnienie i przestrzeń odtworzona przy udziale ekspertów współpracujących z TOYA Studios”<sup>10</sup>) tworzyło ramę interpretacyjną, która pozwalała lokować kino w grupie obiektów specjalistycznych i luksusowych. Taktyka kreowania miejsca „tylko dla wybranych” widoczna była także w polityce cenowej – bilet, niezależnie od dnia tygodnia, kosztował 30 złotych (nie przewidy-

<sup>10</sup> KinoWytwórnia. <http://www.kinowytwornia.pl/o-nas/kino-3d-wytwornia-1/idea-i-profil-programowy> (dostęp: 1.03.2016)



wano ulg), a zniżka do wysokości 15 złotych możliwa była w przypadku posiadania karty członkowskiej klubu Wytwórnia<sup>11</sup>.

## Kino Helios

Za ostatni przykład odwoływania się do tradycji łódzkich kin w działalności podmiotów komercyjnych posłuży strategia właścicieli wielosalowego kina Helios ulokowanego w otwartym we wrześniu 2015 centrum handlowym Sukcesja. Dziewięć sal projekcyjnych otrzymało nazwy dawnych łódzkich kin, a neony nad nimi zostały stworzone w nawiązaniu do liternictwa zastosowanego w nazwach obiektów<sup>12</sup>. Drugiego życia doczekały się zarówno te kina, które zniknęły z rynku kinowego stosunkowo dawno (jak Capitol, Muza, Wolność, Gdynia, Wisła, Przedwiośnie), jak i takie, które działają lub działały jeszcze przed kilkoma miesiącami. To swoiste pochowanie za życia takich podmiotów jak Tatry (kino działa w sezonie wiosenno-letnim) lub Polonia (ostatnie seanse miały tam miejsce w grudniu 2014 roku, nie jest wykluczone, że obiekt zostanie jeszcze uruchomiony) wskazuje na kanibalizm łódzkiej branży kinowej, gdzie stare kina, ze względu na swoje walory nostalgiczne, konsumowane są jeszcze za życia. Otwarcie multiplexu Sukcesja 25 września 2015 roku poprzedziło zamknięcie także we wrześniu tego samego roku pierwszego wielosalowego kina w Łodzi, Bałtyku. Dokończył go właściciel obu obiektów, firma Helios SA w osobie Tomasza Jagiełły. Było to ostatnie tradycyjne kino w spółce. „Wierzę, że uda nam się przenieść i zachować ducha tego miejsca” – deklarował w prasie Jagiełło (RS, 2015). Owo „zachowywanie ducha” odbywa się zarówno poprzez wspomniane wcześniej ulokowanie neonów z nazwami nad wejściem do sal, umieszczenie w korytarzu sal kinowych wielkoformatowych wydruków zdjęć dawnych kin, multimedialną prezentację dostępną na ekranie dotykowym zamontowanym w holu, jak i kluczowe dofinansowanie publikacji Michała Kolińskiego, Piotra Kuleszy i Anny Michalskiej Łódzkie kina. Od Bałtyku do Tatr, która ukazała się jesienią 2015 roku.

## Instytucje i muzea filmowe jako atrakcje turystyczne

Filmową ofertę turystyczną Łodzi stanowią także miejsca od lat związane z kulturą filmową. Ulokowane zaledwie 300 metrów od siebie Muzeum Kinematografii i Szkoła Filmowa są najchętniej odwiedzanymi przez turystów filmowymi atrakcjami Łodzi (Kronenberg, 2015, s. 151-152). Przyczyną ich popularności może być zarówno lokalizacja w przestrzeni miasta (w chętnie odwiedzanej przez turystów

<sup>11</sup> Dla porównania: bilet do studyjnego kina Charlie w okresie poniedziałek-czwartek kosztuje 18 zł (normalny), 15 zł (ulgowy), a do multiplexu Cinema City w tygodniu, od poniedziałku do czwartku, kosztuje 25 zł (normalny) i 18 zł (ulgowy).

<sup>12</sup> Podobna strategia została zastosowana w utworzonym w 2015 roku Gdyńskim Centrum Filmowym, które ma następujące sale: Warszawa, Morskie Oko i Goplana. Ich nazwy zaczerpnięto od nie działających kin ulokowanych w Gdyni. W 2016 roku także Helios działający w Gorzowie Wielkopolskim nadał salom nazwy pochodzące od dawnych obiektów kinowych (Kopernik, Kolejarz, Muza, Capitol, Słońce).

okolicy Księżego Młyna), jak i zwarte i określone ramy działania tych podmiotów. W celu wejścia na teren Szkoły Filmowej grupy zorganizowane muszą umawiać wcześniej swoją wizytę. Zakres tego, co zobaczy turysta indywidualny, zależy od pory pojawienia się (najlepiej w godzinach zajęć) i życzliwości portiera. Szkoła nie pobiera opłat za wstęp, po wejściu na jej teren można obejrzeć budynki szkolne, w tym były pałac Oskara Kona pełniący obecnie funkcję rektoratu. W nim



Fot. 8. Pokój „Kingsajz” w Stare Kino Cinema Residence. Materiał dzięki uprzejmości Stare Kino Cinema Residence

znajdują się schody, które rozświetliła fotografia z Romanem Polańskim. Poprzez umieszczenie na stopniach prowadzących do sali projekcyjnej tabliczek z napisami wspominającymi absolwentów, na przykład „Roman Polański. Z tego stopnia skakał w latach 1954–1959”, stały się one usankcjonowaną atrakcją turystyczną. Schody generują także zdarzenia artystyczne: w styczniu 2016 stały się miejscem performance’u *Trop* w wykonaniu Pawła Hajncla, który polegał na wączaniu zapachu wydzielanego przez schody. Szkoła Filmowa funkcjonuje jako emblemat filmowej Łodzi, choć jej związek z miastem bywa problematyczny. Jest „enklawą” czy też „wyspą” na mapie Łodzi. „Zarówno sama uczelnia, jak i studenci są częścią Łodzi, ale częścią, która podkreśla i strzeże swojej odrębności” – piszą Maja Durlik i Jakub Mikurda (2015, s. 218) na podstawie wywiadów i ankiet przeprowadzonych z absolwentami szkoły. Szkoła Filmowa jest żywym elementem dawnej Łodzi filmowej i jako taka jest rozpoznawana przez autorów przewodników i turystów.

Elementem Łodzi filmowej, który – podobnie jako Szkoła Filmowa – jako jeden z niewielu przetrwał trudny czas transformacji, jest Muzeum Kinematografii. Należy podkreślić, że o ile lata dziewięćdziesiąte dla większości podmiotów produkcyjnych były okresem „smuty”, to dla muzeum ten czas okazał się zaskakująco płodny. Likwidujące się kina i wytwórnie za niewielką opłatą, a czasami całkowicie za darmo, pozbywały się swojego wyposażenia, które muzeum przyjmowa-



ło z otwartymi rękami (Pabiś-Orzeszyna, 2015, s. 129-144). Powstanie muzeum związane było z rozpoznaniem historyczności filmu jako technologii oraz praktyki społecznej. Stąd pierwszymi eksponatami stały się sprzęty filmowe używane do realizacji obrazu, elementy techniczne planów filmowych, scenografia, ale również zabawki optyczne, projektory, taśmy, przewijarki etc., gromadzone wcześniej zarówno w Szkole Filmowej (używane niekiedy jako materiał dydaktyczny stanowiły załączek projektowanego muzeum techniki filmowej), jak i w Muzeum Historii Miasta Łodzi, z którego formalnie w 1986 roku wydzieliło się przyszłe Muzeum Kinematografii. Drugą częścią zbiorów stały się plakaty i afisze filmowe, programy i druki, werki i fotosy. Potencjał symboliczny i interpretacyjny tkwiący w cennych artefaktach techniki filmowej – plakatach, afiszach, drukach ulotnych – nie zostaje jednak w pełni wykorzystany, a strategia promowania „wielkich twórców polskiego kina” oddala muzeum od działań skupionych na lokalnych tradycjach kinowych.

Drugim łódzkim muzeum zorientowanym na kinematografię jest Se-ma-for Muzeum Animacji prowadzone przez Fundację Filmową Se-ma-for i do września 2016 roku działające w przestrzeniach dzielonych z prywatnym Studium Filmowym Se-ma-for przy ulicy Targowej 1/3 (Ciszewska, 2015); dziś oba podmioty znajdują się pod adresem Piłsudskiego 135, na pofabrycznym obszarze Wi-My. Od początku swojej działalności w 2008 roku do roku 2012 placówka nosiła nazwę Muzeum Bajki Se-ma-for. Ekspozycja poświęcona polskiej animacji powstała w oparciu o lalki, dekorację i technikę filmową będącą niegdyś własnością państwowej firmy. Narracja prezentowana przez przewodników i widoczna w opisie eksponatów nie informowała o zerwaniu ciągłości prawnej między nowym, prywatnym Se-ma-forem (istnieje od 1999) a upadłym przedsiębiorstwem państwowym (1954-1999). Obecna wystawa (od 2012) zorientowana jest wokół technik animacji zaprezentowanych na przykładzie polskich produkcji. W ten sposób Muzeum Bajki Se-ma-for przeszło ewolucję od wystawy o historii studia do ekspozycji o dziejach polskiej animacji prezentowanej pod szyldem Se-ma-for Muzeum Animacji.

## Podsumowanie

Tematyzowanie miasta jako przestrzeni filmowej wpisuje się w oczekiwania współczesnego turysty, który szuka przeżyć będących zaprzeczeniem codzienności. Przypadek Łodzi w kontekście tematyzowania miast jest o tyle specyficzny, że choć posiada ono znaczący potencjał wynikający z filmowych tradycji, zdaje się on nie być wykorzystywany w istotnym stopniu – lub też formy, które nadawane są jego publicznym reprezentacjom, często wyglądają karykaturalnie (Łódzka Aleja Gwiazd). Choć siedzibę w Łodzi miała zarówno Wytwórnia Filmów Fabularnych, jak i Wytwórnia Filmów Oświatowych (WFO działa do dziś), nie odnotowujemy prób – na wzór studia Warner Bros. w podlondyńskim Leavesden, którego przestrzenie goszczą muzeum tematyczne poświęcone Harry’emu Potterowi czy Wytwórni Filmów Dokumentalnych i Fabularnych w Warszawie, która przycoto-

wał przestrzeń edukacyjną Plan Filmowy – przekształcenia części terenów w park tematyczny, rozrywkowy czy edukacyjny związany z kinematografią. Wyjątkiem jest Se-ma-for Muzeum Animacji.

Zrekapitulowane strategie komercjalizacji filmowego dziedzictwa Łodzi wskazują na częste używanie filmowości jako emblematu, który przeniesiony zostaje z pierwotnego kontekstu na nowy wytwór, na przykład pierwsze miejsce stałych projekcji w Łodzi dające nazwę hotelowi (Old Cinema Residence), Wytwórnia Filmów Fabularnych sygnująca kino i hotel, gwiazdy filmowe w reklamie dewelopera oraz przypadek przejścia nazwy własnej państwowego studia filmów animowanych przez podmiot prywatny. W ten sposób stara marka wykorzystana zostaje w służbie nowego produktu, którego specyfika kreowana jest w oparciu o retoryczny zabieg kontynuacji filmowych tradycji Łodzi. Deweloperzy i operatorzy hoteli, którzy w komunikacji zewnętrznej stosują odwołania do filmowości, najczęściej wybierają zabieg kojarzenia swoich usług z silnymi markami filmowymi. Nie muszą mieć one nawet – jak w przypadku kampanii reklamowej przygotowanej przez OPG Property Professionals dla budowanego osiedla Art Modern – bezpośrednich związków z Łodzią. Pola Negri i Rudolf Valentino, zgodnie z hasłem firmy, „dodają wartości (value) twojej nieruchomości” – służą jako znak międzynarodowego prestiżu. Inną strategią jest odwołanie do idei filmowości jako takiej – co zauważalne jest w centrum handlowo-rozrywkowym Manufaktura, gdzie w głównej galerii handlowej jako jeden z czterech pasaży tematycznych występuje pasaż filmowy z hasłami „reżyseria”, „filmówka” etc. (Brzozowska, 2010).

Filmowość Łodzi reprezentowana w tkance miejskiej za sprawą budynków kinowych sukcesywnie kurczy się z powodu materialnej degradacji istniejących obiektów i braku pomysłów na ich ponowne użycie. Znaczący pod tym kątem 2015 rok przyniósł zamknięcie reprezentacyjnego kina Bałtyk, co związane było z powstaniem trzeciego na terenie Łodzi multipleksu filmowego. Fakt ten przypieczętował sukcesywne wycofywanie się firmy Helios z rynku kin tradycyjnych, których symboliczną inkarnację w Łodzi stanowił właśnie Bałtyk (Rutkiewicz, 2015, s. 239-264). Finansowanie publikacji o łódzkich kinach, podobnie jak włączanie dawnych kin do narracji tożsamościowej nowo powstałego obiektu, należy czytać w optyce korporacyjnej historii kultury (ang. *corporate history culture*), dla której charakterystyczne jest pisanie historii firmy na zamówienie (Sivula, 2014). W narracji stworzonej na potrzeby zleceniodawcy wybrane elementy przeszłości zostają uhistorycznione, a inne pominięte – w zależności od celów przypisanych powstającemu tekstowi. Poprzez „wyjęcie” z łódzkiej rzeczywistości wybranych kin i reprodukcję ich wizerunków w nowej przestrzeni multipleksu następuje ich symboliczne uśmiercenie. Ich materialność przestaje być przedmiotem zainteresowania, a wartość symboliczna zostaje przetransponowana na multipleks. Sugestia, że kina wolnostojące były jedynie krokiem na świetlanej drodze ku kinom wielosalowym umieszczonym w galerii handlowej, jest aż nazbyt czytelna. W tej narracji Helios ulokowany w centrum handlowym Sukcesja staje się spadkobiercą i kontynuatorem bogatych tradycji Łodzi.

Spojrzenie turysty, wzmocnione poprzez mechanizm tematyzacji, kształtuje narrację o filmowej Łodzi jako opowieść o uniwersalnym, niezakorzenionym czasowo i przestrzennie fenomenie. Podobnie jak w fotografii podróżniczej analizowanej przez Patricję C. Albers i Williama R. Jamesa (1988), reprezentacje filmowości w tkance miejskiej podporządkowane są zasadzie homogenizacji, zgodnie z którą przestrzeń i ludzie ujmowani są w sposób charakterystyczny dla dominującego w danym okresie modelu reprezentacji – takim modelem dla kinematografii jest niewątpliwie narracja związana z karierą w Hollywood.

Retoryka tożsamości Łodzi zasadza się na odwołaniu do pragnień i aspiracji bardziej niż do zaspokajania potrzeb. Jest to strategia znana między innymi z działalności centrów handlowych. Łódź stematyzowana pod kątem filmu roztacza aurę blichtru, atrakcyjności i niedostępności, które są tuż na wyciągnięcie ręki. Miasto staje się scenografią hollywoodzkiego filmu, w której mieszkańcy i turyści choć na chwilę stać się mogą częścią filmowego świata. Zaskakująco często ufilmowanie miasta ma miejsce poprzez odwołania do historii filmu pisanej z punktu widzenia Hollywood i za pomocą wypracowanych przez niego formuł. Lokalne – łódzkie i polskie – tradycje filmowe zostają zepchnięte w cień figur i formatów zaczerpniętych z imaginarium globalnej historii kina.

Przedstawione studium udowadnia także, że – podobnie jak ma to miejsce w reprezentacjach filmowych (Kristensen, Mazierska, Närípea, 2016) – spojrzenie turysty pochodzi często ze środka przestrzeni, którą opisuje. Służy ono wówczas próbie zyskania akceptacji w swoich oczach i w oczach innych, bywa też sposobem leczenia kompleksów. Dekontekstualizujące spojrzenie turysty kształtujące narrację o filmowej Łodzi jako HollyŁodzi można także odczytać jako bezradność wobec dominujących trybów autoprezentacji i nieumiejętność wypracowania własnej, oryginalnej opowieści. Podmiotem takiej, alternatywnej wobec obecnego modelu, narracji autoidentyfikacyjnej mogłoby być na przykład pracownicy przemysłu filmowego, fachowcy, którzy stanowili trzon istniejących w Łodzi wytwórni filmowych. Wybór narracji afirmującej pracowników *above the line* zamiast *below the line* powtarza wzorzec dostrzegalny w fotografii podróżniczej, która preferuje obrazy pozbawione biedy, niedostatku czy trudnych warunków życia (Albert, James, 1988, s. 153). Jednocześnie autentyczne, skomplikowane historie życia – zgodnie z zasadą widoczną także w fotografii podróżniczej – zostają opisane abstrakcyjnym i generalizującym językiem „dziedzictwa kulturalnego” i „tradycji kulturalnych”.

Utworzenie w 2015 roku w Łodzi Narodowego Centrum Kultury Filmowej (w docelowym kształcie w 2018 roku), instytucji ufundowanej na mocy porozumienia władz Miasta i Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, czyni pytania o kierunek „filmowości” Łodzi tym bardziej aktualnymi. Czy możliwy jest inny niż oparty na homogenizującym, standardyzującym spojrzeniu turysty model tematyzowania miasta? Czy lokalną historię filmową można opowiedzieć w nowy sposób, będący równocześnie narracją przyciągającą turystów? Czy możliwe jest przetłumaczenie na architekturę i produkty turystyczne narracji o filmowej Łodzi, skupiającej się nie na filmach i serialach realizowanych w mieście, ale na jej

dziejnictwie materialnym i symbolicznym związanym z przemysłem filmowym (Ciszewska, Klejsa, 2015)? Ponieważ turystyka filmowa potrafi zmienić wizerunek miejsca w stosunkowo krótkim czasie, dając mu możliwość dołączenia do modnych celów wakacyjnych podróży (Flanagan, Gilbert, O'Connor, 2008), z punktu widzenia miasta, które nie należy do rozpoznawalnych miejsc turystycznych, podjęcie takiego wyzwania zdaje się szansą nie do przecenienia.

## Bibliografia

- Albers, P. C., James, W. R. (1988). *Travel photography: A methodological approach*. „Annals of Tourism Research”, nr 15.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity.
- Beeton, S. (2016). *Film-induced tourism*. wyd. 2. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- Brzozowska, B. (2010). *Manufaktura – nowa przestrzeń konsumpcji*, [w:] *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*, E. Rewers, A. Skórzyńska (red.), Poznań: Wydawnictwo UAM..
- Brzozowska, B. (2011). *Mieszkańcy jako turyści – rola wyobraźni turystycznej w kreowaniu przestrzeni miejskiej*, [w:] *Konteksty sztuki, konteksty estetyki. Przestrzenie późnej nowoczesności*. I. Lorenec, M. Salwa (red.). Łódź: Oficyna.
- Brzozowska, B. (2012). *W temacie zabawy – zabawa tematem. Ludyczność tematyzowania w środowiskach konsumpcyjnych*. „Dyskurs. Pismo Naukowo-Artystyczne ASP we Wrocławiu”, nr 13/14.
- Brzozowska, B. (2016). „Creative City” as a Brand – The Case of Łódź, „Creativity Studies”. nr 9 (1).
- Ciszewska, E., Klejsa, K. (red.) (2015). *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo Biblioteki PWSFTviT.
- Taż. (2016). *Łódź as a Central European Post-Cinematic City, and the Tourist Gaze*, [w:] *Transformation Processes in Post-Socialist Screen Media*. J. Dudková, K. Mišíková (red.). Bratislava: Vysoká škola múzických umení v Bratislave – Ústav divadelnej vedy SAV.
- Taż. (2012). Łódź filmowa. „Łódzkie Studia Etnograficzne”, tom 51.
- Taż. (2015) *The Se-Ma-For Film Studio from 1990 to 1999*. „Images. The International Journal of European Films Performing Arts and Audiovisual Communication”, vol. XVII, nr 26.
- Taż. (2016). *Trudna sztuka koprodukcji. O pierwszym powojennym filmie polsko-czechosłowackim „Zadzwonić do mojej żony” (1958) Jaroslava Macha*, „Kwartalnik Filmowy”, nr 95.
- Durlik, M., Mikurda, K. (2015). *Wyspa na Targowej. Raport z badań dotyczących związków byłych studentów Szkoły Filmowej z miastem Łódź*, [w:] *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*, E. Ciszewska, K. Klejsa (red.), Łódź: Wydawnictwo Biblioteki PWSFTviT.
- Friedberg, A. (1993). *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*. Berkeley: University of California Press.
- Faber, F., Tomala, K. (2011). *Film Tourism*, [w:] *The long tail of tourism: Holiday niches and their impact on mainstream tourism*. A. Papathanassis, (red.), Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Friedberg, A., (2010). „...więc jestem”. *Kupujący-widz i przeistoczenie poprzez zakupy* (tłum. B. Brzozowska) [w:] E. Rewers (red.), *Miasto w sztuce – sztuka miasta*. Kraków: Universitas.
- Goddard, M. (2009). *Untravelling HollyŁódź: The Industrial and Cinematic Imaginary of Łódź*, [w:] *Images of the City*. A., Cieślak, A. Rasmus (red.), Newcastle upon Tyre: Cambridge Scholars Publishing.
- Jonas, A., Kronenberg, M., Wawrzyniak M. (2010). *Przewodnik po filmowej Łodzi*, Łódź: Centrum Inicjatyw na rzecz Rozwoju Regio.

- Karpińska, E. G. (2013). *Pomniki bez cokołów – realizacje przedstawiające mężczyzn*, „Journal of Urban Ethnology”. nr 11.
- Kino Wytwornia. <http://www.kinowytwornia.pl/o-nas/kino-3d-wytwornia-1/idea-i-profil-programowy> (dostęp: 1.03.2016).
- Koschany, R. (2010). *Niewidzialne miasta? Przypadek filmu polskiego*, [w:] E. Rewers, A. Skrzyńska (red.), *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*. Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Kreatywna Łódź. <http://www.kreatywna.lodz.pl/page/123,dokumenty-zwiazane-z-strategia.html> (dostęp: 09.09.2016).
- Kristensen, L., Mazierska, E., Närpea, E. (2016). *Gazing at the Baltic: Tourist Discourse in the Cinema of the Baltic Sea Countries*, [w:] *Music, Art and Diplomacy: East-West Cultural Interactions and the Cold War*. S. Mikkonen, P. Suutari (red.), Farnham: Ashgate Publishing.
- Kronenberg, M. (2015). *Turystyka filmowa w Łodzi: potencjał – produkt – perspektywy*, [w:] *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. E. Ciszewska, K. Klejsa (red.), Łódź: Wydawnictwo Biblioteki PWSFTviT.
- Tenże. (2012). *Wpływ zasobów dziedzictwa przemysłowego na atrakcyjność turystyczną miasta. Przykład Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Makowski, G. (2003). *Świątynia konsumpcji. Geneza i społeczne znaczenie centrum handlowego*, Warszawa: Trio.
- Pabiś-Orzeszyna, M. (2015). *Od Singapuru po Toronto. Muzeum Kinematografii w Łodzi, kolonialne pułapki i osierocone obiekty*, [w:] *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*, E. Ciszewska, K. Klejsa (red.), Łódź: Wydawnictwo Biblioteki PWSFTviT.
- Podolska, J., Wiewiórski, J. (2010). *Spacerownik. Łódź filmowa*. Łódź: Biblioteka Gazety Wyborczej.
- Ritzer, G. (2010). *Enchanting a Disenchanted World: Continuity and Change in the Cathedrals of Consumption*. wyd. 3, Sage and Pine Forge Press.
- Roesch, S. (2009). *The Experiences of Film Location Tourists*, Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publication.
- RS (2015). *Ostatni seans w kinie Bałtyk! Zamkną kultowe kino*, „Express Ilustrowany”, 19.04.2015. <http://www.expressilustrowany.pl/artykul/3828557,ostatni-seans-w-kinie-baltyk-zamkna-kultowe-kino-zdjecia,id,t.html> (dostęp: 1.03.2016).
- Rutkiewicz, P. (2015). *Kina w Łodzi w latach 1990-2012. Od centralizacji do specyfikacji rynkowej*, [w:] *Kultura filmowa współczesnej Łodzi*. E. Ciszewska, K. Klejsa (red.), Łódź: Wydawnictwo Biblioteki PWSFTviT.
- Sivula, A. (2014). *Corporate history culture and useful industrial past: a case study on history management in Finnish cotton company Porin Puuvilla Oy*, „Electronic Journal of Folclore” nr 57.
- Tanskanen, T. (2012). *Film Tourism: Study on How Films Can Be Used to Promote Tourism*, Vantaa: Laurea University of Applied Sciences.
- Tzanelli, R., Yar, M. (2014). *Breaking Bad, Making Good: Notes on a Televisual Film Industry*, „Mobilities”, s. 1-19: <http://dx.doi.org/10.1080/17450101.2014.929256>
- Urry, J., Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Los Angeles: Sage.
- Urząd Miasta Łodzi. <http://uml.lodz.pl/miasto/strategia/> (dostęp 8.09.2016).
- Wiewiórski, J. (2016). *Triumf Ziemi obiecanej*, Łódź: Muzeum Kinematografii w Łodzi.

### **Post-cinematic Łódź and the Tourist Gaze. The Uses of Film-related Features of the City in Business and Non-commercial Initiatives**

The text deals with the strategies of commercialisation of film heritage drawing on the example of the city of Łódź. It provides an analysis of the ways in which film emblems are used in commercial activities as well as in those intended for the public good. The scope of inquiry includes such tourist products as the Łódź Walk of Fame and the Łódź Fairy Tale Route, as well as Stare Kino Cinema Residence hotel (and Stare Kino cinema situated on its premises), Wytwórnia 3D cinema, Helios cinema, the Film School, the Film Museum and the Se-ma-for Museum of Animation. The study poses the question of film locations used as objects in film-induced tourism and proves that the film-related tourist products offered in Łódź are based on the modes of representation characteristic of Hollywood cinema, and, secondly, that in most cases they refer to Hollywood cinema as such. The local film traditions, whether those of Łódź or, more generally, of Polish origin, are pushed to the backstage, behind the figures and formats derived from the imaginarium of the global history of cinema.



# Paulina Pohl i Krystyna Weiher- Sitkiewicz

Uniwersytet Gdański

## Jak robić w Polsce filmy, których nikt nie robi? Przypadek *Córek Dancingu*

Rok 2015 w polskim kinie upłynął pod znakiem pełnometrażowych debiutów fabularnych. Aż sześć z 18 tytułów, które znalazły się w Konkursie Głównym na 40. Festiwalu Filmowym w Gdyni, było pierwszymi filmami. Młodzi reżyserzy coraz skuteczniej zdobywają zaufanie producentów i – co za tym idzie – środki finansowe na realizację swoich pomysłów, jednocześnie budząc uznanie krytyków i publiczności. Wśród prezentowanych w Gdyni obrazów znalazł się jeden, który zasługuje na szczególną uwagę – zarówno pod względem śmiałej kreacji filmowego świata, jak i nietypowego procesu produkcji. Mowa o *Córkach Dancingu* w reżyserii Agnieszki Smoczyńskiej.

Tytułowe córki dancingu – Srebrna (Marta Mazurek) i Złota (Michalina Olszańska) – są syrenami. Swoim śpiewem wabią członków dancingowego zespołu Figi i Daktyle, wychodzą na brzeg i stają się gwiazdami disco w warszawskim nocnym klubie Adria. Nastoletnie syreny nie mają jednak nic wspólnego z powszechnie znanym obrazem disneyowskiej Arielki. Są krwiożercze i mroczne. Twórcy filmu nie mają oporów, by pokazywać, że hybrydyczna natura bohaterek wiąże się z grozą i obrzydliwością – śliskimi ogonami czy ostrymi kłami, których Złota i Srebrna chętnie używają w trakcie polowań na zakochanych nieszczęśników. Baśniowe inspiracje rodem z opowieści Andersena stają się pretekstem do opowiedzenia historii o inicjacji. Bohaterki przeżywają miłosne uniesienia, eksperymentują, wchodzą w okres dojrzwania – ze wszystkimi jego blaskami i cieniami. Ale na tym nie koniec. Można poszerzyć interpretacje filmu o mniej oczywiste odniesienia kulturowe: romantyczne powieści, *Odyseję* Homera czy mity greckie, w których syreny stanowiły łącznik

między światem zmarłych i żywych. Transgresyjność stworzeń uwidacznia się również na innych poziomach: w przejściu ze świata dzieci do świata dorosłych czy zmianie zwierzęcia w człowieka i odwrotnie. W końcu zakochana baśniowa syrena decyduje się poświęcić rybią część swojego ciała dla miłości, co – jak wiadomo – kończy się dla niej tragicznie.

Najważniejszą inspiracją związaną z syrenami było dla twórców malarstwo Aleksandry Waliszewskiej. Mroczna stylistyka prac artystki została odzwierciedlona w wizualnej warstwie filmu. Trzy obrazy Waliszewskiej stanowią czołówkę *Córek...*, którą wspólnie zrealizowali Julia Mirny i Michał Borowski. Na profilu malarki na portalu Culture możemy przeczytać:

[...] perwersyjne i bajkowe zarazem, sielankowe zabawy małych bohaterek mieszają się na nich [obrazach – przyp. aut.] z wyszukаныmi okropnościami, a wszystko przenika silnie podkreślony erotyzm. Dzikie zwierzęta i przerażające potwory wchodzą w relacje z dziewczynkami – obiektami mrocznych, seksualnych fantazji. Małe kobiety są tu czasami ofiarami, a czasami inicjatorkami przemocy, dziewczęca niewinność spleta się z czymś demonicznym i odstręczającym. W najnowszych pracach Waliszewskiej można doszukać się zarówno odniesień do realnych traum, jak i do klimatów znanych z horrorów czy filmów o wampirach (Gorzadek, 2017).

Pojawiające się w animowanej czołówce czaszki, topielice i krwiożercze potwory od razu zdradzają widzowi, jaki będzie styl filmu.

Tłem historii syrenek jest polska rzeczywistość lat osiemdziesiątych. Trudno jednak utrzymywać, że *Córki...* są filmem historycznym. Opowieść zakotwiczona zostaje w określonej dekadzie, ale bardziej niż na przedstawieniu polskich realiów po stanie wojennym skupia się na reinterpretacji wspomnień i wyobrażeń dotyczących tamtej epoki. Urodzeni pod koniec lat siedemdziesiątych Smoczyńska i Robert Bolesto (autor scenariusza do filmu, a także scenarzysta *Hardkor Dysko* i *Ostatniej rodziny*) posługują się nostalgiczną konstrukcją filmowego świata, pokazując nocne życie stolicy, wypełnionej muzyką disco i światłami neonów.

Oryginalność *Córek...* opiera się w dużej mierze na hybrydyczności gatunkowej. Twórcy mieszają ze sobą bowiem konwencje horroru, romansu, groteskowej komedii oraz musicalu. Ani tradycja kina grozy, ani filmu muzycznego nie są typowe dla polskiej kinematografii. Rodzimi twórcy podejmują wymienione gatunki niezwykle rzadko. Wymuszają bowiem na filmowcach większy rozmach produkcyjny, a co za tym idzie – wysoki budżet, co jest problematyczne w przypadku tytułów, które z założenia nie przewidują sukcesu komercyjnego (polski horror kojarzy się widzom z nieudanyymi produkcjami z lat osiemdziesiątych, kinem klasy B i – w odróżnieniu od amerykańskiego kina grozy – nie cieszy się popularnością). Producenci boją się ryzykować, ponieważ na polskim rynku produkcji i dystrybucji trudno zdobyć duży budżet na film, który ma mieć charakter gatunkowy i spełniać przede wszystkim funkcję rozrywkową (wyłączając komedie romantyczne, które znalazły i producentów, i masową publiczność),

a nie diagnozować polską tożsamość czy świadomość historyczną. Mimo potencjalnego ryzyka, które towarzyszyło produkcji filmu autorskiego tak swobodnie zonglującego konwencjami, twórcom *Córek...* udało się znaleźć zwolenników projektu i zrealizować artystyczną wizję. Dzięki zgromadzeniu stosunkowo dużej jak na debiut kwoty (około sześciu milionów złotych) Smoczyńska miała możliwość stworzenia filmu autorskiego, a przy tym bogatego w efekty specjalne oraz kosztowne w realizacji sceny muzyczne<sup>1</sup>.

Jak zatem Bolesław i Smoczyńskiej udało się „sprzedać” producentom pomysł na musical grozy (jak sami nazywają *Córki...*)? W dużej mierze opłacił się upór twórców, którzy synergicznie, konsekwentnie i nieco instynktownie realizowali swój nietypowy projekt. Punktem wyjścia do napisania scenariusza była dla Bolesławy „zmyślona biografia”<sup>2</sup> siostr Basi i Zuzi Wrońskich (twórczyni alternatywnego zespołu muzycznego *Ballady i Romanse*). Scenarzysta ściśle współpracował z nimi od samego początku. Po pierwsze, inspirując się ich historią. W czasach PRL-u rodzice Wrońskich grali na dancingach, a dziewczęta często towarzyszyły im podczas imprez<sup>3</sup>. Smoczyńska wspomina:

Mieliśmy taki pomysł, żeby opowiedzieć o dorastaniu w świecie naszego dzieciństwa, a świat naszego dzieciństwa – mój i siostr Wrońskich – to były dancingi lat osiemdziesiątych. Baśka z Zuzką – dziewczyny, które piszą muzykę i teksty – nie chciały, żeby ten film tak bezpośrednio opowiadał o dwóch dojrzewających dziewczynach, żeby jednak opowiedzieć naszą historię jakąś metaforą<sup>4</sup>.

Dorastające dziewczyny nakładają zatem maski syren (warto na marginesie podkreślić, że ulubionym filmem z dzieciństwa Basi była *Mata syrenka*). Twórcy odcięli się jednak od popkulturowego wizerunku syren. Wykorzystali obraz andersenowskich złych, mrocznych i krwiożerczych poczwarów, które mająły młodych chłopców. Po drugie, na etapie tworzenia scenariusza Bolesław również współpracował z Wrońskimi. Już z założenia miał to być musical z piosenkami *Ballad i Romansów*. Wrońskie wysyłały Bolesław swoje niepublikowane piosenki. Na ich podstawie zaczął wyłaniać się szkielet scenariusza. Warto podkreślić, że twórcy inspirowali się wzajemnie: Bolesław pisał fabułę w oparciu o utwory, które powstały wcześniej (bez związku z filmem), albo odwrotnie – zlecał muzykom stworzenie piosenek lub aranżacji pasujących do historii. Scenarzysta wspomina w jednym z wywiadów:

<sup>1</sup> W rozmowie z autorkami tekstu A. Smoczyńska podkreślała, że wysoki budżet dał jej zarówno możliwość autorskiego, niezależnego podejścia do tematu, jak i realizacji wymagających scen wynikających z gatunkowości – połączenia horroru i musicalu. W związku z tym scenariusz, wraz z kolejnymi etapami pozyskiwania funduszy, ulegał poprawkom i „pozwała na więcej”.

<sup>2</sup> Smoczyńska w kilku wywiadach używa dokładnie tego określenia w kontekście *Córek Dancingu*. Zob. rozmowa M. Janas z A. Smoczyńską, kanał Movieway PL w serwisie YouTube (dostęp: 20.12.2016).

<sup>3</sup> Co ciekawe, matka Smoczyńskiej pracowała w klubach nocnych w Szklarskiej Porębie i Kowarach, dzięki czemu doświadczenie muzyczne było reżyserce bliskie. Zob. A. Bielak, *Syreny, które roztańczyły PRL*, „Dziennik Gazeta Prawna”, www.kultura.gazetaprawna.pl (dostęp: 12.12.2016).

<sup>4</sup> Rozmowa K. Cybulskiej z A. Smoczyńską, kanał PISF w serwisie YouTube (dostęp: 20.12.2016).

Czasem miałem napisaną scenę i chciałem, żeby była opowiedziana piosenką. Wysyłałem dziewczynom opis i one tę piosenkę robiły. Czasem to ja dostawałem piosenkę i szukałem do niej sytuacji, sceny czy bohatera. Słuchaliśmy się nawzajem (Galik, 2016).

Gdy już wyłoniła się wstępna konstrukcja scenariusza, zaczęła się współpraca Roberta Bolesty z Agnieszką Smoczyńską. Filmowcy pracowali ze sobą wcześniej przy etiudzie *3 Love* (2004) i filmie krótkometrażowym *Aria Diva* (2007), który został nagrodzony między innymi w Gdyni oraz na festiwalach Nowe Horyzonty i Dwa Brzegi. Po tych sukcesach nastąpiła kilkuletnia przerwa we współpracy, trwająca do 2012 roku. Smoczyńska wspomina w jednym z wywiadów:

Robert napisał mi smsa: „Zróbmy film”. I myśleliśmy nad kilkoma pomysłami, które ja już wtedy miałam, które on też miał i on powiedział wtedy, że ma taki pomysł, że chciałby bardzo zrobić film o córkach dancingu (już był tytuł na samym początku) i żeby bohaterkami były małe dziewczynki, a pierwowzorem – siostry Wrońskie<sup>5</sup>.

Zderzenie twórczych osobowości – Smoczyńskiej, Bolesty i Wrońskich – owocowało nietypową drogą realizacji filmu zarówno w warstwie fabularnej, jak i formalnej oraz, co stanowi główny przedmiot naszego zainteresowania, w procesie produkcyjnym. Podejmowane przez Smoczyńską i jej ekipę działania realizacyjne prezentują się na pozór podobnie jak przy innych profesjonalnych współczesnych polskich filmach powstających po wprowadzeniu w 2005 roku Ustawy o kinematografii. Po wnikliwej analizie poszczególnych etapów powstawania filmu okazuje się jednak, że produkcja *Córek...* nie przebiegała w całkowicie tradycyjny sposób. Debiuty dofinansowane w pierwszych latach działalności PISF-u miały niskie budżety – od jednego do dwóch i pół miliona złotych (Wróblewska, 2014, s. 116) – podczas gdy film Smoczyńskiej zgromadził ponad sześć milionów dofinansowania. Nietypowe jest także to, że punktem wyjścia do stworzenia *Córek...* były piosenki, które stymulowały rozwój scenariusza. Interdyscyplinarny charakter projektu przyczyniał się do nieustannej i ścisłej współpracy wszystkich pionów produkcji, brak doświadczenia twórców skłaniał ich do eksperymentalnych rozwiązań technicznych (wykorzystywanych przy tworzeniu mechanicznych elementów konstrukcji syrenich ogonów), a uznanie warstwy muzycznej za nadrzędną poskutkowało stworzeniem scenariusza dźwiękowego przed rozpoczęciem zdjęć (co Smoczyńska uznaje za nowatorskie).

„W Polsce bardzo rzadko w oficjalnym systemie kinematografii powstają filmy eksperymentalne” – podkreśla Anna Wróblewska (2014, s. 128). Autorskie debiuty czerpią z tradycji kina moralnego niepokoju, zadają pytania na temat kondycji współczesnego społeczeństwa i Polski XXI wieku. Kino gatunkowe z kolei nie jest i nie było nigdy uznawane za poważny nurt polskiej kinematografii (Wróblewska, 2014, s. 121-122). Film Smoczyńskiej stanowi zatem alternatywę dla obowiązujących tendencji.

<sup>5</sup> Rozmowa autorki tekstu z A. Smoczyńską.

## Produkcja

Kiedy pomysł na film i jego tytuł były gotowe, nadszedł czas na znalezienie funduszy. Smoczyńska w rozmowie z Kaliną Cybulską dla PISF-u wyznaje:

Robert napisał taki pomysł na jedną stronę<sup>6</sup> i chodziliśmy z tym do producentów. Renata Czarnkowska [dyrektor Agencji Filmowej TVP – przyp. aut.]<sup>7</sup> zachwyciła się tym pomysłem i była z nim u kilkunastu producentów polskich. Nikt nie chciał zaryzykować, zwłaszcza że to był debiut, ryzykowny pomysł, totalnie dla nich od czapy. Do tego jeszcze z efektami specjalnymi, z muzyką, jeszcze do tego film kostiumowy, czyli wszystko, co możliwe, pogrążało ten projekt. Decyzję podjął Włodzimierz Niderhaus z Wytwórni WFDiF, ponieważ u niego zawsze powstają debiuty (Cybulska, 2016).

Anegdotycznie Smoczyńska wspomina o tym, że Włodzimierza Niderhausa rzekomo zachwyciła obecność w scenariuszu dancingów. Rzeczowym argumentem niech będzie jednak ten, że Wytwórnia Filmów Dokumentalnych i Fabularnych od pewnego czasu z dużym zainteresowaniem przygląda się debiutom i bierze pod swoje skrzydła młodych twórców. Wśród wyprodukowanych przez tę instytucję filmów można wymienić *Galerianki* Katarzyny Rośliniec (2009), *Dziewczynę z szafy* (2012) Bodo Koxa czy *Jeziorka* (2014) Michała Otlowskięgo. Silna pozycja WFDiF na rynku produkcji filmowej w Polsce pozwala debiutantom na większą swobodę twórczą. Autorytet producenta przekłada się na znaczne nakłady finansowe i wsparcie koproducentów. W przypadku *Córek...* wsparcie zarządzanej przez Niderhausia instytucji zaczęło się już na etapie developmentu. Wspomniany wcześniej niecodzienny sposób pracy nad scenariuszem, łączący już na bardzo wstępnym etapie muzykę z tekstem, wymagał większych nakładów finansowych i czasu. W 2013 roku z pomocą Bolesława przysły Fundacja Off Camera i Szkoła Wajdy (organizatorzy konkursu scenariuszowego Script Pro) oraz Państwowy Instytut Sztuki Filmowej (partner konkursu). Oprócz kwoty 10 000 złotych scenarzyście zapewniono konsultacje scenariuszowe prowadzone przez opiekunów artystycznych ze Szkoły i Studia Wajdy. Choć Bolesława nie znalazł się wówczas w gronie laureatów – był jedynie finalistą – objęło go stypendium ufundowane przez PISF. Instytucja ta stała się także głównym podmiotem finansującym *Córki Dancingu*. W ramach sesji 3/2013 Priorytet III: Produkcja filmów fabularnych projekt otrzymał wsparcie w wysokości trzech milionów złotych, przy planowanym budżecie 6 120 000 złotych, co stanowiło jedną z najwyższych kwot przyznanych w ramach sesji. Żaden inny debiut nie mógł pochwalić się aż tak dużym wsparciem PISF-u. Na przyznaną kwotę mógł

<sup>6</sup> Synopsiś umieszczamy na końcu artykułu.

<sup>7</sup> Od roku 2012 dyrektor Agencji Filmowej TVP.

zapewne wpłynąć autorytet WFDiF<sup>8</sup>. Według debiutującej reżyserki<sup>9</sup> nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że z grona zasiadających w ramach sesji 3/2013 ekspertów (Paweł Pawlikowski, Urszula Antoniak, Leszek Dawid, Waldemar Krzystek, Janusz Majewski i Janusz Zaorski) to właśnie Pawlikowski kierował pracami komisji rozstrzygającej w tej sprawie. Smoczyńska uważa, że reżyser *Idy* (2013) – doświadczony w działalności twórczej za granicą – był najbardziej otwarty na nowatorskie pomysły i docenił odwagę formalnych eksperymentów.

Zgodnie z zasadami ogólnymi dla Priorytetu III programów operacyjnych PISF dofinansowanie produkcji filmowej nie może przekraczać 50% (lub 70% w przypadku debiutu lub drugiego filmu) planowanych kosztów przedsięwzięcia<sup>10</sup>. Skąd zatem pozyskano brakujące trzy miliony? Jednym z głównych podmiotów zaangażowanych w wsparcie finansowe dla *Córek...* została Telewizja Polska SA. W ramach działalności Kolegium Filmowego i Biura Koordynacji Programowej TVP co roku rozpatrywane są wnioski o dofinansowanie dla polskich filmów fabularnych. Przyznawana debiutanckim filmom kwota nie przekracza zwykle 500 tysięcy złotych. Film Smoczyńskiej uzyskał dużo większe wsparcie – aż 800 tysięcy. Zdobycie takiego dofinansowania było możliwe dzięki argumentacji producenta filmu – czyli Niderhaus – który poprosił o zwiększenie dotacji<sup>11</sup>, oraz wsparciu Jerzego Kapuścińskiego, pełniącego wówczas funkcję dyrektora II Programu TVP:

Jerzy Kapuściński zasilił w dużym stopniu budżet naszej produkcji. TVP stało się koproducentem. Bez ich pomocy *Córki...* mogłyby nie powstać. Tym bardziej że nasz projekt był bardzo drogi. Nie jest łatwo zyskać 6 milionów złotych na fabularny debiut. PISF dał nam z tego 50%. Resztę pieniędzy musiała dołożyć Telewizja Polska i Platige Image, które współtworzyło również efekty specjalne, oraz wytwórnia i dystrybutor. To był bardzo skomplikowany twór. I bez udziału TVP, nie byłoby to takie, jak jest (Pohl, 2016).

Studio Platige Image znane z tworzenia efektów specjalnych do polskich produkcji, takich jak *Hiszpanka* (2013, reż. Łukasz Barczyk) czy *Katyń* (2007, reż. Andrzej Wajda) – ale również ze współpracy przy *Antychryście* (2009) czy *Melancholii* (2011) Larsa von Triera – odegrało strategiczną rolę w tworzeniu *Córek Dancingu*. Katarzyna Lewińska (kostiumografka) i Kuba Knapik (supervisor do spraw efektów specjalnych) stworzyli silikonowe modele ogonów syren, ale ich ostateczny kształt został wygenerowany komputerowo.

<sup>8</sup> W ramach sesji 3/2013 WFDiF otrzymał łącznie aż 15 800 000 zł na produkcję pięciu tytułów, co było największym dofinansowaniem jednego podmiotu ze wszystkich biorących udział w konkursie.

<sup>9</sup> Rozmowa autorek tekstu z A. Smoczyńską.

<sup>10</sup> Programy Operacyjny PISF na 2013 rok, <https://www.pisf.pl/dotacje/programy-operacyjne> (dostęp: 12.12.2016).

<sup>11</sup> A. Majer (2016). *Kolegium Filmowe 2013-2015: TVP w służbie kinematografii*, Zjazd Filmoznawców i Medioznawców: Dyskursy widzialności, Kraków, 8–10 grudnia.



Mieliśmy na przykład scenę, kiedy Złota wchodzi do wody. Kiedy zagryza Niemca i wchodzi z sercem w ustach i ma wpełznąć do wody. Zastanawialiśmy się, jak ona ma tam wejść. Bo przecież założyliśmy jej ogon, który waży 35 kilo; wysypaliśmy piasek na takim zejściu i Michalina biedna nie mogła ciągnąć tego ogona. Najpierw daliśmy jej wózek. W momencie, kiedy już się położyła na ziemi, to położyła się na wózku z kółkami i próbowała schodzić. Ale przez to, że był piasek, nie mogliśmy tego wózka pociągnąć. Więc trzeba było ten wózek wywalić. A to już była trzecia w nocy, minus trzy stopnie; kiedy dziewczyna jest rozebrana do połowy, jest strasznie zimno. Był z nami na planie Kuba Knapik, czyli supervisor od efektów specjalnych. Powiedział: „Dobra, ściągnajcie ten ogon. Niech ona zakłada spódniczkę silikonową i niech schodzi sama”. No i zeszła Michalina raz do wody i się naprawdę zanurzyła – i to ujęcie weszło do filmu. A cały ogon jest wygenerowany komputerowo (Janas, 2016).

Realizując nieodpłatnie wszystkie elementy CGI, Platige Image stało się tym samym koproducentem filmu.

Dopracowany scenariusz, intrygujący i oryginalny, dał większe możliwości wnioskowania o finansowe wsparcie dla filmu. Ułatwienie stanowił również stworzony na wczesnym etapie produkcji sound script. Smoczyńska wspomina:

Marcin Lenarczyk [sound designer – przyp. aut.] zaczął pracę z nami na bardzo wczesnym etapie powstawania scenariusza. On również naprowadził nas na pomysł, by ten scenariusz nagrać. Najpierw zrobiliśmy to dla Oli Waliszewskiej, później okazało się to świetnym sposobem na sprawdzenie, jak wszystkie elementy będą ze sobą współgrać. Tym bardziej, że nie wychodziliśmy od obrazu, a właśnie od dźwięku. Przez to, że *Córki...* są musicalem, warstwa dźwiękowa i skomponowanie scenariusza już na samym początku było niesamowicie twórcze i ważne. Piosenki, które „na papierze” wydawały się świetnie pasować, po odsłuchaniu okazywały się zbyt długie, monotonne, zbyt powtarzające się rytmicznie. Na szczęście dzięki przyjętemu trybowi pracy mogliśmy wcześniej się o tym przekonać. W Polsce nie robi się musicali, więc nikt nie mógł odpowiedzieć nam, jak najlepiej pracować. Szukałam zatem intuicyjnie pewnych rozwiązań. Te instynktowne wybory posłużyły chyba efektowi końcowemu. Zrealizowana ostatecznie ścieżka dźwiękowa spaja całą konwencję filmu. Zrozumiałam, jak bardzo wpłynęło to na pewną komiksowość i pozwoliło na płynne przechodzenie z realizmu w świat muzyki, piosenki (Pohl, 2016).

Słowa Smoczyńskiej potwierdzają, jak nowatorskie i instynktowne było podejście wszystkich pionów zaangażowanych w produkcję *Córek...*, podobnie zresztą jak stwierdzenie drugiego reżysera Marcina Starzeckiego: „codziennie byliśmy pionierami” (Janas, 2016).

Kolejnym ważnym aspektem było znalezienie odpowiednich odtwórców głównych ról. Magdalena Cielecka (wcielająca się w Boskie Futro) i Katarzyna

Herman (Porucznik MO) zaraz po przeczytaniu scenariusza zdecydowały się dołączyć do obsady, deklarując, że „z chęcią zagrają cokolwiek w tym filmie”<sup>12</sup>. Nie tak łatwo było jednak namówić Kingę Preis i Jakuba Gierszała, którzy początkowo odmówili. Nakłonienie ich do zmiany zdania zajęło Smoczyńskiej prawie dwa miesiące<sup>13</sup>. Najtrudniejszym zadaniem okazało się obsadzenie ról syren. Castingi trwały prawie półtora roku, przesłuchano ponad dwieście kobiet. Trudność polegała na konieczności pogodzenia predyspozycji fizycznych z umiejętnościami wokalnymi. Nie bez znaczenia był także fakt, że transgresyjny charakter filmu zakładał wiele scen rozbieranych. Po tym, jak Marta Mazurek (znana z *Warsaw by Night* Natalii Korynckiej-Gruz, 2014) wygrała casting na rolę Srebrnej, pozostała kwestia znalezienia dla niej odpowiedniej partnerki, z czym wiąże się anegdotyczna historia opowiedziana przez Smoczyńską na konferencji prasowej po pokazie festiwalowym w Gdyni. W trakcie kolejnych etapów castingu, mimo braku akceptacji ze strony reżyserki, na przesłuchaniach pojawiała się Michalina Olszańska, mająca za sobą kilka epizodycznych ról i niechlubną nominację do nagrody Węża za rolę w filmie *Piąte: Nie odchodź* Katarzyny Jungowskiej (2014). Smoczyńska wspomina, że Olszańska kilkakrotnie błagała Żywię Kosińską, kierowniczkę castingu, o możliwość wzięcia w nim udziału, swoją prośbę motywując tym, że babcia aktorki rzekomo była syreną. Reżyserka doceniła upór młodej aktorki, przyznając jej rolę Złotej<sup>14</sup>. Ostatecznie w filmie zobaczyć można również Andrzeja Konopkę, Marcina Kowalczyka, Romę Gašiorowską i Zygmunta Malanowicza. Dla części z nich, co podkreślają zarówno aktorzy, jak i reżyserka, było to ryzykowne wizerunkowo.

\*\*\*

Od momentu powstania pomysłu do zakończenia prac nad filmem minęły trzy lata. Smoczyńska i Bolesto byli przekonywani, by ich pierwszy film był bardziej kameralny. Zachowawczy i solidny debiut miał dać im rzekomo szansę wnioskowania o większe pieniądze przy kolejnym projekcie. I choć próbowali pracować nad innymi pomysłami, cały czas wracali do idei *Córek Dancingu*.

## Dystrybucja

Mimo że film jest innowacyjny, to promocja, na jaką zdecydowało się Kino Świat, okazała się tradycyjna. Wkład finansowy dystrybutora w marketing przyczynił się do tego, że – nieco naiwnie – wybrano sprawdzoną stylistykę plakatu i trailera. W rozmowie z nami Smoczyńska wspomina, że dystrybutor miał wątpliwości, jak sprzedać ten film, aby móc liczyć chociaż na zwrot poniesionych kosztów. I aby problem rozwiązać (niby najskuteczniej), w materiałach

<sup>12</sup> 40. FFG – Konferencja prasowa filmu *Córki Dancingu* (15.09.2015), Kanał FF Gdynia w serwisie YouTube (dostęp: 20.12.2016).

<sup>13</sup> Tamże (dostęp: 20.12.2016).

<sup>14</sup> Tamże (dostęp: 20.12.2016).

promocyjnych wykorzystano estetykę PRL-u, kiczu, polskiego disco. Na plakacie widnieje hasło „ICH ŻYWIOŁEM JEST NOC”, widzimy roznegliżowaną Magdalenę Cielecką, Martę Mazurek i Michalinę Olszańską jako stewardessy w cekinach, seksowną panią pilot Kingę Preis i muzyków disco. Niewątpliwie uwypuklony został jeden aspekt filmu, jakim jest dancing. Udało się stworzyć nieco nostalgiczny obraz PRL-u i ówczesnych rozrywek. Nie pojawia się jednak żadna informacja o syrenach. Nic o horrorze. W polskim zwiastunie *Córek...* również nie ma wzmianki o syrenach. Nie pojawia się żadna sugestia, że widzowie będą mieli do czynienia z nietypową hybrydą musicalu z horrorem. Ze zwiastuna wnioskować możemy, że film Smoczyńskiej to rozerotyzowana komedia o dancinгах lat osiemdziesiątych. Wrażenie to podkreśla podkład muzyczny – piosenka *Daj mi tę noc* i słowa basisty: „musicie się tylko dobrze bawić, reszta pójdzie sama”. Ciekawy aspekt stanowi również główny opis filmu na portalu Filmweb. Jeszcze pod koniec maja 2016 roku na podstronie poświęconej *Córkom...* widniała informacja: „Warszawa lata 80., dwie nastolatki rzucają się w wir imprez i koncertów”. Nie pojawia się żadna wzmianka, że owe nastolatki są syrenami. Nawet zdjęcia umieszczone na portalu nie ukazują prawdziwego oblicza bohaterek. Gatunek został określony jako musical. Wydaje się rozczarowujące, że materiały promujące film nieco zakłamują (a może delikatnie: mijają się z prawdą), o czym w rzeczywistości jest dzieło. Obecnie na portalu znajduje się nowy opis: „Na brzeg Wisły wychodzą dwie młode syreny. Rzucają się w wir namiętności i nocnego życia Warszawy lat 80., lecz ich prawdziwa natura nie pozwala o sobie zapomnieć”. Gatunek: dramat, musical i komedia. W galerii z fotosami z filmu nie pojawiają się jednak w dalszym ciągu zdjęcia syren ani wzmianka o horrorze. Zmiana informacji na najpopularniejszym polskim portalu filmowym idzie w parze z zagranicznym sukcesem produkcji. 30 grudnia 2016 roku na facebookowym profilu *Córek...* pojawiła się wiadomość, że film będzie od lutego dystrybuowany przez Janus Film (firma dystrybuowała między innymi filmy Wajdy, Kieślowskiego i Sorrentino) w Stanach Zjednoczonych.

Tę zachowawczość w kampanii reklamującej *Córki Dancingu* możemy tłumaczyć na kilka sposobów. Po pierwsze, obecnie w kinie polskim trwa moda na PRL i rozliczenie się z tym okresem w historii Polski<sup>15</sup>. Po drugie, trudno było określić, jaki powinien być modelowy odbiorca tego filmu i jak dotrzeć do widza, który nie jest bywalcem festiwalu ani nie snobuje się na kino artystyczne. Podstępny plan dystrybutora jednak się nie powiódł. *Córki...* nie przyciągnęły do kin satysfakcjonującej liczby widzów. Na domiar złego polska premiera kinowa odbyła się w bardzo niefortunnym momencie, 25 grudnia, w okresie, w którym wiodą prym świąteczne filmy familijne. W tym konkretnym przypadku przypadająca na 18 grudnia premiera pierwszej od dziewięciu lat części *Gwiezdnych*

<sup>15</sup> Między innymi: *Ile waży koń trojański* Juliusza Machulskiego (2008), *Dom zły* Wojciecha Smarzewskiego (2009), *Rewers* Borysa Lankosza (2009), *Rysa* Michała Rosy (2008), *Wszystko, co kocham* Jacka Borcucha (2009), *Kret* Rafała Lewandowskiego (2010), *Różyczka* Jana Kidawy-Błońskiego (2010), *80 milionów* Waldemara Krzystka (2011), *Czarny czwartek. Janek Wiśniewski padł* Antoniego Krauzego (2011), *Sztos 2* Olafa Lubaszenki (2011), *Obywatel* Jerzego Stuhra (2014).

*wojen*, która w świąteczny weekend przyciągnęła do kin ponad 420 000 osób, wpłynęła negatywnie na dystrybucję filmu Smoczyńskiej. W pierwszy weekend jej film zebrał jedynie 14 899 widzów, ostatecznie w kinach obejrzało *Córki Dancingu* 67 649 osób (co daje 18. miejsce w box office polskich premier 2015 roku)<sup>16</sup>. Możliwe, że adekwatna do treści filmu promocja przyciągnęłaby większą liczbę widzów, pewne jest natomiast, że dystrybutor nie zaufał inteligencji widza i nie dał mu szansy świadomego wyboru. W obawie przed pustkami w kinie nie zaryzykował i zataił przed potencjalnymi widzami prawdziwe oblicze produkcji Smoczyńskiej, ukazując jedynie najmniej istotny aspekt, który wcale nie okazał się komercyjnym wabikiem. To spowodowało, że ludzie idący na kolejną rubaszną komedię o PRL-u wychodzili zawiedzeni (często przed zakończeniem seansu) – o czym świadczą mogą liczne komentarze na portalach filmowych<sup>17</sup> i niska ocena na Filmwebie (4.9/10)<sup>18</sup>. Na drugim biegunie pojawiły się liczne głosy, że promocja była na tyle myląca, że dopiero na fali sukcesów *Córek...* na festiwalach i w Stanach Zjednoczonych część widzów obejrzała film – z rocznym opóźnieniem.

Wątek promocji filmu w Polsce jest ciekawy zwłaszcza w kontekście materiałów na festiwalach zagranicznych i w późniejszej regularnej dystrybucji w Ameryce. Występujący w polskim tytule „dancing” kojarzy się jednoznacznie z PRL-owskimi potańcówkami. Dosłowne tłumaczenie mogłoby wprowadzić w błąd. Zmieniony, pozbawiony rodzimego charakteru międzynarodowy tytuł *The Lure* (ang. pokusa, przynęta) nadał filmowi uniwersalnego wymiaru, zwracając uwagę na naturę głównych bohaterek. Wymykający się polskiemu kontekstowi jest także plakat autorstwa Julii Mirny przeznaczony do promocji na zagranicznych festiwalach, który przedstawia jeden z obrazów Waliszewskiej: syrenę zanurzoną w wodzie pełnej czaszek i papierosów. Zdradza on inspirację Smoczyńskiej, a także nawiązuje do czołówki filmu. Autorem amerykańskiego plakatu jest z kolei nowojorski artysta Sam Spratt. Jako bazę do projektu wykorzystał kadr z filmu – leżącą w wannie Złotą – i na jego podstawie stworzył grafikę<sup>19</sup>, na której mimika i poza bohaterki przypominają kota z obrazu, który leży obok wanny (obraz autorstwa Waliszewskiej). Zarówno kot, jak i syrena są drapieżni: mają okazałe, ostre zęby i pazury. Dodatkowo widzimy syrenę nie z boku – jak na kadrze – ale z góry, co podkreśla jej kusicielską naturę.

Na potrzeby festiwalu Sundance powstał teaser, który rozpoczyna krzyk wocalistki zwiastujący, że będziemy mieli do czynienia z dreszczowcem. W tym 30-sekundowym zwiastunie zawarto syrenie ogony, dancing, nagość, erotyzm, zagadkę, wynaturzone zębiska Złotej, co w połączeniu wywołuje w widzu mieszane uczucia: ciekawość, niepokój i strach. Teaser pokazywany na festiwalu go-

<sup>16</sup> Box Office na stronie internetowej PISF, [www.pisf.pl/rynek-filmowy/box-office](http://www.pisf.pl/rynek-filmowy/box-office) (dostęp: 20.12.2016).

<sup>17</sup> Zob. strona filmu w serwisie [www.filmweb.pl](http://www.filmweb.pl) (dostęp: 20.12.2016).

<sup>18</sup> Stan na 20.02.2017.

<sup>19</sup> Wstępny szkic można zobaczyć na profilu Julii Mirny w serwisie Facebook.

East jest jeszcze mroczniejszy. Widzimy w nim niepokojące kobiety z ogromnymi zębami (o tym, że są syrenami, sygnalizuje ogon, który pojawia się w krótkiej migawce); widzimy ciało leżące na łóżku w zdemolowanym pokoju; wreszcie widzimy Srebrną, która cała umorusana krwią rzuca na ziemię ludzkie serce. Zapowiada się horror z elementami musicalowymi (o czym świadczą mogą tańczące Preis i Cielecka na dancingowej scenie pełnej brokatu) i o lekkim zabarwieniu erotycznym (Srebrna podgląda wokalistkę uprawiającą seks). Oficjalny amerykański trailer w idealnych proporcjach ukazuje hybrydyczność formy i treści filmu. Mamy w nim musicalowe sceny tańca, oddany został charakter polskich dancingów z lat osiemdziesiątych, zasygnalizowany został wątek miłosny. Od początku wiemy, że bohaterkami są syreny, które wzbudzają sensację wśród gości „lokalu nocnego z napojami wysokoalkoholowymi i tańcami”. Wiemy też, że są one niebezpieczne: mają ogromne zęby, których nie zawahają się użyć. W zwiastunie łączy się humor z groteską, mrok z erotyzmem i beztrudną zabawą. Dużym walorem jest wykorzystanie piosenek *Ballad* i *Romansów* z filmu. W polskim zwiastunie, w myśl zasady, że „lubimy piosenki, które już znamy”, słyszymy cover znanej wszystkim melodii Donny Summer *I Feel Love*. Twórcy amerykańskiego traileru świadomie sięgnęli po oryginalne, stworzone do filmu piosenki siostr Wrońskich, podkreślając ich autorski charakter i ważną rolę w filmie.

Po tym, jak 6 stycznia 2016 roku opublikowano amerykański trailer, na blogach filmowych i w zakładkach kulturalnych opiniotwórczych portali powstały artykuły<sup>20</sup> piętnujące kampanię polskiego dystrybutora. Nasze próby skontaktowania się z osobami odpowiedzialnymi za kształt promocji *Córek...* skończyły się niepowodzeniem. Dyrektor działu promocji Kino Świat Paulina Waranka kilkakrotnie unikała odpowiedzi na zadane przez nas pytania dotyczące strategii promocyjnej. Można przypuszczać, że firma wie, jakie błędy popełniła, i się ich wstydzi. Tym samym niemożliwe było dotarcie do prawdziwych (a nie domniemyanych) powodów, dla których zdecydowano się na tego typu kampanię.

\*\*\*

We wrześniu 2015 roku Smoczyńska otrzymała nagrodę za debiut reżyserski na 40. Festiwalu Filmowym w Gdyni. Wyróżnieni zostali także charakteryzatorzy Janusz Kaleja i Tomasz Matraszek. Krytycy przyjęli film z entuzjazmem. *Córki...* „wcisnęły w fotel” Jakuba Majmureka z „Krytyki Politycznej”: „Film niezwykle, fantazyjny, całkowicie odstający od polskiego kina, tworzący swój własny, osobny estetycznie i myślowo świat” (Majmurek, 2015); zachwyciły Karolinę Pasternak z „Newsweeka”: „Ten obraz mnie zachwyca: jest tu talent filmowy, siła, odwaga, humor, wyobraźnia” (Pasternak, 2015); oraz Pawła Felisa

<sup>20</sup> Zob. wpis M. Oleszczyka w serwisie Facebook z dnia 6.01.2017; „*Córki dancingu*”: amerykański zwiastun, [www.film.onet.pl](http://www.film.onet.pl); Siegel, B., *Polski zwiastun polskiego filmu odstrasza. Wersja z USA – zachwyca. Zobaczcie sami*, [www.kultura.gazeta.pl](http://www.kultura.gazeta.pl); Kochan, B., *Córki dancingu – przez Polaków niedoceniony, zachwyca zagranicą*, [www.film.org.pl](http://www.film.org.pl); Wąs, S., „*Córki dancingu*” po amerykańsku, [www.i-d.vice.com](http://www.i-d.vice.com) (dostęp: 20.02.2017).

z „Gazety Wyborczej”: „Jeden z najciekawszych debiutów ostatnich lat” (Felis, 2015). Smoczyńska „Wysoko zawiesiła poprzeczkę, bo wrzuciła do konkursu bombę. Zrobiła film znakomity. [...] Mamy nową, mocną autorską osobowość w polskim kinie” (Felis, 2015). *Córki Dancingu* spodobały się także Barbarze Hollender z „Rzeczpospolitej” („To fantastyczne, że w polskim kinie zaczynają się pojawiać odważni artyści, niebojący się ryzyka. Takie debiuty – zakręcone, pełne fantazji, realizowane bez asekurancja, cieszą, bo zapowiadają ciekawe twórcze osobowości” [Hollender, 2015]), wywołały podziw Łukasza Adamskiego z portalu „wPolityce” („Smoczyńska pokazuje, że Polacy wbrew powszechnej opinii umieją robić horrory” [Adamski, 2015]) oraz Adriany Prodeus z „Kina”, która napisała, że debiut Smoczyńskiej „okazuje się filmem dojrzałym” (Prodeus, 2015). Smoczyńska dokonała rzeczy rzadkiej w polskiej publicystyce: zjednała prawicę i lewicę – z obu stron padały pochlebne zdania na temat *Córek Dancingu*. Co więcej, nie odnotowałyśmy jawnie negatywnych recenzji w opiniotwórczej prasie lub na portalach informacyjnych. Wraz z otrzymaniem przez Smoczyńską Nagrody Specjalnej w Międzynarodowym Konkursie Festiwalu w Sundance za Unikalną Wizję i Oryginalny Zamysł Artystyczny rosła popularność *Córek...* w Stanach Zjednoczonych. Film był wymieniany jako jeden z najciekawszych tytułów pokazywanych w Park City między innymi przez magazyny „Rolling Stone” i „Esquire”<sup>21</sup>.

Styczeniowe wydarzenia związane z nagrodą w Sundance otworzyły Smoczyńskiej drzwi do międzynarodowych sukcesów. *Córki...* zostały pokazane na kilkunastu europejskich i amerykańskich festiwalach filmowych, zdobywając między innymi nagrody dla najlepszego filmu fabularnego (Nashville, Calgary, Porto), najlepszej reżyserki (Porto, Wilno), jak również za efekty specjalne i muzykę. Można snuć przypuszczenia, że gdyby polska premiera filmu odbyła się po festiwalu Sundance, promocja byłaby odważniejsza, a co za tym idzie – skuteczniejsza. Może wówczas rodzima widownia spojrzalaby inaczej na ten obraz? Wszystko to jednak ogranicza się do domysłów. Tymczasem zdecydowano się na podsyć zainteresowania filmem w mniej oczywisty sposób.

Po pierwsze, wiosną 2016 roku odbyła się premiera filmu na DVD i ukazała się płyta ze ścieżką muzyczną z *Córek Dancingu*, co stało się dodatkowym sposobem na zaistnienie filmu w Polsce. Promując wakacyjną trasę koncertową, siostry Wrońskie w wywiadach wspominały o pracy przy filmie, podkreślały przy tym jego wyjątkowość (Kowalczyk, 2016). Po drugie, alternatywną promocją stał się facebookowy profil, prowadzony przez Małgorzatę Janczak (odpowiedzialną również za międzynarodową promocję *Hiszpanki* Łukasza Barczyka, *Demonia* Marcina Wrony i *Hardkor Dysko* Krzysztofa Skoniecznego). Na bieżąco

<sup>21</sup> Zob. opublikowane na amerykańskich portalach na przełomie stycznia i lutego 2016 teksty: Ehrlich, D., *12 Best Movies We Saw at Sundance 2016*, [www.rollingstone.com](http://www.rollingstone.com); Hill, L., *The 11 Best Movies We Saw at Sundance*, [www.esquire.com](http://www.esquire.com); Barna, D., *Here's Your First Look At The Feminist Mermaid Horror Musical Everyone's Talking About*, [www.nylon.com](http://www.nylon.com); Yoshida, E., *The best films of Sundance 2016*, [www.theverge.com](http://www.theverge.com); Miller, J., *Sundance's Only Man-Eating Mermaid Musical Will Lure You In*, [www.vice.com](http://www.vice.com) (dostęp: 20.02.2017).



(od 7 listopada 2014 roku) w ciekawej formie Janczak udostępnia treści dotyczące filmu i jego twórców (artykuły, recenzje, informacje o nagrodach, dystrybucji), gromadzi fanów (w lutym 2017 roku było ich ponad 4,6 tysiąca), wzbudza zainteresowanie, prowokuje liczne komentarze. Internetowa, nowoczesna forma promocji i komunikacji z widzem współgra z istnieniem filmu w amerykańskich mediach. *Córki...* stały się tematem popularnych w serwisie YouTube filmików z zarejestrowanymi reakcjami vlogerów, którzy oglądają trailer filmu<sup>22</sup> oraz promocyjnych wideoprezentacji umieszczanych na Facebooku przez serwis NowThis Entertainment, który gromadzi ponad dwa miliony fanów<sup>23</sup>. O fascynacji filmem Smoczyńskiej w Stanach świadczą też wyniki osiągnięte na popularnych portalach gromadzących opinie krytyków i umożliwiających przyznawanie punktacji przez użytkowników. W serwisie Metacritic, ustalającym punktacje na podstawie opinii krytyków, *Córki...* osiągnęły wynik 72/100 punktów<sup>24</sup>, z kolei internauci korzystający ze strony Rotten Tomatoes ocenili produkcję na 3,8/5 punktów<sup>25</sup>. W większości opinii zwrócono uwagę na innowacyjność filmu, hybrydyczność gatunkową, bezkompromisowość twórców oraz odważne feministyczne wątki, na które najwyraźniej nie była gotowa polska publiczność.

Reżyserka wykorzystuje w pełni szansę na rozwój kariery w Stanach Zjednoczonych. Podczas Festiwalu Sundance 2017 ogłoszono wyniki postępowania grantowego prowadzonego przez Sundance Institute: Smoczyńska i Bolesto otrzymali możliwość zrealizowania kolejnego śmiałego pomysłu – opery science fiction (jak sami określają planowaną produkcję) (Knap, 2017). Film ma być w całości oparty na płycie Davida Bowiego *1.Outside* (1995). W styczniu 2017 roku ogłoszono, że duet Smoczyńska i Bolesto wszedł w skład ośmiu zespołów filmowych z całego świata, które stworzą po odcinku nowej antologii horroru *The Field Guide of Evil* (Grater, 2017). Jeżeli te projekty okażą się sukcesami, mogą stać się dla Smoczyńskiej i Bolesty trampoliną do prawdziwej kariery w amerykańskiej telewizji i kinie.

## Apendyks

### Synopsis: Robert Bolesto, „Córki Dancingu”

Siostry – SREBRNA SYRENA 17 i ZŁOTA SYRENA 12 przyplływają Wisłą z Morza Czarnego do Warszawy stylizowanej na lata 80te. Na brzegu spotykają pijący Zespół Dancingowy FIGI I DAKTYLE. Jest to małżeństwo- WOKALISTKA 37 z PERKUSISTĄ 43 i przyjaciel BASISTA 27. SREBRNA zachwycona jest ich śpiewem i tańcem, a ZŁOTĄ odurza zapach ludzkiego ciała. SY-

<sup>22</sup> Zob. wyniki wyszukiwania hasła: The Lure Reaction w serwisie YouTube.

<sup>23</sup> Film udostępniony na profilu facebook NowThis Entertainment w dniu 2.02.2017 (dostęp: 20.02.2017).

<sup>24</sup> Profil *The Lure* w serwisie Metacritic, [www.metacritic.com/movie/the-lure](http://www.metacritic.com/movie/the-lure) (dostęp: 20.02.2017).

<sup>25</sup> Profil *The Lure* w serwisie Rotten Tomatoes, [www.rottentomatoes.com/m/the\\_lure\\_2017](http://www.rottentomatoes.com/m/the_lure_2017) (dostęp: 20.02.2017).

RENY dołączają się chórkami i oczarowują ZESPÓŁ. Po wyjściu z wody Syrenie Ogony zamieniają się w Ludzkie Nogi. ZESPÓŁ przygarnia je i zabiera ze sobą do modnej Restauracji ADRIA, w której gra co wieczór koncert. KIEROWNIK SALI 50 po nieudanej próbie seksu z SYRENAMI organizuje Show- ZESPÓŁ + SYRENY. Show jest hitem. WOKALISTKA coraz bardziej niepokoi się utratą pierwszoplanowej roli w ZESPOLE i w domu. Wyczuwa rosnące uczucie między BASISTĄ a SREBRNĄ i staje się bardzo zazdrosna. ZŁOTA uwodzi przypadkowego mężczyznę, zagryza go i zjada. ZESPÓŁ uświadamia sobie realne zagrożenie ze strony SYREN i wyrzuca je skrzepowane do Wisły, gdzie zostają uratowane przez płotki. Wściekłe SYRENY straszą KIEROWNIKA SALI, szantażują ZESPÓŁ i startują ze swoim autorskim programem, jako CÓRKI DANCINGU. Jest sukces. W ADRII pojawia się TRYTON 51- Guru Punkowego Podziemia. SREBRNA rozpoznaje w nim Ojca i nie chce z nim rozmawiać, a ZŁOTA daje się zaprosić na wspólne śpiewanie w jego punkowym projekcie, co niemiło się dla niej kończy. SREBRNA wyznaje miłość BASIŚCIE, ale on nie uprawia seksu ze zwierzętami. WOKALISTKA urządza straszną awanturę PERKUSIŚCIE i BASIŚCIE za rzekomy zapach ryb na ich ciele. ZŁOTĄ interesuje się pani PORUCZNIK MO 40. PORUCZNIK MO demaskuje ją, jako morderczynię. Między nimi wybucha ostry romans. SREBRNA decyduje się na amputację Ogona i przeszczep Ludzkich Nóg, opłacony przez BASISTĘ. SREBRNA ma nogi, ale zgodnie z legendą traci głos, a potem Kochanka. KIEROWNIK SALI rozwiązuje kontrakt z ZESPOŁEM. BASISTA robi muzyczną fuchę z NANCY 23, po której oznajmia wszystkim domownikom, że nadchodzi era duetów. Znaczący to, że zakochał się i zaprasza wszystkich na swój ślub. Wesele NANCY i BASISTY odbywa się na statku płynącym po Wiśle. Szefem Kuchni na statku jest TRYTON, który informuje SREBRNĄ, że jeśli nie zabije BASISTY do wschodu słońca, to zamieni się w morską pianę. ZŁOTA z PORUCZNIKIEM MO próbują siłą zmusić SREBRNĄ do zabicia BASISTY. Jednak SREBRNA nie daje się, wyskakuje za burtę i zamienia się w pianę. Wściekła ZŁOTA zagryza BASISTĘ, za co zostaje postrzelona przez PORUCZNIK MO. ZŁOTA ranna SYRENA wskakuje do rzeki i odpływa do morza.

## Bibliografia

- Adamski, Ł. (2015). *Wampiryczny musical z PRL w tle*, www.wpolityce.pl (dostęp: 10.10.2016).
- Barna, D. (2016). *Here's Your First Look At The Feminist Mermaid Horror Musical Everyone's Talking About*, www.nylon.com (dostęp: 21.01.2017).
- Bielak, A. (2015). *Syreny, które roztańczyły PRL*, „Dziennik Gazeta Prawna”, www.kultura.gazetaprawna.pl (dostęp: 12.12.2016).
- Córki dancingu: amerykański zwiastun* (2017). www.film.onet.pl (dostęp: 20.02.2017).
- Gorządek, E. (2017). *Aleksandra Waliszewska*. <http://culture.pl/pl/tworca/aleksandra-waliszewska> (dostęp: 20.02.2017).
- Cybulska, K. w rozmowie z A. Smoczyńską, Kanał PISF w serwisie YouTube (dostęp: 20.12.2016).

- Ehrlich, D. (2016). *12 Best Movies We Saw at Sundance 2016*, [www.rollingstone.com](http://www.rollingstone.com) (dostęp: 21.01.2017).
- Felis, P. (2015). *Polskie kino muzyczne: „Córki dancingu” i „Excentrycy”*, [www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl) (dostęp: 15.10.2016).
- Felis, P. (2015). *Zabawy wiślanych syren w lokalach PRL-u*, [www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl) (dostęp: 21.01.2017).
- Galik, P. w rozmowie z R. Bolesto (2016). *Ciągnie mnie w nieskrępowaną zabawę*, [www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl) (dostęp: 12.12.2016).
- Grater, T. (2017). *ABCs Of Death' producers team for new horror anthology*, [www.screendaily.com](http://www.screendaily.com), (dostęp: 20.02.2017).
- Hill, L. (2016). *The 11 Best Movies We Saw at Sundance*, [www.esquire.com](http://www.esquire.com) (dostęp: 21.01.2017).
- Hollender, B. (2015). *Syreny tańczące w PRL*, „Rzeczpospolita”, nr 299.
- Janas, M. w rozmowie A. Smoczyńskiej, Kanał Movieway PL w serwisie YouTube (dostęp: 20.12.2016).
- Kanał Festiwalu Filmowego w Gdyni w serwisie YouTube. [www.youtube.com/user/FPFFGdynia](http://www.youtube.com/user/FPFFGdynia) (dostęp: 20.12.2016).
- Knap, Ł. (2017). *Sensacyjna wiadomość z Sundance. Smoczyńska i Bolesto nakręcą w Nowym Jorku operę science-fiction z muzyką Bowiego*, [www.film.wp.pl](http://www.film.wp.pl) (dostęp: 20.02.2017).
- Kochan, B. (2017). *Córki dancingu – przez Polaków niedoceniony, zachwyca zagranicą*, [www.film.org.pl](http://www.film.org.pl) (dostęp: 20.02.2017).
- Kowalczyk, P. (2016). *Siostry samo zło*, [www.dwutygodnik.com](http://www.dwutygodnik.com) (dostęp: 20.02.2017).
- Majer, A. (2016). *Kolegium Filmowe 2013-2015: TVP w służbie kinematografii*, Zjazd Filmoznawców i Medioznawców: Dyskursy widzialności, Kraków, 8-10 grudnia.
- Majmurek, J. (2015). *Drapieżne syreny z Warszawy*, [www.krytykapolityczna.pl](http://www.krytykapolityczna.pl) (dostęp: 20.01.2017).
- Miller, J. (2016). *Sundance's Only Man-Eating Mermaid Musical Will 'Lure' You In*, [www.vice.com](http://www.vice.com) (dostęp: 20.02.2017).
- Pasternak, J. (2015). *Krwiożercze syreny znad Wisły*, „Newsweek Polska”, nr 39.
- Pohl, P. w rozmowie z A. Smoczyńską (2016). *Sztuka musi przekraczać bariery*, „Bliza”, nr 2 (26).
- Prodeus, A. (2015). *Córki dancingu*, „Kino”, nr 12.
- Profil *Córek Dancingu* w serwisie Filmweb. <http://www.filmweb.pl/film/Córki+dancingu-2015-727844> (dostęp: 15.05.2016 oraz 20.12.2016).
- Profil *The Lure* w serwisie Metacritic, [www.metacritic.com/movie/the-lure](http://www.metacritic.com/movie/the-lure) (dostęp: 20.02.2017).
- Profil *The Lure* w serwisie Rotten Tomatoes, [www.rottentomatoes.com/m/the\\_lure\\_2017](http://www.rottentomatoes.com/m/the_lure_2017) (dostęp: 20.02.2017).
- Siegel, B. (2017). *Polski zwiastun polskiego filmu odstrasza. Wersja z USA - zachwyca. Zobaczcie sami*, [www.kultura.gazeta.pl](http://www.kultura.gazeta.pl) (dostęp: 20.02.2017).
- Strona internetowa Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej. [www.pisf.pl](http://www.pisf.pl) (dostęp: 20.12.2016).
- Wąs, S. (2017). *„Córki dancingu” po amerykańsku*, [www.i-d.vice.com](http://www.i-d.vice.com) (dostęp: 20.02.2017).
- Wróblewska, A. (2014). *Rynek filmowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Yoshida, E. (2016). *The best films of Sundance 2016*, [www.theverge.com](http://www.theverge.com) (dostęp: 21.01.2017).

### **Jumping in at the deep end, or the case of *The Lure* and making films nobody else seems to be making**

*The Lure* happened to be the most original fruit of the Polish cinema's loins in 2015. Although it pushed the envelope as far as some only wished they could, this debut feature enjoyed little commercial success at the Polish box office. Sundance win, however, gained the film an international recognition. This article follows subsequent production stages of Agnieszka Smoczyńska's film and tries to answer the question: what sets her picture apart from others produced in Poland? The authors, in their case study, describe the filmmaker's unusual approach to genres and cinematic clichés. Moreover, basing on conversations with the creators of *The Lure*, the authors of the article take a closer look at how the film was financed, how the script came together and how the work on set went. They also emphasise the importance of the differences between the advertising in Poland and the United States – everything analysed from the perspective of the production studies.

# Grażyna Świętochowska

Uniwersytet Gdański

## ***Forget the film, watch the title credits!*<sup>1</sup>. Wprowadzenie do czołówki filmowej**

Czołówka filmowa jest jak okno. Jest jak rama. Kino jawi się wówczas jako fantastyczny gabinet osobliwości albo witryna sklepowa. Czołówka jest jak drzwi, wejście. Angielskojęzyczne określenie pierwszych metrów filmu – *opening sequence* – jest miarą otwarcia się na inność, obcość. Widz ma wejść przez nie „na skróty” do świata o odrębnym statusie ontologicznym. Tropy stylistyczne można zresztą mnożyć: próg<sup>2</sup>, drzwi, pas transmisyjny, interfejs, „okno i rama jako wzajemnie regulujące się metafory patrzenia na odseparowaną – dla naszego dobra – rzeczywistość” (Elsaesser, Hagener, 2015, s. 55). Ze względu na skrótowość, ale i efekt zagęszczenia, koncept i ciężar semantyczny czołówka korzysta przede wszystkim z synekdochy, metonimii, czasem elipsy. Ten skromny odcinek, którego długość konsekwentnie zmieniała się od lat trzydziestych do sześćdziesiątych, od statystycznej minuty do nawet sześciu (Horak, 2014, s. 75), stanowi matrycę wszystkich późniejszych przedstawień i sekwencji fabularnych. Co podsumował już Alexander Zons, czołówka „dokumentuje produkcję filmu, kieruje się do widza, wprowadza diegezę, tematyzuje samą sytuację projekcji, markuje początek, wprowadza w nastrój, udowadnia pracę, jest miejscem sygnatury, reklamą, filmem w filmie” (Zons, 2010, s. 221-221).

Co daje obserwacja narodowych praktyk nazewniczych tego wielofunkcyjnego komponentu? Język niemiecki przywołuje tymczasowość sytuacji projekcji w kinie i kładzie nacisk na przygotowanie widzów do seansu (*Vorspann*). Język francuski przywołuje sam proces tworzenia filmu (*Générique*). Język angielski, poza figurą już odnotowanego poznawczego otwarcia na to, co na zewnątrz i co wewnątrz, a więc i pewnej idei przestrzenności, kanału tranzytowego łączącego miejsca osob-

<sup>1</sup> Slogan biorący swój początek z nazwy jednej ze stron internetowych poświęconych czołówkom filmowym: *Forget the Film, Watch the Title*, <http://www.watchthetitles.com> (dostęp: 10.11. 2016).

<sup>2</sup> Próg (*seuil, vestibule*), czyli Genettowski paratekst, ma zawsze charakter graniczny. Por. Genette, G., *Seuils*, Paris 1987; Genette, G., *Paratexts. Thresholds of interpretation*, przeł. J.E. Lewin, Cambridge 1997.

ne, podkreśla też osiągnięcie niemożliwe bez współpracy całego zespołu, wszystkich osób zaangażowanych w realizację filmu (*opening credits*) (między innymi Dettke, 2015, s. 87-89). Ta ostatnia wykładnia najbliższa byłaby rozumieniu ekonomicznemu i prawnemu. W języku polskim – obok konotacji części wyposażenia przeznaczonego dla tych, którzy eksplorują różne warstwy rzeczywistości i którym czołówka oświetla drogę – równoległe jest myślenie o wytwórni filmowej o tej samej nazwie. Ta wytwórnia, ważna dla całego powojennego kina, swój „początek” wzięła z działalności kronikarskiej i dokumentalnej Jerzego Bossaka i Aleksandra Forda jeszcze w szeregach Wojska Polskiego na terenie Związku Radzieckiego. A może właśnie to konotacje militarne, odpór wroga, pierwsze zwarcie w walce, asymilacja lub pozycja zwycięzonego dają jakieś nowe rozpoznanie?

Słynne ostrzeżenie umieszczone przez Saula Bassa na puszkach z taśmą filmową *Złotorekiego* (*The Man with the Golden Arm*) w reżyserii Otto Premingera z 1955 roku – „Projectionists, pull curtain before titles” (Horak, s. 80) – uznać można za symboliczny początek historii widzialności, „czytelności” i odrębności czołówki filmowej jako samodzielnego przedmiotu uwagi. To konkretne zalecenie techniczne już wkrótce miało przeorganizować praktyki widowni, złączyć czas poznawczej otwartości z pierwszymi minutami wyświetlanego filmu, jak i uruchomić długofalową refleksję różnych obiegów wiedzy. Awans i „promocja” sekwencji początkowej przekładały się bezpośrednio na oddolny ruch zdobywania miejsca (i prestiżu) przez anonimową jeszcze do niedawna grupę zawodową. Jednocześnie w perspektywie środowiska zmieniających się obiektów kultury wizualnej czołówka stała się ośrodkiem wypowiedzi artystycznej i protofilmowej i mogła być przedmiotem lektury *pars pro toto*. W analizie sekwencji początkowej filmu jako konkretnego aspektu kultury wizualnej zasadne wydaje się umieszczenie jej między przekazem ikonycznym, kulturą typografii, reklamą, opakowaniem, neonem, winietą i plakatem. Czołówka byłaby wówczas zagnieżdżona w różnych formach (i mediach) zarządzania środowiskiem życia człowieka, w tym konkretnym przypadku negocjowanego percepcyjną aktywnością widza, szerzej – odbiorcy o różnych kompetencjach kulturowych; i najszerszej – użytkownika systemu komunikacji wizualnej.

### *Off-screen studies*

Z perspektywy czasu i ewolucji kolejnych nośników filmu i form recepcji czołówki filmowe wymieniane są w tym samym ciągu co plakaty, afisze, wydawnictwa DVD i Blu-ray „zaopatrzone” w kompletny system nawigacji po materiałach bonusowych, „kuchni filmowej”, wraz z innymi formami szerokiej oferty kolekcjonerskiej (takimi jak *booklet* czy *inlay*). To jednocześnie różne stadia inscenizowanego obiegu eksperckiego. Andrzej Gwóźdź w perspektywie tych właśnie artefaktów postuluje myślenie o medialnej historii filmu, „która byłaby w stanie objąć dzieje filmu w jego uwikłaniach multi- i intermedialnych, czyli [...] potraktować film jako organizm żyjący w różnych środowiskach, a nie wyłącznie jak tekst kina” (2008, s. 489-490). Jonathan Gray posługuje się z kolei kwalifika-



cją *off-screen studies*, studiów pozaekranowych (2010). Paradygmat opisu wprowadzony z francuskiej teorii literatury, a właściwie jej konkretnej ścieżki sygnowanej nazwiskiem Gérarda Genette'a, zamiast koncentrowa c się na medialnym fenomenie, dla którego ważne byłyby analogie z cz sciami składowymi ksiązki (przedmowy, motta, komentarze odautorskie, wywiady, informacje zamieszczone na obwolutach) (1992), skierowany jest na otoczenie formalne (i sposoby) występowania filmu. Choć lektura paraliteracka nadal może mieć swoje przeniesienie na rozmaite „maski” językowe – film można, jak ksizk , „przelecieć wzrokiem”, otworzy  na odpowiednim „rozdziale”, wł żyć zakładek , zajrzeć do komentarza (Gw dz, 2008, s. 500) – to instrumentarium analityczne stanowi tu wszelkiego rodzaju komentarze do tekstu głównego, którym ostatecznie zawsze pozostaje film. Poza już wymienionymi obok czołówki filmowej plakatami, afiszami, edycjami DVD czy Blu-ray „paratekst” może dotyczy  tak rozmaitych zakresów, jak reklama filmowa, *trailery*, *teasery*, nośniki outdoorowe (billboardy, ekrany etc.), merchandisingowe gadetki, przejcia między kanałami w telewizji, plansze z napisami, a nawet krytyka filmowa jako taka. Andrzej Gw dz status tych wszystkich form komunikacyjnych przyległych do tekstu głównego, czyli filmu, widzi w perspektywie mobilności, negocjacji i sprawczości: „(j)est [paratekst – dop. aut.] zatem peryferyjny, ale niekoniecznie marginalny, w tym sensie, że jego obecnoc potrafi odmieni  stosunek do centrum – nie naruszając jego ontologicznej tożsamości, zmieni  obraz całocci – a jako taki wyposażony zostaje w moc sprawczą   cechach performatywu” (2010, s. 38).

Teza ksiązki Jonathana Graya, posiłkujcego si  Genettowskim terminem, brzmi: parateksty nie są zwykłym dodatkiem czy „ścieżk” biegnącą równoległą do tekstu głównego. Parateksty tworzą teksty, zarządzają nimi i wypełniają je znaczeniem, które z nimi nam się kojarzy. Przygotowuj nas też na inne teksty – funkcja dydaktyczna jest wyraźna wlanie w kontekście czołówki (Gray, 2010, s. 6, 25).

## Czołówka i historia sztuki

Czoł wk  filmową na mapie historii ewolucji mediów widziałabym przede wszystkim w relacji do kolejnych stadiów rozwoju grafiki użytkowej. Akces malarzy – czy to do obiegu wydawniczego ksiązki ilustrowanej, czy prasy codziennej w wieku XIX – to konieczne etapy włączania się artystów do świata mediów masowych, motywowane przede wszystkim powodzeniem komercyjnym. Tworzenie wielkoformatowych afiszy teatralnych (litografie barwne Henriego de Toulouse-Lautreca do spektakli kabaretowych z Jean Avril w Moulin Rouge), reklam produktów konsumpcyjnych (zanurzone w duchu secesji i fin de si cle'u mydła i perfumy w projektach Alfonsa Muchy), kart dań czy winiet byłoby praktyk „windujc” obiekty rekrutujące się z codziennego życia człowieka w rejony sztuki. Zabiegi estetyzacyjne miały jednoznaczne przeznaczenie: skupienie uwagi przyszłego konsumenta. Konkretnie elementy tego komercyjnego

zbioru edukowały też kolejne pokolenia twórców, niejednokrotnie pozbawionych już klasycznego przygotowania artystycznego.

Florian Krautkrämer zauważa, że w istocie od czasu narodzin kina zachodnie społeczeństwa żyły w otoczeniu nieustannie mnożących się informacji wszelkiego rodzaju (2010, s. 235). Ich nośnikami były już same nagłówki prasowe, layout prasowych szpalt z „wpuszczonymi” w układ tekstowy reklamami. Nowatorską kompozycję obrazu i tekstu obecną w samej reklamie, tej prasowej i tej wychodzącej w środowisko miejskie (czy wreszcie późniejszych neonów reklamowych [około 1910 roku]), łączyła funkcja informacyjna i dekoracyjna. Z jednej strony wskazywała przecież na produkty i usługi oraz pomagała w orientacji przestrzennej, z drugiej ożywiła i urozmaicała miasto. Wielu jest zdania, że to właśnie neony wprowadziły do przestrzeni publicznej miasta najwyższej jakości typografię. Jako formy unikatowe, projektowane specjalnie na potrzeby danej realizacji stawały się ważnymi punktami w krajobrazie i budowały charakter miejsca (Szydłowska, Misiak, 2015, s. 145-146). Pobudzanie konsumentów, pobudzanie widzów przy aktywowaniu funkcji estetycznej i poznawczej przekazu jest też domeną odcinka czołówki filmowej. To tu dokonuje się też transfer artystów w rejony użytkowe, jak i kwalifikowanie działań sygnowanych przez rzemieślników mianem wytworów artystycznych.

W historii sztuki miejscem, z którym czołówki mogłyby mieć szczególnie związek, jest niemiecki projekt Bauhausu (1919-1933). Uczelnia założona przez architekta Waltera Gropiusa była nowoczesnym świadectwem prób godzenia sztuki z techniką i przemysłem. W trakcie swojej czternastoletniej egzystencji trzykrotnie zmieniająca lokalizację (Weimar-Dessau-Berlin) w systemie nauczania i kreowania nowych nawyków myślowych była stabilna: próbowała wprowadzić w życie idee przekształcenia otoczenia człowieka – od założeń urbanistyczno-architektonicznych po projektowanie wnętrz, wyposażenia mieszkań, przedmiotów codziennego użytku. W koncepcji Gropiusa i zatrudnianych przez niego wykładowców (wymieniając tylko Pieta Mondriana, Paula Klee czy László Moholy-Nagy’ego) ostatecznym celem nie miała być produkcja kolejnych unowocześnionych rekwizytów codzienności, ale sam człowiek; nie produkt, ale przeobrażenie upodobań i nawyków jego użytkowników (między innymi Hopfinger, 1993). W tej formie radykalnie oczyszczonej, „bauhausowskiej” stosunek powierzchni tekstu do ilustracji wyliczony był z matematyczną precyzją, a w liternictwie pociągał za sobą niechęć do czcionki szeryfowej (Naylor, 1988, s. 4). Nie oznacza to jednak, że w obrębie tego samego środowiska twórców nie powstawała charakterystyczna kombinacja typo- i fotografii, jak u László Moholy-Nagy’ego czy Jana Tschicholda (między innymi Krautkrämer, 2010, s. 235).

To lektura twórców Bauhasu uświadamia, że również w przypadku czołówek filmowych warto zwracać uwagę na krój i kolor liter, na sposób ich łączenia z rysunkiem, fotografią i fotomontażem. Nie tylko krój czcionki rozszerza skalę odbioru, ale każdy z uruchomionych środków plastycznych. Forma stanowi zawsze funkcję treści. To czołówki mogą pochwalić się kondensacją i natężeniem formy

graficzno-wizualnej. Stanowią dynamiczny układ znaków typograficznych. Są polem doświadczalnym dla form kontrastowych, szkołą bodźców wizualnych, stanowiącą o układzie całości.

Jan Horak, analizując prace Saula Bassa, niejednokrotnie przytacza artystów wywodzących się z Bauhausu. Jednak w tym konkretnym przypadku nie są to podobieństwa genetyczne, rozumiane jako kontynuacja schedy po znanym nauczycielu lub mistrzu. Zależności powstają raczej po stronie bliskości estetycznych rozwiązań, a więc są dowodem kapitału kulturowego odbiorcy, zdolności do projektowania pewnych rozwiązań z rozpoznanej już historii sztuki. I tak w przypadku czołówki *Słomianego wdowca* (*The Seven Year Itch*, 1955) w reżyserii Billy'ego Wildera kolorowe pudełka czy po prostu układ mniejszych i większych prostokątów, za którymi ukrywają się nazwiska kolejnych członków ekipy, mogą łudząco przypominać kolorystyczne studia Paula Klee – wielokrotnie powracające u tego twórcy kompozycje modyfikowanych płaszczyzn barwnych, będące efektem redukcji przedstawienia obiektów rzeczywistych do form najprostszyszy. Ale inspiracja personalna łatwo się zaciera. Zasadę analogii odkryjemy, zestawiając też wskazaną czołówkę z wybranymi pracami Theo van Doesburga czy Pieta Mondriana. W tym kontekście czołówka filmu Wildera byłaby pewnym ekstraktem, przechwyconym cytatem z Bauhausu i neoplastycy. Jednak już przyrównanie tej zorganizowanej sekwencji barwnej do *Pomarańczowe, czerwone i żółte* Marka Rotchko, dziś jednego z najdroższych dzieł na rynku sztuki, obrazu datowanego sześć lat później od filmu Wildera, byłoby jedynie dowodem erudycji piszącego, który chciałby w ten sposób awansować działania samego Bassa (przy czym byłoby także błędem ahistoryzmu).

Za prężne ogniwo refleksji nad czołówkami filmowymi odpowiada również współczesny obieg sztuki i jej form użytkowych. Mam tu na myśli absolwentów akademii artystycznych, grafików, projektantów czcionek i liternictwa, pracowników agencji reklamowych i generowane przez nich środowisko wydawnicze: specjalistyczne portale internetowe<sup>3</sup>, blogi, vlogi, ale i publikacje książkowe, w tym przede wszystkim edycje albumowe. Kolejność repertuaru różnych form popularyzowania i upowszechniania przez obieg designu „sztuki czołówki filmowej” nie jest oczywiście przypadkowa: atrakcyjność wywodu on-line „podbijana” jest każdorazowo montażem klipów czy choćby sekwencją „print screenów”, zasadniczo mniej wymagających niż tradycyjny, długofalowy projekt wydawniczy. Zainteresowanie kolejnych pokoleń projektantów graficznych czołówkami filmowymi idzie najczęściej w kierunku rozpoznawania konkretnych krojów czcionek, identyfikowania autorskich projektów jako samo-

<sup>3</sup> Oto kilka najważniejszych, choć lista ta nie jest wyczerpująca: <http://www.artofthetitle.com>, <http://www.watchthetitles.com>, <http://www.titledesignproject.com/>, [https://www.typotheque.com/articles/taking\\_credit\\_film\\_title\\_sequences\\_1955-1965\\_2\\_introduction](https://www.typotheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_2_introduction); <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/> The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History; <http://annayas.com/screenshots/>; pomniejsze blogi: <http://www.creativebloq.com/design/top-movie-title-sequences-10121014>; <https://filmmakeriq.com/courses/the-history-of-movie-title-sequences/>.

dzielnych partytur, „dzieł sztuki”, które stanowią przykład samowystarczalnej kreacji artystycznej, drugorzędnie tylko uwikłanej w relację z „duchem” filmu.

### Krótki szkic historyczny

Napisy początkowe w rozumieniu surowej formy zapowiedzi „filmowego dania głównego” najsilniej przylegałyby do wczesnego kina niemego. System komunikacji tekstowej na tym etapie rozwoju kina nie kończył się na tablicy lub planszy wprowadzającej. Poza pozwalającymi widzowi rozpoznać się w kreowanej na ekranie akcji planszami z dialogami bądź skrótowymi opisami w podobny sposób komponowane były też etykiety regulujące sposoby zachowania się w kinie, na przykład naśladujący zatrzymany kadr zakaz głośnego mówienia i gwizdania<sup>4</sup>. Kluczowa i dla wielu późniejszych etapów rozwoju czołówki była czytelność. Korzystano z krojów bezszeryfowych, pozbawionych ozdóbek, które były gwarantem natychmiastowego odebrania przekazu. Wtórne zdobnictwo rosło wraz z edukacją widza, który uczył się nie tylko języka obrazów, ale i sposobu ich opracowania w przejrzystej ramie. Ich stylizacja mogła, choć nie musiała, być wyrazem chęci zaanonsowania epoki i kostiumu świata przedstawionego filmu, do którego wprowadzały. To tu rację bytu miała sygnatura Art Nouveau, Art Deco czy ekspresjonizmu. Najszybciej krój liter użytych w tytule związał się z funkcją impresywną – celem było wprowadzenie widza w określony nastrój. Taki był już sposób zapisu *Gabinetu doktora Caligari* (1919) Roberta Wiene czy złowrogość dystopijnego *Metropolis* (1926) Fritza Langa. Środki wyrazu przejęte ze sztuk plastycznych, scenografia anektująca krzywe ściany, zdeformowane czy wydłużone ramy, linia kręta lub nieoczekiwanie złamana ekwiwalent znalazły w ostrej i rozchwianej czcionce (*Caligari*). Pod charakterystyczną ekspresjonistyczną kreską filmów epoki wilhelmińskiej w pierwszym rządzie wymieniany jest nie tylko scenograf Walter Röhrig (1897-1945), ale i malarz, grafik, autor litografii, którego projekty stanowiły rozpoznawalną całość, Josef Fenner (1895-1956). Nie tyle jednak należy go uznać za pierwszego projektanta czołówek filmowych, co artystę demokratycznie wypowiadającego się za pomocą plakatów kinowych, afiszy teatralnych czy szyldów dla berlińskiego lunaparku. Chociaż brak dowodów na współpracę Fennera przy paratekstach *Caligari*<sup>5</sup>, trudno przy nich nie myśleć właśnie o transmedialnej kulturze spektaklu i atrakcji: już czcionka tytułu anonsuje wejście do jarmarcznego gabinetu osobliwości, może też symulować planszę wyskrobaną być może w pośpiechu, być może pod wpływem hipnozy.

Zazwyczaj jednak napisy początkowe w kinie niemym charakteryzował taki układ typograficzny, w którym preferowano białe litery na czarnym tle obramowane stale powtarzanym projektem logotypu wytwórni filmowej. W kolejnych

<sup>4</sup> Do zobaczenia między innymi w zbiorach Biblioteki Kongresu: <https://www.loc.gov/exhibits/treasures/images/vc130.4e.jpg>. Podaję za Rebecca Gross, *The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History*, <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/>.

<sup>5</sup> A istnieją takie, na przykład pod postacią plakatów do *Głowy Janusa* z Conradem Veidtem w reżyserii Roberta Wiene, filmu zaledwie rok późniejszego od *Caligari*o, z 1920 roku.

latach pociągało to za sobą standaryzację filmowej typografii i budowę marki konkretnej wytwórni filmowej (Horak, 2014, s. 82, 85). Wstążki i kwiatowe ozdoby liter zapowiadały więc filmy romantyczne, rozpowszechniony za pomocą listów gończych zapis „most wanted” bardzo szybko przyłgął do westernów, czcionka przypominająca zapis pospieszny, gwałtowny i noszący w sobie jakiś ślad niepoprawności czy brak wprawy stała się znakiem rozpoznawczym komedii slapstickowej. W filmach braci Marx w zapisie tytułów rzuca się w oczy niejednorodność, nieprzewidywalność. Trafnie nazwała tę cechę Rebecca Gross, pisząc o „filuternej niesubordynacji” (2015).

Ważną cechą początków kina, również w perspektywie załóżka czołówki, był oczywiście brak dźwięku<sup>6</sup>, podczas gdy w następnych latach to właśnie ścieżka muzyczna, jak choćby słynne krzyzące skrzypce Bernarda Herrmanna z *Psychozy* (1960) Alfreda Hitchcocka, będzie nieodłącznym, koniecznym elementem ilustracji warstwy estetycznej – również na prawach dysonansu, braku komfortu.

W okresie kina klasycznego dział marketingu odpowiedzialny był zarówno za tworzenie plakatów, pressbooków, reklam prasowych i „outdoorowych”, jak i czołówki filmowej (Horak, 2014, s. 84). Postępującej specjalizacji tylko ostatniej z wymienionych aktywności w latach pięćdziesiątych nie można izolować od konieczności technologicznego zdystansowania się kina do estetyki i fenomenu popularności telewizji. Lata pięćdziesiąte I sześćdziesiąte to obszar wzajemnej rywalizacji, chęci zatrzymania przy sobie widzów za pomocą różnych technik i narzędzi. Obok eksperymentów z kolorem, formatem Cinemascope, VistaVision czy Cinerama, również graficy zaczęli być zatrudniani z nadzieją na osiągnięcie odrębności, wyjątkowości i niepowtarzalności samej czołówki filmowej (między innymi Matamala, Orero, 2011). Drugi czynnik związany był przede wszystkim z destabilizacją dotychczasowego monopolistycznego systemu funkcjonowania Hollywood – oznaczał większą swobodę reżyserską w stosunku do dotychczasowej tyranii producenckiej wielkich studiów.

Za przełomowy dla dzisiejszego rozumienia statusu czołówki filmowej jako autonomicznego paratektstu uznać można właściwie cały przedział lat 1955-1966 – i to na tym okresie chciałabym się skupić w analitycznej części niniejszego artykułu. To wówczas powstały warunki do współpracy artystów rekrutujących się z pola sztuki czy praktyki designu z reżyserami i jednocześnie studiami filmowymi, których ci ostatni w systemie hollywoodzkim nadal byli częścią. To też czas przejścia od kinetycznej typografii, która dominuje w skróconym opisie początków kina, w stronę montażu różnych części składowych: elementów graficznych (rysunku, krzywych, plam, obiektów, form przestrzennych, struktur, koloru), partii animowanych, fotosów etc. Nowo rozpoznani „autorzy”, obdarzeni zaufaniem i wolnością twórczą, przekształcili sekwencję początkową w pełnowartościowy parametr, niejednokrotnie decydujący o sukcesie całego filmu. Za postać założycielską nowego myślenia o tym, czym może być czołówka filmowa,

<sup>6</sup> Umowny, wszak odgłosów w sali kinowej było wiele i pochodziły z różnych, pozaekranowych źródeł.



uznawany jest przywołany już z imienia i nazwiska amerykański grafik, twórca plakatów filmowych i logotypów, konsultant graficzny słynnych sekwencji filmowych, właściciel agencji reklamowej Saul Bass (1920-1996). Wymienione jednym tchem obszary aktywności Bassa są częścią nadrzędnego procesu zdobywania uwagi (i poszanowania) dla specjalistycznej renomy kolejnych zawodów kształtujących wielopoziomowy aspekt filmowej wizualności<sup>7</sup>. Bass równolegle pracował przy plakatach filmowych towarzyszących zaprojektowanym czołówkom, jak i przy projektach identyfikacji wizualnej strategicznych klientów branży komunikacyjnej (United Airlines, Frontier Airlines czy Warner Communication), telekomunikacyjnej (AT&T, US Postage) czy przemysłowej (General Foods, Minolta, Kleenex). Dla porządku: najpierw więc były logotypy, potem plakaty, czołówki i pojedyncze storyboardy, w kolejnych zaś latach te plany działalności przenikały się. Proces akceptacji i kanonizacji w przypadku Bassa można uznać za całkowity: ostatnim ogniwem poruszania się pomiędzy kolejnymi szczeblami hollywoodzkiej drabiny był Oscar w kategorii najlepszego krótkometrażowego filmu dokumentalnego za *Why Man Creates?* (1969). Złożony z fragmentów wywiadów, wykładów, partii animowanych i inscenizowanych film paradoksalnie stanowił autotematyczny punkt wyjścia do oceny zaplecza myślowego wszystkich innych projektów. Ostatni akord po stopniowym zanikaniu Bassa w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych stanowi ponowne odkrycie go dla „systemu” za sprawą Martina Scorsese, tym razem dla nowego kina Hollywood. Nie byłoby więc może sekwencji początkowej *Taksówkarza* (1975) z niepokojącą jazdą kamery do dźwięków trąbki Herbiego Hancocka (i ścieżki dźwiękowej filmu skomponowanej przez „Hitchcockowskiego kompozytora”, Bernarda Herrmanna), stanowiącą idiomatyczny trop cierpiącego na bezsenność i różne formy obsesji Trávisa Bickle’a, bez kinofilskiego zacięcia autora *Ulic nędzy* (1973), doskonale zawiadującego komplementarnym systemem komunikacji filmowej. O tym, że Bass nadal żyje i tworzy, Scorsese dowiedział się dopiero w latach dziewięćdziesiątych, kiedy wsparł się jego projektem do *Przylądka strachu* (1991), *Kasyna* (1995) i popularyzatorsko-edukacyjnego projektu, *Historii kina amerykańskiego* (1998), ponownie rozbudzając „modę na Bassa”. *Złap mnie, jeżeli potrafisz* (2002) Stevena Spielberga zapowiada czołówka stylizowana na Bassa, choć zrealizowana już bez jego udziału.

Charakterystyczne jest zresztą, że Bass, będąc w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych niekłamaną gwiazdą *opening sequence*, w pojedynczych przypadkach podejmował się rysowania storyboardów, z najsłynniejszą sekwencją prysznicową, zmieniającą rytm montażowy *Psychozy* na czele. Jan Horak, monografista twórczości Bassa twierdzi, że ten typ interwencji w Hollywoodzki system produkcji komplikuje monolit ostatecznej „instancji” odpowiedzialnej za filmowy tekst, kwestię autorstwa rozkłada na poszczególne elementy składo-

<sup>7</sup> Emily King wspomina jednak o wiele bardziej prozaicznej przyczynie: pojawienie się Bassa w Hollywood i jego angaż do filmów Otto Premingera było związane z ich koligacjami rodzinnymi. Zob. [https://www.typosheque.com/articles/taking\\_credit\\_film\\_title\\_sequences\\_1955-1965\\_4\\_abstracting\\_the\\_essence](https://www.typosheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_4_abstracting_the_essence) (dostęp: 21.11.2016).



we. W myśleniu producenckim takie podejście nie stanowi żadnego wyłomu, ale gdy weźmie się pod uwagę status Hitchcocka jako autora trudno nie myśleć właśnie o reżyserze *Marnie* (1964) jako twórcy z sukcesem anektującym do własnych projektów sprawdzone już odkrycia (Bass, zanim podejmie współpracę przy *Zawrocie głowy* [1958], *Północ – północny zachód* [1959] i *Psychozie*, od pięciu lat będzie już na rynku projektantów czołówek filmowych). Kluczowe jest zresztą w powyższym odwołaniu słowo „interwencja”, które najszerzej kwalifikuje wieloplanową funkcję i znaczenie wkładu Bassa: artysta rozwinął i rozbudował personę hollywoodzkiego projektanta, przetaił szlaki dla kolejnych designerów rekrutujących się zresztą w stopniu pełniejszym od niego samego z pola sztuki, a nie reklamy. Valentina Re rewolucyjność Bassa zmieniającą dotychczasowy sposób postrzegania czołówki filmowej wiąże z uczynieniem jej polem doświadczalnym dla zupełnie nowych poszukiwań stylistycznych i z nadaniem jej wartości metatekstowej (Re, 2016). Co jednak począć z wiedzą, że nawet autorstwo czołówek Bassa jest do podważenia, gdyż stoi za nimi w istocie biuro Saul Bass & Associates oraz najważniejszy i najdłużej pracujący dla tej agencji grafik Art Goodman (Horak, 2014, s. 5)<sup>8</sup>? Być może każda zmiana, a właściwie rozciągnięty w czasie proces, potrzebuje imienia w historii personalnej i hasła w historii długiego trwania.

### *Something Saul Bass-y... something simple and strong with lots of room for review quotes<sup>9</sup>*

Celem niniejszego artykułu jest jedynie wprowadzenie w zagadnienie czołówki filmowej. Trudno jednak to zrobić bez przytoczenia choćby kilku przykładów z epoki, kiedy czołówki zaczęły być wreszcie widzialne, czyli z lat 1955-1966. Dotyczy to również fenomenu czołówek samego Saula Bassa, który łącznie zrealizował ich ponad 50. Z tego bogactwa przykładów, które czasem krytykom kazały wyrokować na rzecz wyższości czołówek nad filmem („The best thing about the film is the Saul Bass credits” – przypadek *Walk on the Wild Side* Edwarda Dmytryka [1962] [między innymi Horak, 2014, s. 72]), wybieram dwa przykłady współpracy z konkretnymi reżyserami filmowymi: z Otto Premingerem, dzięki któremu Bass zaistniał w Hollywood, i Alfredem Hitchcockiem, który wkład Bassa we własne filmy w późniejszych latach starał się minimalizować (Bogdanovich, s. 493).

<sup>8</sup> Analogiczna wydaje mi się tu pozycja Walta Disneya w relacji do Uba Iwerksa, świetnego menedżera i biznesmena, oraz jego rysownika, animatora i technika efektów specjalnych, rzeczywistego twórcy Myszki Miki.

<sup>9</sup> Słowa wypowiedziane przez producenta Marka Urmana do Sidneya Lumeta, których efektem była czołówka zlecona agencji reklamowej Coldpen do filmu *Nim diabeł dowie się, że nie żyjesz* (*Before the Devil Knows You're Dead*, 2007). Podają za Horak, 2014, s. 6.

## Bass i Preminger<sup>10</sup>: *Złotoręki* (1955) i *Anatomia morderstwa* (1959)

Pomysłowość czołówki *Złotorękiego* wiąże się z wprowadzeniem układu horyzontalnych i wertykalnych białych pasków, może drążków, w miarę rozwoju sekwencji początkowej schodzących się i nakładających na siebie nawzajem. Ostatecznie biała grafika na czarnym tle eskaluje w wygiętą i jednocześnie przykurczoną rękę z rozczapierzonymi palcami. Paul Overy, referując po latach zasady kierunku sztuki De Stijl, tak opisującywał zasadę redukcjonizmu plastycznego, może najbardziej widoczną w Mondrianowskich cyklach drzew, katedr czy wydym: „była drogą prowadzącą do naturalistycznego przedstawiania pejzażu poprzez kolejne uproszczenia, kolejne uogólnienia, do układów czysto abstrakcyjnych, których ostatnim wyrazem były przecinające się pion i poziomy” (Overy, 1979). Czołówka Bassa, operując czernią i bielą (w rozumieniu Mondriana, nie kolorami), sięgała właśnie po taki obraz w stanie czystym. Pole do interpretacji białych pasków zawężone zostaje przez tytuł filmu: złotoręki w poetyckiej trawestacji ukrywa nałóg narkomana (ale może odnosić się też do zawodu Frankiego, grającego na perkusji). Kreski (być może kokainy) przechodzące w skurczoną rękę (być może po zastrzyku z narkotykiem) materializują nałóg, który w filmie ani razu nie zostaje pokazany. Bohater (w tej roli Frank Sinatra) cierpi fizycznie i psychicznie, ale temat wizualizacji przyczyny nadal jest tabuizowany. Saul Bass, wspominając okoliczności realizacji tego konkretnego zlecenia, podkreślał, że celem było osiągnięcie przekonującego, ale surowego skrótu, formy poszarpanej, chaotycznej i oderwanej, mającej oddawać percepcję bohatera, człowieka uzależnionego od hazardu i narkotyków<sup>11</sup>. Rytm pojawiających się krzywych podporządkowany był równolegle powstającej jazzowej kompozycji Elmera Bernsteina. Ostatecznie logika obrazu w ciągu minuty i trzydziestu sekund biegnęła od redukcji do figuracji, od abstrakcyjnego wzoru do symbolicznego przedstawienia.

Czarno-biały dramat sądowy *Anatomia morderstwa* z Jamesem Stewartem w roli adwokata mężczyzny oskarżonego o morderstwo rozpoczyna ikonograficzna metonimia: przestępstwo identyczne jest tutaj ze skutkiem działania, figuratywnym skrótem ciała ofiary, pokawałkowaną bryłą powstałą w miejscu oznaczenia przez ekipę dochodzeniową; miejscu dokonania zbrodni czy też miejscu, w którym znalezione zostało ciało denata. Prawniczy termin *corpus delicti*, oznaczający przedmiot, dowód rzeczowy czy po prostu ślad przestępstwa, tu przyjmuje postać rozczłonkowanego korpusu. Jego poszczególne części i kończyny stają się „ekranami projekcyjnymi” dla kolejnych nazwisk członków ekipy. Ta decyzja zdaje się uruchamiać bezpośrednie powiązanie z zadaniowością rozpisaną w diegezie filmu: „głową” próbującą rozwikłać przebieg zdarzenia jest aktor wcielający się w postać

<sup>10</sup> Współpracowali również przy *Witaj smutku* (*Bonjour Tristesse*, 1958) i późniejszym *Czynnikiem ludzkim* (*The Human Factor*, 1979). Bass, zanim zaczął realizować czołówki dla Premingera, zajmował się promocją i reklamą jego wcześniejszych filmów. Pokawałkowany korpus z projektu Bassa został „splagiatowany”, a może po prostu powtórzony przez Arta Simsa w hołdzie dla żyjącego jeszcze wówczas Bassa w czołówce filmowej i plakacie do *Słpego zaulka* (*Clockers*, reż. Spike Lee, 1995).

<sup>11</sup> Podają za Pat Kirkham, *Saul Bass. A life in film design*, <http://www.artofthetitle.com/title/the-man-with-the-golden-arm/> (dostęp: 02.11.2016).



Czołówka Saula Bassa do filmu *Złotoreki*, reż. Otto Preminger

prawnika (Stewart). Kolejne wiązania między wykonawcą roli i wyborem odpowiedniej kończyny, na której „wyświetlają” się nazwiska pozostałych aktorów, ale i autora zdjęć (Sam Leavitt) czy kompozytora muzyki (Duke Ellington), nie są już tak konsekwentne. Bo i następne stadium zaintrygowania odbiorcy tym, co zaraz zobaczy, tkwi już w innym komponencie: w postępującej dezintegracji graficznego zarysu ciała ofiary. Nie wystarcza już dekapitacja i amputacja. Kolejny etap to wyzyskiwanie efektu wycinanki, szatkowanie, cięcie. Powstaje obraz, który już nie chce złożyć się w całość. Z figuratywności przechodzimy w abstrakcję. Z niej jednak wychodzą w stronę widza nieudolnie wyciągnięte i coraz bardziej przybliżające się ręce. Sięgają też po nas. A może właśnie są niemym wołaniem o pomoc? Zbrodnię poprzedzał gwałt i to gwałt był bezpośrednią przyczyną wymierzonej kary/zbrodni (postępowanie przed sądem ma dowieść, czy sprawca znajdował się w stanie czasowej niepoczytalności, działał w afekcie czy z premedytacją) Nie ma więc jednej ofiary. Nic nie jest czarno-białe. Ofiarę gwałtu, młodą, atrakcyjną kobietę, żonę oskarżonego o zbrodnię amerykańskiego żołnierza w stopniu porucznika, trudno odbierać przez pryzmat cierpienia, bólu i upokorzenia. Podejrzewa się ją raczej o flirtowanie, zachęcanie, ułatwianie. Dopiero uczestnictwo w procesie sądowym i kolejne próby upokorzenia, tym razem z ramienia prokuratora, pokazują jej bezradność, dopuszczalną wiktymizację w ramach społeczeństwa patriarchalnego. Ręce wyciągające się w stronę widza mogą należeć do niej. Gest może



Czołówka Saula Bassa do filmu Anatomia morderstwa, reż. Otto Preminger

powtarzać też przemoc, której padła ofiarą. Jeżeli celem było wywołanie uczucia zagrożenia, to jednocześnie wzięte zostaje ono w nawias dzięki ramie dziecięcej zabawy, wycinanki. Tytułowa anatomia (z gr. *anatomē* – sekcja (zwłok), krajanie) jest tropem językowym zamykającym w jednym haśle procedurę rozczłonkowania przestępstwa na części pierwsze. To też punkt wyjścia do ciała ofiary-układanki. Poprzestawiane puzzle, znajdujące się nie na swoim miejscu, zostają tymczasowo odłożone niczym na margines notatnika. W oczekiwaniu, że wreszcie dadzą odpowiedź. Same ułożą się w rozwiązanie intrygi.

### Bass i Hitch: *Zawrót głowy* (1958), *Północ, północny zachód* (1959) i *Psychoza* (1960)

Współpraca reformatora czołówki filmowej i konsekrowanego przez francuską *nouvelle vague auteura* z Hollywood (choć przecież jednocześnie i z Wielkiej Brytanii), Bassa i Hitcha, obejmuje tylko trzy filmy. Trudno jednak wyobrazić

sobie je bez sygnatury tego konkretnego projektanta graficznego. Paradoksalnie w przypadku pierwszego z obrazów, rewolucyjnego pod wieloma względami *Zawrotu głowy*, udział ten jest najmniejszy, bo dzielony jeszcze z prekursorskim wkładem animacji Johna Whitneya<sup>12</sup>, amerykańskiego animatora, kompozytora i wynalazcy uważanego za jednego z twórców animacji komputerowej. Bass na pewno odpowiadał za całościowy projekt sekwencji początkowej, w tym za wybór słynnych Hitchcockowskich oczu, które są stałym motywem też innych filmów mistrza suspense. Czołówka zaczyna się mapowaniem kobiecej twarzy: obiekt jest nieruchomy, jak w potrzasku, nie jest w stanie się poruszyć. Jedynym żywym elementem tego haptycznego krajobrazu są wprawdzie lekko drżące usta, potem już tylko oczy, póki same nie staną się ekranem dla zjawiających się z wnętrza obrazu i oka krzywych geometrycznych. Napisy zaczynają pojawiać się w centrum twarzy Kim Novak, odtwórczyni roli Madeleine i Judy. Nad ustami, na czole, wreszcie w „ekranach duszy”. Za niepokojącą topografię kadru w największym stopniu odpowiada właśnie makrodetal czy też plan wielki kobiecego oka. Afekt spowodowany zostaje do podstawowego odruchu szeroko otwartego, nieruchomego ośrodka percepcji. Widzenie, postrzeganie w stanie motorycznego zawieszenia odbija przecież i sytuację widza przed ekranem. Czołówka koncentruje się na tym aspekcie medium, który warunkuje istnienie kina.

Niepokojąca muzyka Bernarda Herrmanna podkreśla wysoki stopień odewania, obcości obiektu twarzy i generowanych krzywych. Przywołuje na myśl awangardową poezję wizualną spod znaku Oskara Fischingera<sup>13</sup>. Ambitne wizualizacje Johna Whitneya w niczym jej nie ustępują. Ten ostatni całe życie łączył działania technologiczne z artystycznymi, przystosował na przykład wojenny radar na potrzeby „domowego” komputera analogowego. To ta maszyna dała podstawy do uzyskania eliptycznego i spiralnego rysunku krzywych. Efekt wydaje się mieć bezpośredni związek ze stanem katatonii i hipnozy. Wygenerowane komputerowo krzywe, które Bass w jednym z wywiadów precyzyjnie nazwał krzywymi Lissajousa, przyznając się do fascynacji tymi wytworami dziewiętnastowiecznej geometrii, mają więcej niż jednego autora. I to nawet wówczas, gdy Hitchcocka odsuniemy na chwilę w cień. Niektórym badaczom udaje się zejść z tego poziomu matematyczno-eksperymentalnego w „odmęty” konkretnych rozwiązań wizualnych „ze środka” filmu: w spiralny spłot układa się też kok Charlotty i uczesanie siedzącej przed jej obrazem Madeleine/Judy, spirale wracają w strukturze schodów wieży, na której kończy się egzystencja Madeleine i która daje życie Judy (Horak, 2014, s. 182). Zdaniem innych kluczowy i tak jest ostatecznie niepokój, jaki wywołuje w widzu czołówka: strach przed niemożliwością zdekodowania zjawiających się obrazów (Horak, 2014, s. 184).

<sup>12</sup> <http://www.artofthetitle.com/title/vertigo/> Informacje o Johnie Withneyu można znaleźć między innymi tu: [https://creators.vice.com/en\\_us/article/jpd4ky/original-creators-visionary-computer-animator-john-whitney-sr](https://creators.vice.com/en_us/article/jpd4ky/original-creators-visionary-computer-animator-john-whitney-sr) (dostęp: 11.11.2016).

<sup>13</sup> Na ten trop naprowadza między innymi Emily King. Sam Whitney jest autorem próby teoretycznego uchwycenia wizualnej muzyki. Zob: J. Whitney: *Digital Harmony: On the Complementarity of Music and Visual Art*, Peterborough: McGraw-Hill 1980.

Jest jeden zasadniczy powód, dla którego warto choćby tylko wspomnieć o filmie *Północ, północny zachód*: jego bohaterem jest nie kto inny jak grafik właśnie, Roger Thornhill. Nie widzimy go co prawda ani razu przy pracy, ale dowodzi swojego fachu i tożsamości, kilkakrotnie sięgając po rekwizyt zaprojektowanego przez siebie pudełka zapalek z charakterystycznym logotypem, a może nawet przykładem identyfikacji wizualnej. Jego profesja – wobec labiryntowego układu wydarzeń, w które zostaje wciągnięty – wydaje się ostatecznie drugorzędna. Francois Truffaut na potrzeby wywiadu rzeki z Hitchcockiem tak streścił główną oś fabuły: „amerykański kontrwywiad zmuszony jest wymyślić agenta, który nie istnieje. Ów agent ma [...] nazwisko – Kaplan – wynajęty apartament hotelowy, garnitury, ale fizycznie go nie ma. Kiedy więc – w wyniku nieporozumienia – pracownik reklamy Cary Grant zostaje wzięty przez grupę szpiegów za owego poszukiwanego Kaplana, nie jest w stanie udowodnić tej pomyłki ani im, ani policji” (Truffaut, Scott, 2005, s. 234). Czego wobec tego dowiadujemy się z samej czołówki? Ukośne, przecinające się linie powstają na oczach widza. Dynamiczna animacja, ponownie o quasi-awangardowym pozorze, zsynchronizowana jest ze ścieżką muzyczną. Napisy początkowe, wzorem powstałej siatki, też balansują w układzie diagonalnym. To rozwiązanie pozwala osadzić tytułowy kierunek geograficzny, którego podobno nie wskazuje kompas i dla którego Hitchcock w strukturze filmu znalazł namiastkę alibi na prawach krótkiego wizualnego sygnału: zadbał o to, by w jednej ze scen Thornhill ociągał się przy okienku linii lotniczych Northwest Airlines. Charakterystyczny zapis tytułu z wektorami osadzonymi w pierwszej i ostatniej literze frazy stwarza domniemanie zakresu „nigdzie” i „wszędzie”, wszak mamy do czynienia z dwoma wykluczającymi się ostatecznie kierunkami. Tłem dla kolejnych składowych napisów początkowych staje się fasada rzeczywistości „zdjętego” szklanego wieżowca. Przegłąda się w niej życie metropolii. Przejście między siatką linii, ścianą okien a odbiciem spieszących się ludzi jest łagodne i naturalne. Grafika ustępuje miejsca ujęciu ustanawiającemu.

Patrick McGilligan w *Alfred Hitchcock. Życie w ciemności i w pełnym świetle* (2005, s. 720), denotując tytuł filmu, podrzuca jeszcze sugerowany przez reżysera *Ptaków* (1963) trop szekspirowski, cytując źródło:

Hamlet Akt II, scena 2

**Hamlet:** Mój stryj-ojciec i moja ciotka-matka zostali wywiedzeni w pole.

**Guildestern:** Czym, panie mój drogi?

**Hamlet:** Jestem opłakany jedynie z północnego zachodu, lecz gdy wieje wiatr południowy, odróżniam jastrzębia od gołębia. (w tłumaczeniu Macieja Słomczyńskiego)

lub

Oblęd dokucza mi jedynie przy wietrze północno-zachodnim. (w tłumaczeniu Stanisława Barańczaka)

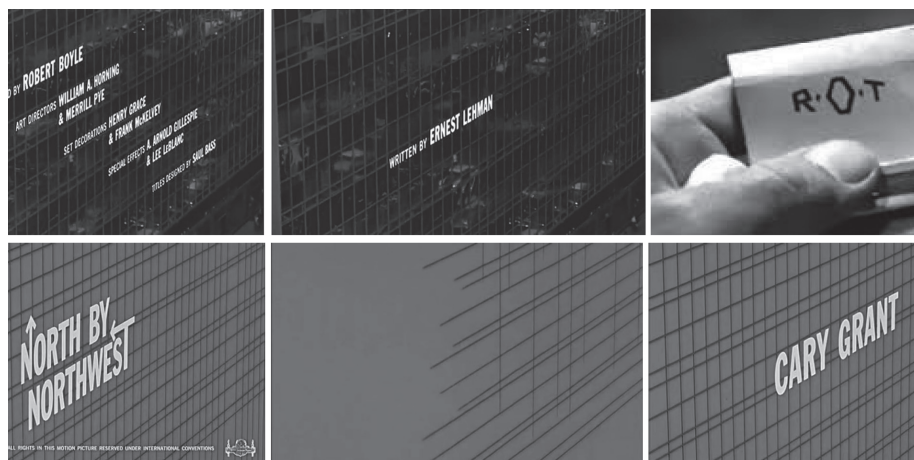


Hamlet mimo werbalnego szaleństwa rzeczywistość wokół siebie próbuje reżyserować: zaprasza trupę aktorów z *Pułapką na myszy*, sabotuje wymierzone przeciw sobie działania (Klaudiusza, Poloniusza i innych). Świat dla Thornhill'a, od kiedy został wzięty za Kapłana, dryfuje w kierunku, którego nie zna. Na zmieniającą się błyskawicznie sytuację musi reagować niemal bez chwili zastanowienia, jak w najśłynniejszej scenie ucieczki przed atakującym go z powietrza samolotem. Czołówka w relacji do filmu też jedynie zarzuca sieć.

Ostatni przykład współpracy Bassa i Hitchcocka to *Psychoza*. Najprostsza i najbardziej ascetyczna z wszystkich trzech, we wspomnieniach współpracowników jest przede wszystkim dowodem pracy ręcznej: przechodzące przez ekran pasy przypominające rozstrojony odbiornik telewizyjny uzyskane zostały za pomocą sfilmowania pomalowanych na czarno aluminiowych drążków skrupulatnie i precyzyjnie przesuwanych na tle białej sklejk (Horak, 2014, s. 116). Efekt wizualizuje rozstrój nerwowy Normana Batesa, zakłócenia w percepcji, w przetwarzaniu sygnałów płynących z rzeczywistości. Biegun porządku i chaosu obejmuje też typografię, słowne struktury wizualne wypadają z formy. Chronologicznie ostatnią czołówką Bassa była ta do remake'u Gusa Van Santa pod tytułem *Psychol* (1998). Formalnie to ta sama czołówka, co opisana powyżej, w której wertykalne i ho-



Czołówka Saula Bassa do filmu *Vertigo*, reż. Alfred Hitchcock



Czołówka Saula Bassa do filmu *Północ, północny zachód*, reż. Alfred Hitchcock

ryzonalne pasy – zamiast szarych – przemianowane zostały na zielone. Warto dodać, że plakat wybrany przez Hitchcocka do promocji filmu był zaprzeczeniem owej strukturalnej ascezy, eksplorował roznegliżowane ciało Janet Leigh z początkowej sekwencji hotelowego spotkania z kochankiem. Negliż tożsamy był wówczas z bielizną, dość powiedzieć, że nadal konserwatywną, jak na czasy po *I bóg stworzył kobietę* Rogera Vadima (1956), ale nadal konotującą wyzwolenie w typie kina quasi-pornograficznego.

### Antonioni patrzy na Bonda

W powszechnym odbiorze czołówki, które są pamiętane niemal przez każdego widza, to sekwencje początkowe filmowych przygód Jamesa Bonda. Ich pochodzenie zaczyna się w 1962 roku, wraz z pierwszą ekranizacją powieści Iana Fleminga, *Doktora No*, w reżyserii Terence'a Younga – i trwa do dzisiaj. Trzy pierwsze kolejne części „Bondów” wydają się najważniejsze w perspektywie tworzenia pewnego rozpoznawalnego wzoru, *brandu*. We wszystkich trzech w roli szpiega brytyjskiej królowej wystąpił Sean Connery. Autorem czołówki pierwszego z filmów był Maurice Binder, jak i zresztą 13 innych przygotowujących widzów na przygody najsłynniejszego szpiega monarchii brytyjskiej. Binder przejął nad nimi monopol do chwili swojej śmierci w 1991 roku. Jedynie *Pozdrowienia z Rosji* (1963) w reżyserii Terence'a Younga i *Goldfinger* (1962) w reżyserii Guya Hamiltona stanowiły wyjątki w tym monolocie. Za ich sekwencje początkowe odpowiadał inny amerykański grafik, Robert Brownjohn, absolwent chicagowskiego Institute of Design, który na początku lat sześćdziesiątych doskonale odnalazł się w środowisku Swingującego Londynu.

Binder stoi na pewno za, kontynuowaną również w czołówkach Brownjohna i wszystkich późniejszych, charakterystyczną „gun barrel sequence”, będącą syntetycznym efektem montażu elementów graficznych i mini etudy aktorskiej.

Przejście z poziomu graficznej czarno-białej kompozycji kadru do rozpoznawalnej sygnatury strzelającego w kierunku widza mężczyzny jest płynne. Przesuwające się z lewej części kadru dwa okrągłe białe punkty, schodzące ostatecznie w jeden, okazują się otworem strzelby lub pistoletu, trzymającej na celowniku spokojnie idącego mężczyznę w garniturze i kapeluszu. We wszystkich trzech wskazanych tu częściach „Bonda” w rolę namierzonego szpiega nie wcielił się Connery, ale brytyjski kaskader Bob Simmons. Działa w tej sekwencji zasada szoku, na której zostało już oparte słynne rozwiązanie z *Napadu na ekspres* w reżyserii Edwina Portera (1903) (między innymi Chapman, 2000): mężczyzna nagle zatrzymuje się i strzela w naszym kierunku. Otoczenie otworu zalewa czerwona farba (czy też, jak chcieliby chyba twórcy: ekran spływa krwią). Ponownie, już tylko abstrakcyjna, biała, okrągła plama osuwa się w dół kadru. Klarowne określenie pozycji widza „wewnątrz lufy” zawieszają jednocześnie dekoracyjność tego rozwiązania: otoczenie otworu nie jest jednolite. Przypomina zwinięte i nie przystające do siebie pióra<sup>14</sup> albo przetworzony i znany z kina niemego znak interpunkcyjny – przesłone obiektywu (*diafragma iris*) – co ostatecznie ma służyć plastycznemu przedstawieniu gwintowania wnętrza broni. Widz patrzy okiem domniemanego zabójcy. Zostaje wciągnięty do gry i już z tego powodu, że patrzy, nie jest niewinny.

Powtarzany następnie w kolejnych czołówkach koncept Bindera nie jest „streszczeniem” całej czołówki *Doktora No*. Jej anonsująca twórców zasadnicza część bliska jest zabawie formalnej. Składa się na nią stroboskopowa animacja abstrakcyjnych kolorowych figur: kółek, czworoboków z zaokrąglonymi kątami, wszystkich zasadniczo bliskich literze „O”, podwójnie obecnej w tytule filmu. Emily King przypomina, że pierwsze przygody Jamesa Bonda miały konkurować z programami telewizyjnymi, a do prostych animowanych elementów graficznych służących zapowiedzi i oznaczaniu poszczególnych programów telewizyjnych widz w tamtym czasie był przyzwyczajony. Nowością była jednak jakość, którą proponowali twórcy *Doktora No*, zarówno sygnał transmisji telewizyjnej, jak i format ekranu telewizyjnego pozostawiały bowiem jeszcze wiele do życzenia.

W *Pozdrowieniach z Rosji* Terence’a Younga z 1963 roku po powtórzonej za Binderem „sekwencji z wnętrza lufy pistoletu” pojawia się mniej więcej dwuipół-minutowa sekwencja przedwstępna: Bond jest śledzony w jakimś otoczeniu pałacowo-parkowym i ostatecznie zostaje pokonany (uduszony linką). Dopiero wtedy widz jest świadkiem ściągnięcia z twarzy denata maski i demaskacji nie tyle fałszerstwa, co prowadzonych przygotowań perfekcyjnego zabójstwa postaci ponownie odgrywanej przez Seana Connery’ego. Rozwiązanie, dzięki któremu Robert Brownjohn został zapamiętany, to następująca później projekcja raz białych, naprzemiennie kilkukolorowych napisów początkowych bezpośrednio na ciało tańczącej modelki. W *Sex and Typography*, artykule, który Brownjohn opublikował na łamach pisma „Typographica”, grafik wspominał, że przygotowując projekt do

<sup>14</sup> W jednym z wywiadów Binder wskazał na naklejki z metkownicy – nad pomysłem pracował tuż przed spotkaniem z producentami filmu i do projektu wykorzystał to, co miał akurat pod ręką. Zob. J. Chapman, (2000). *Licence to Thrill: A Cultural History of the James Bond Films*, Columbia, s. 61.

Bonda mógł wybierać tylko między przemocą i seksem. I wybrał to drugie (King, 2004). Trafnie półnagie kobiece ciało wskazał jako najbardziej znaczący parametr serii filmów o Bondzie. Modelka, która stanowi bierny ekran projekcyjny, jest tą jedyną formą kobiecości akceptowalną w mizoginicznym świecie przedstawionym filmu. Trudno powiedzieć, żeby Brownjohn negocjował ten status quo. Uczynił z niego co najwyżej igrzysko zabawy konstruktywistycznej, w której bezpośrednio przeglądają się eksperymenty niemieckiego Bauhasu, na czele z fotogramami László Moholy-Nagy<sup>15</sup>. Kobiece ciało jest kolonizowane przez napisy początkowe, sprawdzane pod kątem przydatności i czytelności. Najbardziej użyteczne są partie pleców, brzucha. Każda z decyzji kawałkuje ciało modelki, pozbawia tożsamości, uprzedmiotawia. Napisy ślizgają się po jej ciele, tak jak męskie spojrzenia – widać to zwłaszcza, gdy przesuwają się po wewnętrznej stronie ud. Kiedy ruchy modelki stają się gwałtowniejsze, kolejne nazwiska ekipy drżą razem z jej ciałem, a roszczenie czytelności przestaje obowiązywać. Bliskie gestowi artystycznemu pozostają jednak te fragmenty czołówki, które modelkę każą widzieć jako żywy obiekt sztuki, ze względu na permanentności siatki napisów przez chwilę jej performance ociera się o *body art*.

Kolejny obiekt męskiej fantazji ustaliła sekwencja początkowa do tylko rok późniejszego filmu *Goldfinger* Guya Hamiltona. Tryb pomysłu jest podobny. Tym razem, co znaczące w kontekście tytułu i jednego z wątków filmu, modelka, znana z imienia i nazwiska Margaret Nolan, wymalowana zostaje od stóp do głów na złoty kolor. Występuje ona zresztą w pomniejszej roli masażystki Bonda, niejakkiej Dink, i pojawia się dosłownie w kilku scenach. W geście zemsty za zbyt bliskie kontakty z Bondem i zdradę tytułowego czarnego charakteru ginie natomiast bohaterka o imieniu Jill: kochanek znajduje ją martwą w łóżku, wymalowaną złotą farbą, a domniemaną przyczyną śmierci jest uduszenie, wszak farba zatkała wszystkie pory skóry. Jest więc uzasadnienie diegetyczne dla skapo ubranej Nolan z czołówki, której ciało tym razem staje się ekranem projekcyjnym już nie dla napisów, ale poszczególnych sekwencji filmowych. Efekt jest atrakcyjny nawet po latach – ciało kobiece występuje tu w funkcji krajobrazu, lokacji dla innych obrazów. Pierwszą twarzą wyświetloną na złotych dłoniach złożonych niczym do modlitwy jest tytułowy *Goldfinger*. Napięcie, jakie powstaje między płaszczyzną skóry dziewczyny i tym, co jest na nią projektowane, jak twarz Seana Connery'ego w pozycji *en face* na lewym profilu Nolan, nie ustępuje właściwie do końca trwania tego wizualnego konceptu. Ustawienie ciała dziewczyny chwilami łudzaco przypomina jońskie kariatydy, ale i permanentnie balansuje między dziwnością, obcością i oswojeniem ujęcia tego, co męskie na kobiecym tle. Wyświetlane obrazy nie są nieruchome, często w ramach jednej pozycji ciała modelki wyświetlana jest fraza ujęcie–przeciwujęcie. Modelka siedzi, leży, z nogą podkurzoną, a kiedy indziej wyprostowaną. Jest zwrócona ku przodowi, odwrócona. Jej ruchy niczym właściwie nie różnią się

<sup>15</sup> Brownjohn jako absolwent Institute of Design był w prostej linii uczniem bauhausowskiego projektu Gropiusa: szkoła amerykańska znana była też jako New Bauhaus (1937). Nauczycielem Bj, jak go w skrócie nazywano, był właśnie László Moholy-Nagy. Zobacz między innymi świetnie zarchiwizowaną stronę Brownjohna: <http://robertbrownjohn.com/> (dostęp: 20.11.2016).

od pozowania w pracowni plastycznej. Przekracza to podobieństwo tylko jedna sekwencja. Na prawach metafory patrzymy na wybuchy cierpliwie znoszone przez nieruchome plecy dziewczyny czy płomień rejestrowane jazdą kamery na jej leżącym ciele. Obecna w jednej ze „śródszekwencji” dwójka mężczyzn – poruszających się przecież niezależnie od kobiecego ciała – wygląda tak, jak gdyby się po nim wspinała. Kiedy jednak na twarzy Nolan wyświetlona zostanie maska samochodu, a numer rejestracyjny idealnie przylgnie do jej ust, zacznie dominować warunek sadystyczny. Nie jest on obcy wszystkim filmowym przedstawieniom Bonda. Ta czołówka jednak go podkreśla i uwypukla: nieruchoma dziewczyna z przymkniętymi powiekami równie dobrze mogłaby być związana. Komentuje i osłabia ten wydźwięk stale rozbrzmiewająca piosenka wykonywana przez Shirley Bassey. Za próbkę poczucia humoru trzeba uznać też mimo wszystko trajektorię ruchu piłeczki golfowej – ta wystrzelona „toczy się” po ciele dziewczyny, pokonując drogę od ramienia do jej piersi. „Strzał” następuje bezpośrednio po pojawieniu się nazwiska Brownjohna jako autora sekwencji początkowej.

Co podkreśla Emily King, a co pokazuje pewne ograniczenie nowatorskich pomysłów Brownjohna, to fakt, że nie ma żadnego punktu wspólnego między nowoczesnością czołówek a stylem wizualnym filmów, które zapowiadają (King, 2004). Prace Bindera i Brownjohna stanowią właściwie samodzielne, niejako autotematyczne twory, w których głównym tematem pozostaje fantazja artystyczna projektanta, który za cel wziął sobie ożywienie „martwego” ciała filmu.

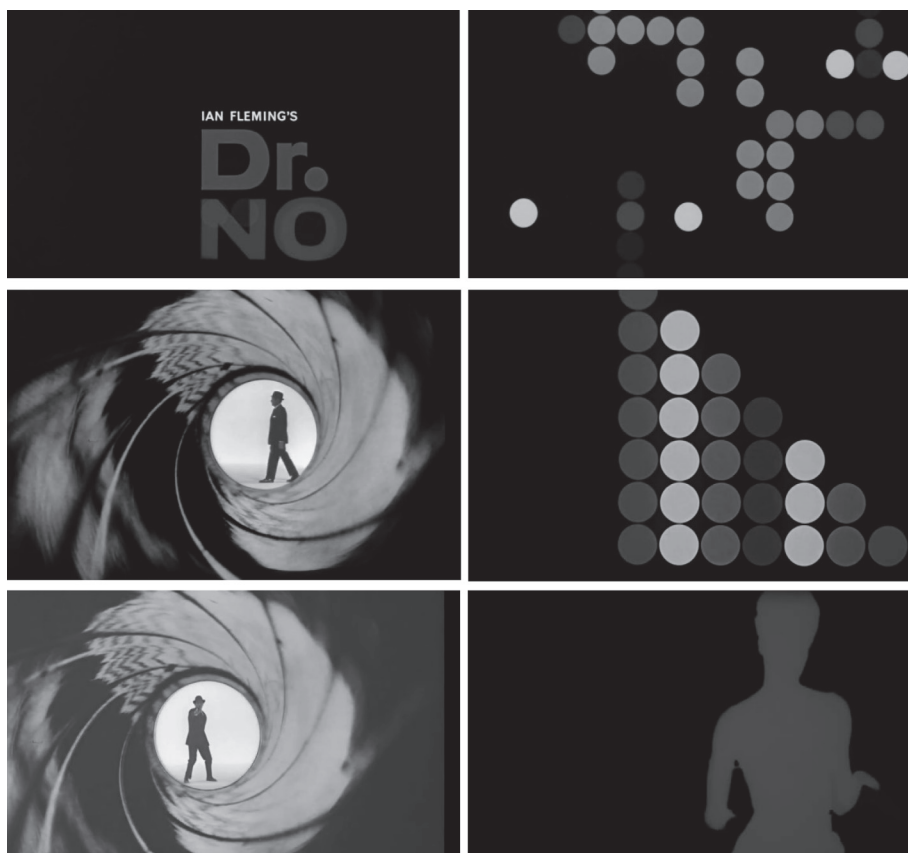
Postać Roberta Brownjohna stanowić może natomiast punkt wspólny z filmem spoza sagi o Bondzie, spoza kina szpiegowskiego czy sensacyjnego, a mianowicie z pierwszym angielskojęzycznym filmem Michelangelo Antonioniego, *Powiększeniem* (1966). Opowieść o 24 godzinach z życia londyńskiego fotografa mody (David Hemmings) w partiach, w których swobodnie adaptuje wątki *Babiego lata* Julio Cortazara, można nazwać rozszerzonym kinem kryminalnym, utkanym z pytań ontologicznych i epistemologicznych jednocześnie. Czołówka poprzedzająca sekwencję, w której po raz pierwszy widzimy grupę mimów, korzysta tylko z dwóch środków: ustanawiającego ujęcia zielonej połaci trawy i czcionki napisów początkowych, przez którą wyraźnie przebija inny świat. W „rozstrzelonych” literach uważny widz dojrzy prefigurację sesji, „chleb powszedni” zawodowej egzystencji Thomasa. W centrum widać modelkę na jakimś pomoście lub scenie, choć nie jest to z pewnością Veruschka, i fotografa odwróconego tyłem, z aparatem w dłoni, aktywnie zarządzającego wydarzeniem – niczym mistrz ceremonii. Jeżeli jest to sygnatura świata pozafilmowego, to w miejsce człowieka z aparatem filmowym można świadomie podstawić Brownjohna asystującego sesji do czołówek z dwóch filmów o Bondzie. Antonioniowski Thomas ma silne korzenie w rzeczywistości pozakinowej i najczęściej łączony jest z fotografikiem Davidem Baileyem. Jednak ikonograficznych czy też portretowych tropów jest tu więcej: bardziej niż do Baileya (do którego łudząco podobny wydaje się Terence Stamp z tamtego czasu, przez chwilę przewidywany do roli Bonda po Seanie Connerym) Hemmings podobny jest właśnie do Brownjohna z epoki Swingującego Londynu. Siatka powią-



zań bez wątpienia istnieje, chociaż Antonioniemu (i współscenarzyście Toninowi Guerze) baza rzeczywistości służyła jedynie za punkt wyjścia do przechwycenia parametrów kondycji człowieka ponowoczesnego. Idiomelem tego stadium cywilizacyjnego biegnącego od projektu jest Thomas na koncercie The Yardbirds rzucający się w tłum po gryf gitary i po chwili bez wahania pozbywający się na ulicy nie fetyszu, ale niepotrzebnego rekwizytu.

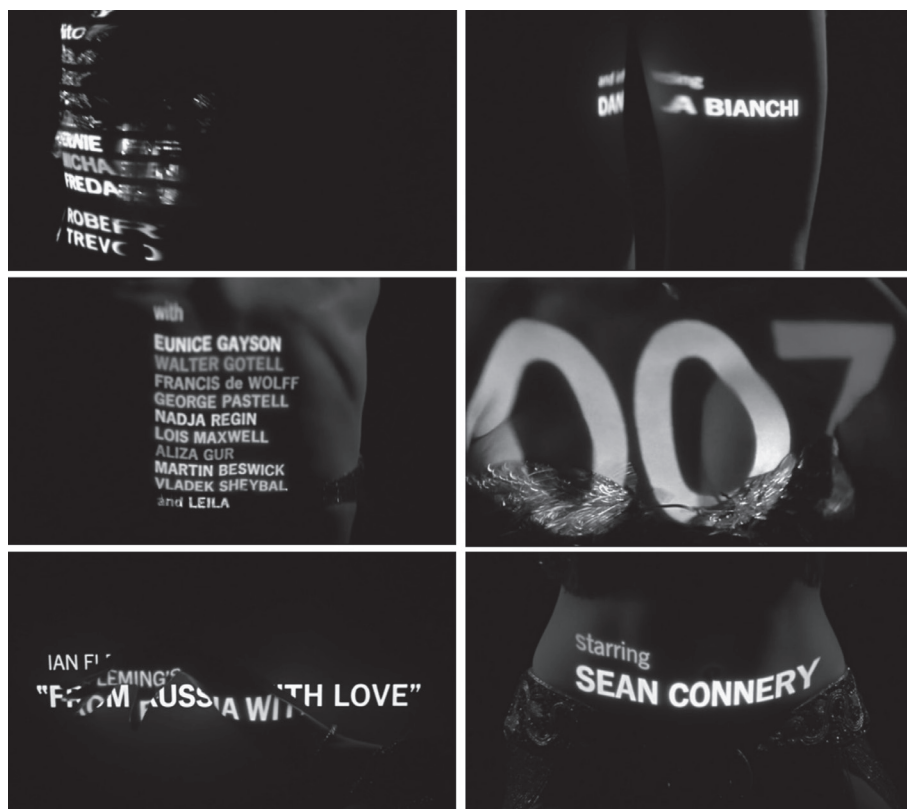
### Czołówka jako dzieło w ruchu

Oddolne dążenia kina popularnego do emancypacji jego poszczególnych elementów składowych, które w drugiej połowie lat pięćdziesiątych i w latach sześćdziesiątych objęły również ewolucję czołówki filmowej, chcąc nie chcąc spotykały się na scenie kinematograficznej konfrontacji z przeżywającym swoje apogeum kinem autorskim. Wprowadzona przez artystów grafików autorska sygnatura sekwencji początkowych w filmach kryminalnych, sensacyjnych i szpiegowskich –



Czołówka Maurice'a Bindera do filmu *Dr. No*, reż. Terence Young





Czołówka Roberta Brownjolma do filmu *Pozdrowienia z Rosji*, reż. Terence Young

lub takich, które dzięki różnym pomysłom wizualnym i narracyjnym aspirowały do nowatorskiej formuły kina gatunkowego, jak miało to miejsce w przypadku wszystkich filmów Hitchcocka – jest odkrywana również w filmach eksplorujących doświadczenia biograficzne, formy refleksywne, nie stroniących od pułapu problemów natury egzystencjalnej i filozoficznej, które zwykle określać się miały kina autorskiego. Te z kolei, nieustannie przesuując granice i formy wypowiedzi artystycznej, również eksplorowały sekwencję początkową, niekiedy uzyskując efekt tak spektakularnej hermetyczności jak Bergman w *Personie* z 1966 roku (jeżeli oczywiście sekwencję przedwstępną, *cold open*, uznać w tym przypadku za część czołówki, a nie ekspozycję fabuły). Inne ciekawe stadium procesu radykalizacji środków, w którym czołówka jest widzialna i zyskuje niemal rangę broni politycznej, ma miejsce w *Wszystko w porządku* Jeana-Luca Godarda i Jeana-Pierre'a Gorina (1972). Poza tym, że w tle czarnych tablic z migającą białoczerwono-niebieską czcionką<sup>16</sup> tytułu i nazwiskami kolejnych członków ekipy słyszymy techniczne komendy z planu, kluczowa jest wizualizacja *billing sheets*: anonimo-

<sup>16</sup> Składającej się na prosty typograficzny komunikat: „Wszystko w porządku, Francjo”. Za pomocą tej samej trój kolorowej czcionki zakreślony zostaje przedział czasowy od maja 1968 do maja 1972 roku.



Czołówka Roberta Brownjohna do filmu *Goldfinger*, reż. Guy Hamilton

wa dłoń podpisuje i odrywa kolejne strony książeczki czekowej rozpisanej według specyfikacji kosztów reżyserii, scenariusza, zdjęć, dźwięku, asystentury, produkcji, montażu, taśmy, oświetlenia, techników, dekoracji, kostiumów, wynajęcia atelier, laboratoriów, efektów specjalnych, muzyki, składek społecznych, kosztów różnych<sup>17</sup>. Rekwizyt zawiadujący rzeczywistymi nakładami finansowymi (blankiet czeku gotówkowego równy liście płac), co zrozumiałe, na plan pierwszy wysuwa aspekt ekonomiczny, w podwójnym znaczeniu, bo już hierarchia napisów stwarza symboliczny kapitał, który może zostać później przekuty w kapitał całkiem realny. Trudno nie zgodzić się z Alexandrem Zonsem, że już kolejność ukazywania się napisów jest równie ważna co wielkość czcionki (2010, s. 222). Demaskację aspektu ekonomicznego w przypadku *Wszystko w porządku* należy zaliczyć do tego samego zestawu narzędzi co zatrudnienie na jego planie „międzynarodowych gwiazd”, Jane Fondy i Ivesa Montanda. Taka czołówka dubluje samozwrotny zamysł całego filmu, który w większym stopniu niż ciekawą formą estetyczną jest ulotką, tablicą, obwieszczeniem. Bardziej współczesny i jednocześnie bardziej jednowymiarowy

<sup>17</sup> Choć twórcy koncentrują uwagę widza na czołówce, to w kosztach filmu nie zostaje ona ostatecznie wyszczególniona. Jest w tym wykładnia „europejskiego” autorstwa filmu, w którym gest reżyserski jest totalny i „wchodzi” również na pierwsze i ostatnie sekundy filmu.



Czołówka do filmu Powiększenie reż. Michelangelo Antonioni

przykład podobnej gry z czołówką filmową to *Węgry 2011* (2012), zjadliwa etiuda György'a Pálfięgo. Ten krótkometrażowy film przypomina czołówkę wysokobudżetowej superprodukcji, spuentowaną informacją, że ze względu na brak dotacji reszta filmu nie powstała.

Czołówka to partia filmu ściśle związana z dopuszczeniem do głosu grupy profesjonalistów (poza Bassem, Binderem i Brownjohnem, podsumowując lata sześćdziesiąte, wymienić należałoby choćby jeszcze współpracującego z Kubrickiem Pablo Ferro<sup>18</sup>), ale i z postępem technologicznym. Metody tworzenia sekwencji początkowych, nierzadko też końcowych, zmieniały się, na przestrzeni czasu anektując przykłady pomysłów manualnych (rysunków i innych technik graficznych), animacje poklatkowe i wręcz krótkie filmy animowane (*Różowa pantera*, 1963, reż. Blake Edwards), ujęcia realizowane bezpośrednio dla potrzeb czołówki, stopklatki, różne elementy projekcji z zarejestrowanego i zmontowanego już materiału filmo-

<sup>18</sup> Mając świadomość, że nazwisk tych jest znacznie więcej. Valerintina Re wymienia ponadto Jeana Foucheta, Wayne'a Fitzgeralda czy Dana Perry'ego. Zob. <http://www.necus-ejms.org/saul-bass-participatory-culture-opening-title-sequences-contemporary-tv-series/> (dostęp: 20.10.2016).

wego, deformacje obrazu uzyskane za pomocą nieostrzących obiektów i różne inne efekty specjalne powstałe w procesie postprodukcji. Do tego dochodzi bogactwo zastosowań reguł typograficznych, nie tylko w odniesieniu do początków kina nadal pozwalające mówić o kinetycznej typografii (King, 2004, s. 20), modyfikowanie zasad kompozycji układu całości, używanie lub eliminowanie warstwy obrazów stanowiącej podkład dla użytej czcionki. Istotne zawsze są też „małe” pomysły narracyjne albo graficzne anomalie czy niekonsekwencje (między innymi Horak, 2014, s. 82). Silenie się na stworzenie rozłącznego podziału przy ofercie stosowanych środków wydaje się bezcelowe. Co w jakimś przynajmniej stopniu pokazały przywołane przykłady, nie działa też matryca gatunku.

Wydaje się, że różne sposoby kształtowania sekwencji początkowej w kinie mainstreamowym ulegają stopniowej redukcji począwszy od lat siedemdziesiątych. Ma to najpewniej związek z fenomenem Kina Nowej Przygody, dla którego znakiem rozpoznawczym na zawsze zostanie wielokrotnie cytowana czołówka *Gwiezdnych wojen* (1977, reż. George Lucas). Konieczność dalszej walki na froncie kino–telewizja i wkraczający na scenę praktyk odbiorczych obieg wideo na powrót przyzwyczajają widza do myślenia o tej sekwencji filmu jako nieskomplikowanym wehikule dla różnych późniejszych działań merchandisingowych. Sytuacja ponownie ulega zmianie w latach dziewięćdziesiątych, za sprawą inspirujących pomysłów z filmów takich jak *Siedem* (1995, reż. David Fincher), dochodzących do głosu już w stylizowanym zapisie tytułu *Se7en*, autorstwa Kyle’a Coopera. W rękę projektantów pojawiają się znacznie skracające drogę od pomysłu do realizacji komputerowe programy do edytowania. Te mają się dobrze i w procesie projektowania sekwencji początkowych dzisiejszych telewizyjnych seriali 2.0.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest krótki rys historyczny z naciskiem położonym na drugą połowę lat pięćdziesiątych i lata sześćdziesiąte, okres wyjątkowo intensywnego rezonowania kina klasycznego, artystycznego i gatunkowego. Dzisiejszego dynamicznego przyrostu zainteresowania początkowymi (i ostatnimi) metrami taśmy filmowej nadal oczywiście nie można izolować od wzajemnego warunkowania i rywalizacji na styku kina i –telewizji czy kina i magazynów ilustrowanych, prasy codziennej, Internetu. Ale też konwergencji tych wszystkich mediów uczących swoich odbiorców potrzeby ciągłej modyfikacji języka wizualnego. Współczesny kierunek partycypacji w różnych rejestrach wizualności sprzężony jest z powszechnością dostępu do filmów, nawet jeżeli są to tylko niedoskonałe kopie, „nędzne obrazy” (Steyerl, 2013). Te jednak wprowadzone w ponowny obieg niejednokrotnie skutkują szeroką ofertą krótkich form multi- i postmedialnych, a „wyjęta”, przechwycona i wyemancypowana czołówka staje się bliska praktykom kultury remiksu, z jej odbiorcą przygotowanym do „odczytu” i „zapisu” (Lessig, 2009). Nowojorski projektant czołówek Peter Himmelstein rekomenduje studiowanie filmowych czołówek Saula Bassa jako jedyną drogę edukowania się w historii tego medium (Horak, 2014, s. 6). Wariant edukacji, samodoskonalenia aktualny jest też w nurcie partycypacyjnego używania i tworzenia wiedzy w mediach społecznościowych,

w obiegu treści publikowanych przez youtuberów wyposażających swoich odbiorców w tutoriale, samouczki przygotowywania w programach graficznych atrakcyjnych sekwencji początkowych praktycznie przez każdego, w długofalowym planie kwalifikujące użytkowników do awansu, konsekracji, wyłączenia z obiegu nieprofesjonalnego i włączenia do obiegu specjalistycznego<sup>19</sup>. Trudno jednak nie zadać pytania, czy wszystkie opisane powyżej losy czołówki filmowej w prostej linii na pewno oznaczają, że każdy może być projektantem czołówki filmowej?

## Bibliografia

- Bogdanowich, P. (1997). *Who the Devil Made it*. New York: Ballantines Books.
- Chapman, J. (2000). *Licence to Thrill: A Cultural History of the James Bond Films*. Columbia University Press.
- Detke, J. (2015). *The Opening Credits as Schriftfilm*, [w:] P. Weibel et al. (red.), *Typemotion. Type as Image in Motion*. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag.
- Elsaesser, T., Hagener, M. (2015). *Teoria filmu. Wprowadzenie przez zmysły* (tłum. K. Wojnowski). Kraków: Universitas.
- Horak, J. (2014). *Anatomy of film design*. University Press of Kentucky.
- Genette, G. (1992). *Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia* (tłum. A. Milecki), [w:] H. Markiewicz (red.), *Współczesna teoria badań literackich za granicą. Antologia*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, s. 316-369.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts*. Nowy York, London: University Press.
- Gross, R. (2015). *The Graphic Art Of Film Title Design Throughout Cinema History*, <https://designschool.canva.com/blog/film-titles/> (dostęp: 27.11.2016).
- Gwóźdź, A. (2008). *DVD jako paramedium kina, czyli historia kina po nowemu. Na przykładzie filmów Kazimierza Kutza*, [w:] E. Nurczyńska-Fidelska, K. Klejsa (red.), *Kino polskie: reinterpretacje. Historia – ideologia – polityka*. Kraków: Rabid, s. 489-510.
- Gwóźdź, A. (2010). *Obok filmu, między mediami*, [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas.
- Hopfinger, M. (1993). *W laboratorium sztuki XX wieku. O roli słowa i obrazu*. Warszawa: PWN.
- King, E. (2004). *Taking Credit: Film Title Sequences, 1955-1065*.  
[https://www.typotheque.com/articles/taking\\_credit\\_film\\_title\\_sequences\\_1955-1965\\_1\\_contents](https://www.typotheque.com/articles/taking_credit_film_title_sequences_1955-1965_1_contents) (dostęp: 20.06.2016).
- Krautkrämer, F. (2010). *Poszerzenie strefy granicznej – paratekst w filmie* (tłum. E. Fiuk), [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas, s. 225-241.
- Lessig, L. (2009). *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce* (tłum. R. Próchniak). Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
- Matamala, A., Orero, P. (2011). *Opening Credit Sequences: Audio Describing Films within Films*. "International Journal of Translation", vol. 23, no. 2.

<sup>19</sup> Zob. między innymi *After effect journal*: <https://www.youtube.com/watch?v=jpmFiC5JtG8>; *5 Easy Tips For Creating an Awesome Title Sequence*: <https://www.premiumbeat.com/blog/5-easy-tips-for-creating-an-awesome-title-sequence/> (dostęp: 15.11.2016).



- McGilligan, P. (2005). *Alfred Hitchcock. Życie w ciemności i w pełnym świetle* (tłum. J. Matys, A. i A. Nermer, I. Stąpor). Warszawa: Twój Styl.
- Naylor, G. (1988). *Bauhaus* (tłum. E. Biegańska). Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Overy, P. (1979). *De stijl* (tłum. T. Lechowska), Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe.
- Re, V. (2016). *From Saul Bass to participatory culture: Opening title sequences in contemporary television series*. <http://www.necsus-ejms.org/saul-bass-participatory-culture-opening-title-sequences-contemporary-tv-series/> (dostęp: 20.10.2016).
- Steyerl, H. (2013). *W obronie nędznego obrazu* (tłum. Ł. Zaremba). „Polska Sztuka Ludowa. Konteksty” nr 31.
- Szydłowska, A., Misiak, M. (2015). *Paneuropa Kometa Hel. Szkice z historii projektowania liter w Polsce*. Kraków: Karakter.
- Truffaut, F., Scott, H. (2005). *Hitchcock Truffaut* (tłum. T. Lubelski). Izabelin: Świat Literacki.
- Zons, A. (2010). *Czas czołówek* (tłum. M. Saryusz-Wolska), [w:] A. Gwóźdź (red.), *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Kraków: Universitas, s. 209-224.

### ***Forget the Film, Watch the Title Credits!*** **A Case Study from the History of Opening Title Sequence.**

I regard a warning put on the film cans with *The man with a golden arm* by Otto Premingera (1955), „Projectionists, pull curtain before titles” as a symbolic beginning of a visibility, legibility and individuation of a title sequence. This particular recommendation was to change the movie audience practice and combine cognitive openness with the first metres of a screening film. It set in motion a long-term reflection motivated by different circulations of knowledge and cognitive needs. The promotion of the title sequence translated directly into the bottom-up movement of obtaining a place (and prestige) by a previously anonymous occupational group. At the same time the opening sequence became a centre of an artistic and proto-film expression from a visual culture perspective. A title sequence can be located between iconic message, typography, advertising, packaging, neon sign, vignette and poster. An opening sequence would be then nested in various forms (and media) of the management of human surroundings, in this particular example negotiated thanks to the perceptual activity of the viewer, in the wider meaning – recipient based on different culture competences and in the widest meaning – user. The contemporary direction of participation in an audiovisual culture heritage and commonness of an access to the “primeval movie version” result in a diverse offer of short multi- and post-medial forms and let the intercepted and emancipated title sequence accommodate on a map of ahistorical practices belonging to the remix culture.





**Varia**

# Helena Draganik

Uniwersytet Gdański

## Wokół mitu wolności w internecie

*Information wants to be free*

Hasło „Informacja chce być wolna” to motto ugrupowań libertariańskich. Jest przypisywane jednemu z wybitnych pionierów cyberprzestrzeni, Stewartowi Brandowi. W 1984 roku, podczas pierwszej konferencji hakerskiej, w czasie dyskusji zdefiniował wielki paradoks kapitalizmu informacyjnego:

Z jednej strony informacja chce być droga, ponieważ jest tak wartościowa. Odpowiednia informacja w odpowiedniej chwili po prostu zmienia czyjeś życie. Z drugiej strony informacja chce być wolna, bo koszt jej uzyskania nieustannie się zmniejsza. Te dwie tendencje są ze sobą w konflikcie (Bendyk, 2005, s. 15).

Manuel Castells twierdzi, że Internet w początkowym okresie rozwoju wydawał się zapowiedzią spełnienia marzeń o przestrzeni, w której ziści się ludzkie marzenie o wolności obiegu informacji:

Stworzony jako środek nieskrępowanej wypowiedzi, w pierwszych latach swojego ogólnoswiatowego istnienia Internet sprawiał wrażenie zwiastuna wieku wolności. Władze miały niewielkie możliwości kontrolowania informacji, które swobodnie przepływały ponad granicami państwowymi. Poszerzał się obszar wolności słowa, gdyż dzięki Internetowi wielu mogło się kontaktować z wieloma bez ograniczeń i bez pośrednictwa mass mediów (Castells, 2003, s. 191).

Od lat siedemdziesiątych XX wieku – początkowej fazy rozwoju Sieci – oczekiwano, że przekształci ona świat. Przegląd napisanych w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku książek i artykułów na temat Internetu wywołuje wrażenie, że istniało szeroko rozpowszechnione przekonanie, że ludzkość uległa głębokiemu, wywołującemu ewolucję skokowi naprzód. Margaret Wertheim, oma-

wiając recepcję Internetu w swojej książce *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet* (1999), zauważa, że wielu obywateli cyberprzestrzeni wyobrażało ją sobie jako pewien rodzaj Nowego Jeruzalem, niematerialną, nieskończoną przestrzeń, do której ludzkość się przeniesie. „Doskonałe królestwo oczekuje nas nie za perlistymi wrotami, lecz za bramami Sieci, za elektronicznymi drzwiami oznaczonymi «.com», «.net» i «.edu»” (Smith, 2004, s. 174–175).

Zarówno przenośnie stosowane wobec Internetu, jak i słownictwo wielu enuncjacji i deklaracji go dotyczących skłaniają do twierdzenia, że oczekiwana przez użytkowników wolność informacji w cyberprzestrzeni z wielu względów była mitem.

Socjolog Vincent Mosco w swoim dziele *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace* zauważa: „Cyberprzestrzeń jest techniczną, polityczną, ale również mityczną przestrzenią – może nawet świętą w znaczeniu, o którym mówił Mircea Eliade, gdy odnosił się do miejsc będących repozytoriami tego, co transcendentne” (2004, s. 13). Badacz ten określa cyberprzestrzeń jako przestrzeń mityczną, która przekracza banalne, codzienne światy czasu, przestrzeni i polityki, by dopasować „nagą prawdę” rozumu do „tańczącej prawdy” rytuału, piosenki i opowiadania. Według niego cyberprzestrzeń jest głównym czynnikiem rozwoju trzech zasadniczych mitów naszego czasu, połączonych w wizji punktu końcowego: końca historii, geografii i polityki. Stwierdza, że mity są nie tylko wypaczeniem wymagającej demaskowania rzeczywistości – one są formą rzeczywistości. Nadają sens życiu, zwłaszcza pomagając ludziom w zrozumieniu tego, co pozornie niezrozumiałe, by potrafili sobie radzić z przytłaczającymi ich problemami i utworzyć w wizji lub śnie to, czego nie mogą zrealizować w praktyce (Mosco, 2004, s. 13).

## Mit w kontekście wolności Internetu

Mity odwołują się do świadomości ludzi, wyrażając ich kulturowe ideały lub głębokie i powszechnie odczuwane emocje. Takie objaśnienie łączy pochodzenie rodzaju ludzkiego z jego percepcją rzeczywistości, otaczającego widocznego świata (D’Amato, 2006).

Zgodnie z koncepcją Claude’a Lévi-Straussa mity to również historie pomagające ludziom radzić sobie ze sprzecznościami w życiu społecznym, których nie można w pełni rozwiązać. Są odpowiedzią na nieuchronne niepowodzenia ludzkiego umysłu w przewyżnianiu jego granic poznawania i rozumienia otaczającej rzeczywistości. Mity nie zawsze dostarczają satysfakcjonującej odpowiedzi. Ich podstawowym celem nie jest sprawienie, by sprzeczności stały się rozwiązywalne, lecz raczej skalowalne. Nie możemy wyeliminować podstawowych życiowych rozłamów, ale mity mówią nam, że możemy o nich mówić w sterowalny sposób (Mosco, Foster, 2001, s. 219).

Funkcjonujące społecznie przekonania na temat zakresu wolności, którą miał umożliwiać swoim użytkownikom Internet u początków swego istnienia i upo-

wszeczniania, sprawiają, że wydaje się zasadne sięgnięcie do teorii mitu Rolanda Barthes'a.

Wolność Internetu, o której mówi dziś wielu internautów, nawiązuje do jego historii, do pierwszego etapu rozwoju tego medium. Ciągłe przywoływanie minionych dziejów medium i przedstawianie ich jako stanu idealnego, do którego należy powrócić, wykracza poza tworzone legendy. Sprawia, że przywoływana wolność informacji w Internecie staje się mitem: „Dochodzimy tu do samej zasady mitu: przekształca on historię w naturę” (Barthes, 2000, s. 262). Odpowiednio używane słowo służy swoistemu zaklinaniu czasu, nieprzyjmowaniu do wiadomości zmian, które zaszły – pozwala trwać w poczuciu, że czas się zatrzymał.

Odwoływanie się do historii umożliwia też ciągłe przypominanie pierwszego wrażenia, które na swoich użytkownikach wywarł Internet – pozwala na tworzenie ponadczasowej iluzji wciąż wolnego, nieograniczonego żadnymi prawami ani restrykcjami (prawami własności intelektualnej lub rynku) obiegu informacji w tym medium. Roland Barthes, pisząc o impresywnym charakterze mitu, stwierdza, że „[...] oczekuje się od niego natychmiastowego skutku; nieważne, czy mit zostanie potem podważony, jego spodziewane działanie jest silniejsze od racjonalnych wyjaśnień, które mogą nieco później go zdementować” (Barthes, 2000, s. 263). „Mit niczego nie ukrywa i niczego nie ujawnia: mit zniekształca; mit nie jest ani kłamstwem, ani wyznaniem: jest naginaniem” (Barthes, 2000, s. 261).

Wolność i przestrzeń, w której wolność można realizować w niczym nieograniczony sposób, zawsze były przedmiotem ludzkiej tęsknoty. Pojawienie się nowego medium, tworzącego nową, nieznaną – a pełną obietnic – przestrzeń ożywiło tę tęsknotę. Istnieje szczególny związek między historią, słowem i mitem. Z jednej strony mit odwołuje się do przeszłości, historii bardziej lub mniej zamierzczej. Z drugiej zaś – to historia ma wpływ na to, które słowo będzie sprawiać, że zdarzenia i czas skostnieją; to ona pozwala słowom stać się mitem: „[...] to tylko ludzka historia zmusza rzeczywistość do przejścia w stan słowa, tylko ona kieruje życiem i śmiercią mitycznej mowy. [...] mit jest słowem wybranym przez historię” (Barthes, 2000, s. 240).

Swoiste zatrzymanie się czasu, spowodowane przez słowo zamienione w mit, Claude Lévi-Strauss opisuje w następujący sposób:

Mit odnosi się zawsze do zdarzeń minionych: „przed stworzeniem świata” lub „podczas pierwszych wieków”, a w każdym razie „dawno temu”. Ale wewnętrzna wartość przypisywana mitowi bierze się z tego, że te zdarzenia, mające rozwijać się w jakimś momencie czasu, tworzą zarazem trwałą strukturę, która równocześnie odnosi się do przeszłości, teraźniejszości i przyszłości (Lévi-Strauss, 1970, s. 288).

To dzięki odpowiedniemu użyciu słów stało się możliwe trwałe zawłaszczenie czasu przez mit wolności informacji w Internecie, w którym hakerzy byli herosami,

a zlikwidowanie dręczących ludzkość problemów miało się odbyć w prosty sposób, bez przeszkód, dzięki nowej technologii i środkowi komunikacji międzyludzkiej.

Język daje mitowi sens, by tak rzec, ażurowy. Mit z łatwością może do niego przeniknąć, może się w nim rozrosnąć: jest to kradzież przez skolonizowanie [...]. Kiedy sens jest zbyt pełny, aby mit mógł do niego wtargnąć, wówczas okraża go i w całości porywa. [...] mit [...] jest językiem, który nie chce umierać: wyrwa trwanie podłe i zdegradowane z sensów, którymi się karmi, wywołuje w sensach jakieś sztuczne przedłużenie, w którym się wygodnie sadowi, czyniąc z nich gadające trupy (Barthes, 2000, s. 265–266).

Słowa przekształconego w mit nie trzeba wyjaśniać. To ono zyskuje walor wyjaśniania czy odpowiadania na problemy: „Mit nie unicestwia rzeczy; on je po prostu oczyszcza, uniewinnia, jego funkcja polega, odwrotnie, na tym, by o nich mówić, daje im fundament natury i wieczności, nadaje im jasność, która nie wynika z wyjaśnienia, ale z konstatacji faktu [...]” (Barthes, 2000, s. 278).

## Mitologia infowolności w Internecie

Ithiel de Sola Pool w *Technologies of Freedom* przedstawił podstawowe założenia do dyskusji na temat związków technologii komunikacji z demokracją:

Promocja wolności ma miejsce, gdy środki komunikacji są rozproszone, zdecentralizowane i łatwo dostępne, jak prasa lub mikrokomputery. Prawdopodobieństwo zaistnienia scentralizowanej kontroli jest większe, gdy środki komunikacji są skoncentrowane, zmonopolizowane i jest ich niewiele, ponieważ są wielkimi sieciami (de Sola Pool, 1983, s. 5).

Technologia umożliwia naruszanie prywatności i kontrolę. Ale ta sama technologia może również zapewniać bezprecedensową wolność. Pozwala na porozumiewanie się ponad granicami, dzielenie się wynikami badań, poprawę wydajności handlu, nowe formy literackie i tańsze upowszechnianie sztuki. Ta mieszanina możliwości naruszeń i niesionych obietnic była częścią każdej zmiany w dziedzinie komunikacji i technologii (Rothstein, Muschamp, Marty, 2003, s. 21).

Dominique Wolton<sup>1</sup> mówi o rodzaju modelowej pary uzupełniających się kozyści: „technika komunikacji i zmiany”. Argumentuje, że techniki komunikacji mają na celu polepszenie kontaktów międzyludzkich i społecznych. Internet u początków swego intensywnego rozwoju zaczął być ceniony ze względu na możliwości funkcjonalne (szybsza wymiana informacji i zwiększenie liczby informacji przekazywanych w określonym czasie w stosunku do tradycyjnych technologii komunikacyjnych, unieważnianie oddalenia); z uwagi na możliwość rozwiązywania problemów społecznych przez wzajemne porozumienie, dialog oraz ze względu na

<sup>1</sup> Dominique Wolton, dyrektor naukowy w CNRS (Narodowe Centrum Badań Naukowych). Jego badania dotyczą analizy stosunków między kulturą, komunikacją, społeczeństwem i polityką, a także konsekwencji politycznych i kulturowych globalizacji informacji i komunikacji.



uzupełnianie się tych możliwości. Zakładano, że zdobycze funkcjonalne rozwiązań między innymi problemy związane z poczuciem osamotnienia i solidarności społeczną (Wolton, 1999).

Niektórym badaczom cyberprzestrzeń jawiła się jako drugie nadejście partycypacyjnych mediów. Optymistycznie głosili, że Sieć miałaby się stać światem bez centrum, gatekeeperów i różnic. W nowej cyberkulturze widzieli zaporę przed procesem koncentracji komercyjnych mediów, zapewniającą zarazem dostęp do alternatywnych punktów widzenia. Te kontrkulturowe impulsy przybrały między innymi kształt pierwszych protestów sieciowych wspólnot wobec spamu i domagania się przez te społeczności wolności wyrażania poglądów w Sieci oraz silnego szyfrowania w celu zapewnienia i ochrony prywatności. Spuścizna takiego pojmowania cyberprzestrzeni i jej możliwości jest widoczna w science fiction, w ruchu cyberpunk, który często przedstawia hakerów jako aktywistów walczących z potężnymi korporacjami ze świata mediów. Widać ją także w kontrkulturowym ruchu *culture jammer* (zagłuszanie fal kultury, klinowanie kultury), którego celem jest między innymi blokowanie sygnałów wysyłanych przez komercyjne media, by otworzyć kanały komunikacyjne dla wiadomości alternatywnych. Również ruch na rzecz otwartego oprogramowania (*open source*), przeciwstawiający dobrowolną współpracę informatyków przy tworzeniu oprogramowania Linux potężnej władzy korporacji Microsoft, wywodzi się z kontrkultury (Jenkins, Thorburn, 2003, s. 11-12).

Manuel Castells w trakcie swojego wykładu inauguracyjnego roku akademickiego 2001–2002 na Uniwersytecie Otwartym Katalonii pod tytułem „Internet, wolność i społeczeństwo: perspektywa analityczna” przywołał i w następujący sposób scharakteryzował powstałą w pierwszym okresie rozwoju Internetu kulturę hakerów:

Hakerzy i ich kultura są jednym z istotnych źródeł wynalazczości i ciągłego rozwoju Internetu. [...] Najwyższą wartość ma dla nich innowacja technologiczno-informatyczna. Zatem potrzebują wolności w celu jej wprowadzania. Najistotniejsze są dla nich wolność dostępu do Sieci i do kodów źródłowych, swobodna komunikacja z innymi hakerami, duch współpracy i hojności (pozostawienie do dyspozycji wspólnoty hakerów całej swojej wiedzy i korzystanie z dorobku wszystkich kolegów). [...] Hakerzy nie mają nic przeciwko komercjalizacji swojej wiedzy – pod warunkiem, że Sieć pozostanie otwarta na współpracę w celu uprawiania twórczości technologicznej, oparta na współdziałaniu i zasadach wzajemności. Słowem, hakerzy stworzyli podstawę technologiczną Internetu, medium, które tworzy infrastrukturę społeczeństwa informacyjnego. [...] Historia i kultura Internetu zostały utworzone jako technologia wolności (Castells, 2001).

W latach 1968-1969 projektanci ARPANET-u wyobrażali go sobie jako oficjalny kanał komunikacyjny dla sponsorowanych przez Departament Obrony ARPA grup badawczych na terenie USA. Chodziło o umożliwienie komputerom

naukowców pracujących dla ARPA szybkiego dostępu do danych, którymi wspólnie się posługiwali, ograniczając opóźnienia i niewydolność dotychczasowych kanałów komunikacji, takich jak zwykła poczta i telefon (Edwards, 2003, s. 202).

Funkcjonują dwie wersje początków historii ARPANET-u. Według opisanej poprzednio wersji ARPA zamierzała bardziej skutecznie połączyć swoje centra badawcze i przetestować pewne ciekawe pod względem technicznym koncepcje. W drugiej wersji powstania sieci ARPANET istotną rolę odgrywa legenda na temat szczególnej roli pewnej anarchicznie zorganizowanej grupy (składającej się głównie z absolwentów wyższych uczelni), która opracowywała dla ARPANET-u protokoły komunikacyjne. Przyczyniła się ona do powstania protokołów sieciowych, tworząc dokumenty Request for Comments (RFC – prośba o komentarze). Dokumenty RFC powstały w sposób zupełnie odmienny niż przewidywany w wojskowych, zhierarchizowanych procedurach. Merytokratyczna, egalitarna kultura twórców protokołu ARPANET stała się częścią libertariańskiej mitologii definiującej kulturę Internetu (Edwards, 2003, s. 216).

Wdrażanie innowacji technicznych jest związane z utopijnością szczególnego rodzaju: wprowadzeniem czegoś nowego, co obiecuje transformację. Nowa technologia, wypierając starsze sposoby postępowania i idee, ma wyrotowy, czasem niszczący potencjał. I z każdą zmianą przychodzi obietnica nadejścia dalszych zmian. Technologia również bywa wiązana z formą gnostycyzmu, niemal mistyczną próbą wyeliminowania iluzji i osiągnięcia prawdziwej wiedzy. Hakerzy, by opisać swoje działania, używają takich określeń jak „głęboko magiczne” i „rzucanie zaklęć”. Wirtualna rzeczywistość obiecuje zerwać fizyczne ograniczenia ciała i umysłu. Wielu orędowników Internetu głosiło, że można w nim być czymkolwiek, unieważnić wszystkie restrykcje narzucane przez otaczający nas materialny świat. Tego typu myślenie stało się powodem ożywienia zainteresowania pracami Marshalla McLuhana, który myślał o mediach jako o przedłużeniach naszych zmysłów. Jeszcze przed wprowadzeniem Internetu twierdził, że elektroniczne media tworzą plemienną kulturę *high-tech*, w której piśmiennosc nie ma znaczenia. Jego wizja nowego plemiennego człowieka przekształconego przez technologię i mogącego wykraczać poza czas i przestrzeń współbrzmiała z utopijnymi ideami niektórych uczestników kontrkultury lat sześćdziesiątych XX wieku – pionierów rozwoju komputerów osobistych i Internetu, którzy świadomie usiłowali przenieść swoje wizje w nowe media. Techniczną kulturę tego okresu charakteryzowała paradoksalna mieszanina niemal antyracjonalnych, mistycznych nastrojów z najbardziej zaawansowanymi innowacjami technologicznymi (Rothstein i in., 2003, s. 16-17).

Istnieje rytuał, w trakcie którego jest celebrowany szczególny sposób widzenia kultury Sieci jako plemiennych technokracji ze skłonnościami mesjanistycznymi. Od 1986 roku w weekend każdego Labor Day (Święta Pracy) odbywa się uroczystość znana jako The Burning Man Festival<sup>2</sup> (Festiwal Płonącego Człowieka).

<sup>2</sup> Adres internetowy witryny festiwalu: <http://burningman.com> (dostęp: 20.09.2016). Festiwal został opisany również w publikacji V. Mosco (Mosco, 2004).

Kevin Kelly<sup>3</sup> określił Burning Man jako „święto możliwości digerati<sup>4</sup>”. Każdego roku ponad 10 tysięcy uczestników – w tym dziwaków na motocyklach, wyrzutków miejskich, profesjonalistów mediów, osób poszukujących silnych emocji lub wyznających kult technologii – jeździ w przebraniu na pustynię Nevady i wznosi 50-stopową drewnianą kukłę o ludzkim kształcie. Kukła zostaje spalona podczas ostatniej nocy festiwalu. Uczestnicy ogłaszają wyzwolenie od ograniczeń, deklarują uczestnictwo w rządzącej się własnymi prawami, nieznającej uprzedzeń i konwenansów społeczności. Technologia zostaje przeniesiona z metalu do ciała, jest celebrowana i niszczona w ogniu (Rothstein i in., 2003, s. 17-18).

Nowa ekonomia jest kontrkulturowym snem, charakteryzowanym przez takie pojęcia i określenia, jak „otwarte społeczeństwo”, „decentralizacja własności i sprawiedliwość” i „rezerwy wiedzy zamiast rezerw kapitału”. Trudno przecenić stopień, w jakim utopijne idee pobudziły rozwój Internetu w jego wczesnych latach. Ożywiły przedsięwzięcia i wyobrażenia, redefiniując pojęcie technicznego postępu. Problemy pojawiły się wraz z traktowaniem utopijnego snu jako modelu porównywanego z surowo osądzaną rzeczywistością. Groźnym skutkiem takiego podejścia było przekonanie, że świat powinien sprostać fantazji (Rothstein i in., 2003, s. 19).

Niemal gnostyczną utopijność postaw pionierów Internetu charakteryzowały: podejrzliwość wobec prywatnej własności, sławienie efektów działania Sieci, libertariański sprzeciw wobec tych, którzy chcieliby sterować twórczym fermentem i wytyczać granice „elektronicznemu osadnictwu”. John Perry Barlow, amerykański poeta, eseista, jeden z założycieli Electronic Frontier Foundation (wraz z Johnem Gilmore’em i Mitchellem Kaporem), dowodził, że dotychczasowe poglądy na własność intelektualną, wraz z próbami zastosowania ich wobec informacji w Internecie stają się „twierdzą przestarzałego stereotypu” (Rothstein i in., 2003, s. 20).

W retoryce entuzjastów wolności i demokracji mówiono nawet o zaniku państwa narodowego na rzecz bezpośredniej demokracji jako o konsekwencji wprowadzania cyfrowych technologii. Na przykład John Perry Barlow, w znanej proklamacji *A Declaration of the Independence of Cyberspace* (Deklaracja niepodległości cyberprzestrzeni) (Barlow, 1996) ogłasza, że narodowe rządy nie mają żadnej władzy nad wspólnotami online. W Deklaracji używa między innymi następujących sformułowań: „cyberprzestrzeń – nowa ojczyzna umysłu (rozumu)”, „cokolwiek zostanie stworzone przez ludzki umysł, będzie można w nieskończoność powielać i rozpowszechniać bez żadnych kosztów”, „cywilizacja rozumu w cyberprzestrzeni”. W tej romantycznej wizji cyberprzestrzeń jawiła się jako królestwo zupełnie odmienne od zwykłego życia. Oddzielenie takiej wizji od ważnych politycznych i technicznych dyskusji nad prawem autorskim, prywatnością i bezpieczeństwem stawało się coraz trudniejsze.

<sup>3</sup> Kevin Kelly, ekspert w dziedzinie cyberkultury, założyciel i redaktor naczelny czasopisma „Wired”, były redaktor naczelny i wydawca „Whole Earth Catalog”.

<sup>4</sup> digerati – określenie elity przemysłu komputerowego i wspólnot online, utworzone z połączenia słów *digital* (cyfrowy) i *literati* (intelektualista), nawiązujące do wcześniejszego neologizmu *glitterati* (*glitter* – blask i *literati*).

Problem w tym, że internetowa kontrkultura jest niemal zupełnie zaabsorbowana utopijnym pomysłem Internetu tworzonego wtedy, gdy używało go zaledwie kilkadziesiąt tysięcy entuzjastów i naukowców i nie przewidywano wykorzystania go do celów handlowych (było to wręcz niepożądane). Pionierzy ówczesnego Internetu mieli wrażenie, że ludzka natura sama ulegnie zmianie pod presją nowej technologii (Rothstein i in., 2003).

Michael i Ronda Haubenowie, zainspirowani między innymi Deklaracją niepodległości z 1776 roku, Deklaracją praw człowieka i obywatela z 1789 roku i dziełami Jana Jakuba Rousseau, zaproponowali w 1996 roku Deklarację praw obywateli cyberprzestrzeni (Declaration of the Rights of Netizens). Postulowali oni następujące elementarne prawa użytkowników:

Uniwersalny dostęp bez kosztów lub po niskich kosztach; wolność wypowiedzi drogą elektroniczną w celu przyczyniania się do wymiany wiedzy bez lęku przed represjami; brak cenzury wobec wypowiedzi; dostęp do szerokiej dystrybucji; uniwersalny i równy dostęp do wiedzy i informacji; szacunek dla idei i zasług innych; brak ograniczeń wobec dostępu do czytania, publikowania i innych form wnoszenia wkładu do Sieci; równa jakość połączeń; równy czas połączeń; brak oficjalnego rzecznika; wspieranie oddolnych celów i uczestnictwa zwykłych ludzi; dobrowolna współpraca bez czerpania zysków z wkładu wnoszonego przez innych; ochrona publicznego celu przed tymi, którzy chcieliby go użyć dla swoich celów i zysków (Hauben, Hauben, 1998).

Proponowaną deklarację kończą słowami: „Sieć nie jest usługą, jest prawem. Jest wartościowa jedynie, gdy jest zbiorowa i uniwersalna. Dobrowolny wysiłek chroni tworzone wspólne bogactwo intelektualne i techniczne”. Frazeologia deklaracji odbiega zarówno od opisanych wyżej niemal sakralnych określeń w wizjach cyberprzestrzeni niektórych internautów, jak i od entuzjastycznych enuncjacji w A Declaration of the Independence of Cyberspace Perry’ego Barlowa. Wydaje się, że autorzy nawiązują w niej nie tylko do mitycznej cyberprzestrzeni Vincenta Mosco, w której możliwy będzie swobodny, niczym nieograniczony obieg informacji, lecz także do mitu wolnego Internetu.

Należy odnotować, że percepcja możliwości wnoszonych przez Internet nie pozostawała jednak tak jednoznacznie pod wpływem mitu wolności. Dwa lata przed ogłoszeniem Declaration of the Rights of Netizens, w sierpniu 1994 roku, czworo autorów – Esther Dyson, George Gilder, George Keyworth i Alvin Toffler – opublikowało *Cyberspace and the American Dream: A Magna Carta for the Knowledge Age* (Dyson, Gilder, Keyworth, Toffler, 1994). Publikacja zawiera przemyślenia i fragmenty dzieł jej autorów. Zarówno jej słownictwo, jak i retoryka są wyważone. Racjonalnie argumentuje – dostrzega korzyści i niebezpieczeństwa płynące z masowego korzystania z Internetu, jej autorzy zaś nie odżegnują się od ekonomicznych zastosowań Sieci, poruszając również temat własności intelektualnej.

Warto zauważyć, że idee związane z mitem wolnego Internetu wciąż są obecne. Jest to widoczne również we frazeologii argumentacji działaczy organizacji na rzecz kultury, wspieranych między innymi przez takie organizacje, jak Unia Europejska, EU-India Economic Cross Cultural Programme, Goethe-Institut, Open Society Foundations, Austrian Commission for UNESCO.

W czerwcu 2005 roku w Wiedniu na spotkaniu grupy roboczej Open Cultures (Open Cultures Working Group) powstał szkic dokumentu (Vienna Draft Document), napisany przez Konrada Beckera<sup>5</sup> i Feliksa Staldera<sup>6</sup> (Becker, Stalder, 2005). Szkic przybrał formę zdań deklaracyjnych, z których część to niena-cehowane emocjonalnie zdania oznajmiające, na przykład: „Popieramy wszelkie inicjatywy przywracające wspólnemu dobru społecznemu korzyści płynące z nowych technologii komunikacyjnych”; „Wiemy, że przyszłość jest zbyt cenna, by zostawić ją w rękach ekspertów; cyfrowe prawa człowieka w codziennym życiu dotyczą każdego człowieka”; „Uświadamiamy sobie, że niematerialne zasoby informacji rodzą problem związany z cyfrową ekologią, potrzebę zrozumienia ekosystemów utworzonych przez obieg informacji w różnych mediach”. Jednak część zdań jest nacechowana emocjonalnie lub odwołuje się w większym lub mniejszym stopniu do obecnego w początkach rozwoju Internetu przekonania o tym, że Sieć powinna być oazą wolności. Z taką perspektywą wiążą się postulaty dotyczące niecierpania korzyści materialnych z działań prowadzonych w Internecie czy niechęć do karteli lub do obecnego kształtu prawa autorskiego, na przykład: „Nie akceptujemy świata, w którym kultura masowa i ludzkie dziedzictwo są ogradzane, a restrykcje wynikające z zarządzania własnością intelektualną oddzielają nas od naszych własnych myśli”; „Odmawiamy życia w społeczeństwie informacji, w którym nic nie należy do nas, lecz jest własnością karteli, co powoduje blokowanie dostępu do wiedzy i prywatyzowanie płynących z niej zysków”; „Nie chcemy świata, w którym niezbędne jest pozwolenie, by zagwizdać piosenkę lub uzyskać dostęp do swoich wspomnień”; „Cenimy informację jako ludzki zasób ekspresji kulturowej, nie zaś jako towar na sprzedaż”; „Spodziewamy się cichej wiosny w krajobrazach społeczeństwa informacyjnego, gdy nawet ptasi śpiew stanie się podmiotem prawa autorskiego”.

Internet jest postrzegany przez badaczy wpływu nowych technologii na społeczeństwo jako narzędzie umożliwiające zarówno umiędzynarodowienie społeczeństw (model kosmopolityczny), jak i uczynienie z nich społeczeństw-twierdz (model cyta-deli). W kosmopolitycznym modelu technologie informacyjne wspierają demokratyzację globalnych sił służących tworzeniu, transferowi i rozpowszechnianiu informacji, cyberpolityka służy zaś maksymalizowaniu powszechnego dostępu do sprzętu komputerowego i oprogramowania. W modelu cyta-deli technologie

<sup>5</sup> Konrad Becker (ur. 1959), twórca, badacz hipermediów, dyrektor Instytutu ds. Nowych Technologii Kultury/t0 (Institute for New Culture Technologies/t0), pomysłodawca Public Netbase i World-Information.org.

<sup>6</sup> Felix Stalder, badacz naukowy (ekonomia mediów, obszary wspólne nowych mediów, polityki i kultury), aktywista w dziedzinie społecznych wpływów ICTS, współzałożyciel Openflows.org.

informacyjne mają immanentne właściwości de-demokratyzujące i wspierają kontrolę sił de-demokratyzujących, a cyberpolityka jest jedną z antydemokratycznych konsekwencji technologii informacyjnej, służącą stawianiu barier i wypaczaniu (Hand, Sandywell, 2002, s. 205-206).

Lawrence Lessig, krytyk technicznego determinizmu, w przedmowie do polskiego wydania *Wolnej kultury...* stwierdził:

Żyjąc w kulturach, które znają wolność i cieszą się nią, powoli, z zaskoczeniem uświadamiamy sobie, że technologie wolności na naszych oczach przekształcają się w technologie kontroli. Internet obiecywał nam wolność, tymczasem jest budowany tak, by umożliwiać coraz większą kontrolę. Dziś coraz mniejsza grupa ludzi kontroluje więcej niż kiedykolwiek wcześniej, a kontrola, jaką sprawują, jest coraz doskonalsza (Lessig, 2005, s. 9).

W *The Laws of Cyberspace* autor ten streszcza utopijne przekonania w następujący sposób:

Cyberprzestrzeń jest nieuchronna, lecz jak dotąd nieregulowalna. Żaden naród nie może się bez niej obyć, lecz jednocześnie nie może kontrolować przejawianych w niej zachowań. Cyberprzestrzeń jest tą przestrzenią, w której ludzie są, z natury, wolni od kontroli, która ma miejsce w pozasieciowej rzeczywistości (Lessig, 1998, s. 3-4).

W 1998 roku najistotniejszym stwierdzeniem autora była konstatacja, że cyberprzestrzeń ma potencjał, by stać się najbardziej, w pełni i powszechnie regulowaną przestrzenią w dziejach ludzkości i może stać się antytezą obszaru wolności. Lessig dowodzi, że zachowanie w cyberprzestrzeni jest regulowane i ograniczane przez prawo i rynek (podobnie jak w świecie rzeczywistym) oraz przez kod (oprogramowanie i sprzęt komputerowy, które tworzą cyfrowe terytorium – zbiór protokołów, wprowadzonych lub skodyfikowanych reguł w oprogramowaniu, decydujących o sposobach oddziaływania i istnienia w niej ludzi). To kod ustala zasady wchodzenia w stworzony obszar oraz przebywania w nim i nie jest opcjonalny. Nie ma możliwości niezastosowania się do ustanowionych przez kod struktur i zasad – mogą to czynić jedynie hakerzy. Życie większości osób w cyberprzestrzeni zależy od kodu (Lessig, 1998, s. 3-4).

Lessig zastanawia się nad niektórymi potencjalnymi konsekwencjami ewolucji Internetu: dramatycznym spadkiem kosztów kontroli, pojawieniem się architektury umożliwiającej stały monitoring, ułatwiającej nieprzerwane śledzenie zachowań i działań cybernautów, zbieranie o nich danych, i to w niezauważalny dla nich sposób. Konkluduje, że „jeśli ludzie nie zrozumieją antydemokratycznego potencjału cyberprzestrzeni, mogą przeoczyć przejście od wolności do kontroli” (Lessig, 1998, s. 15).

Pierre Lévy, jeden z czołowych badaczy cyberkultury, którego przedmiotem zainteresowań są głównie inteligencja kolektywna i społeczności oparte na wiedzy, w swojej książce z 2000 roku *Collective Intelligence: Mankind's Emerging*



*World in Cyberspace* (Lévy, 2000) mówi o wynurzaniu się w cyberprzestrzeni kultury „inteligencji zbiorowej”. Według Lévy’ego nowa kultura informacji, której cechą wyróżniającą jest wysoki stopień uczestnictwa i wzajemności, istnieje obok tak złożonych struktur władzy, jak międzynarodowe korporacje i państwa narodowe. Autor widzi te polityczne i kulturalne struktury jako niekiedy komplementarne, a niekiedy opozycyjne wobec siebie. Dla Lévy’ego świat „zbiorowej inteligencji” nie jest światem urzeczywistnionym, lecz „osiągalną utopią” (Jenkins, Thorburn, 2003, s. 6).

Omawiany w niniejszym artykule mit wolności w Internecie – swobodnego, niczym nieograniczonego obiegu w nim informacji – jest nadal obecny w percepcji tego medium przez wielu jego użytkowników. Jednak w porównaniu z pierwszymi okresem rozwoju Sieci jego siła oddziaływania wydatnie zmalała pod presją rzeczywistości. Wzrost liczby użytkowników, wchodzenie w życie coraz większej liczby ustaw regulujących obieg informacji wśród rosnącej rzeszy internautów i coraz intensywniejsze wykorzystywanie Internetu do celów handlowych spowodowały swego rodzaju wyciszenie mitu wolności w Internecie.

Przyczyniły się do tego również wybory dokonywane przez znane postaci kontrkultury lat sześćdziesiątych XX wieku. Pojęcie cyberdemokracji ukształtowało się w trakcie debat w czasie wojny w Wietnamie. Fred Turner w swojej książce *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism* (Turner, 2006) pokazał sposób, w jaki publikacje takie jak *Wired* i *Mondo 2000*, cyfrowe wspólnoty takie jak Well i organizacje takie jak Electronic Frontier Foundation zakorzeniły się w politycznej kulturze San Francisco, centrum wielu kontrkulturowych ruchów lat sześćdziesiątych XX wieku, stając się później rozsądnikiem nowej cyfrowej ekonomii. Wielu pisarzy, w tym Stewart Brand, Timothy Leary, Howard Rheingold, Alvin Toffler i John Perry Barlow, łatwo przeszło od kontrkulturowego stylu związanego z *Whole Earth Catalog*<sup>7</sup> do promowanych w *Wired* wartości cyberutopijnych i dotyczących konsumeryzmu, pomagając zdefiniować popularne wyobrażenia na temat cyfrowych technologii. Wczesne ruchy kontrkulturowe były zdecydowanie antykorporacyjne, tymczasem retoryka cyberkultury została przyswojona przez cyfrowych przedsiębiorców, którzy przekształcili utopijne tęsknoty za kulturą partycypacyjną w reklamę towarów *high-tech*. Jedną z najbardziej wpływowych kampanii reklamowych ery komputerów osobistych, 1984 firmy Apple, przedstawiała komputer osobisty jako narzędzie wyzwolenia, skierowane przeciw bezosobowej orwellowskiej biurokracji (Jenkins, Thorburn, 2003, s. 10-11).

Współtwórca usługi WWW i pionier współczesnego kształtu Sieci Tim Berners-Lee twierdzi, że duża część tego, co zdarzyło się w Sieci w 1996 roku, wynikała z zaistniałego podniecenia. Jednak w roku 1998 Sieć zaczęła być areną rozgrywek

<sup>7</sup> *The Whole Earth Catalog* – amerykański kontrkulturowy kilkusetstronicowy katalog, almanach publikowany przez Stewarta Branda w latach 1968–1972 i okazjonalnie do 1998 roku. Brand zbierał, segregował i udostępniał informacje (działanie znane obecnie w Internecie pod nazwą *user generated content*).

między zyskami handlowymi i korzyściami rządów. Grupy religijne i rodzicielskie zaczęły nawoływać do blokowania istniejących w Sieci obraźliwych treści, podczas gdy środowiska obrońców praw obywatelskich sprzeciwiały się takim praktykom. Z tego między innymi powodu wielu ludzi – w tym przedsiębiorców i rządzących – chciało w jakiś sposób kontrolować Sieć. Mnogość istniejącego obecnie oprogramowania filtrującego wskazuje, że cenzura rządowa nie jest efektywna: obowiązujące w danym kraju prawo nie może ograniczać treści poza swoim zasięgiem terytorialnym – tymczasem filtry mogą blokować wszystkie przepływające przez Sieć treści. Jeszcze ważniejszy jest fakt, że filtry blokują treści użytkownikom, którzy mają wobec nich zastrzeżenia, jednak ich nie usuwają z Sieci. Jest ona nadal dostępna dla tych, które chcą do niej dotrzeć (Berners-Lee, 2000, s. 115-132).

„To nie informacja chce być wolna; to ludzie chcą wolnego dostępu do niej”. Dostęp do nagrań, książek i filmów wzrósł wraz z ekspansją cyfrowych sieci. W odpowiedzi na ten wzrost dostępu przedsiębiorstwa zajmujące się działalnością wydawniczą i przemysł fonograficzny musiały drastycznie zmienić swoją politykę, by w nowych warunkach zapewnić sobie bezpieczeństwo obrotów i zysków oraz ich wzrost. Przejawiający się w kontrykulturze Internetu lęk (o utopijnym rodowdziej) przed handlem i prywatną własnością nie pobudza do innowacji, lecz jest hamulcem zapobiegającym wynalazczości. Niemożność wprowadzenia w Internecie utopijnych idei wolnościowych nie oznacza wprowadzania antyutopijnych restrykcji. Rzeczywistość jest zawsze mniej atrakcyjna i bardziej złożona niż ideał (Rothstein i in., 2003, s. 22).

## Zmiany w XXI wieku

Warto w tym miejscu pokrótce zarysować historię dynamicznego rozwoju XX-wiecznych technologii umożliwiających zarówno intensyfikację dostępu do danych, jak i do wzrastającej mocy obliczeniowej.

Do połowy lat osiemdziesiątych XX wieku posługiwanie się komputerami osobistymi oznaczało raczej uprawianie hobby przez entuzjastów technologii, a produkty firm takich jak Altair, Apple i Microsoft były adresowane do niszowej klienteli. Pojawienie się w 1984 roku na rynku Maca firmy Apple i komputerów osobistych IBM sprawiło, że zaczęły się one upowszechniać w biurach i gościć w domach. We wczesnych latach dziewięćdziesiątych XX wieku firma Microsoft wypuściła na rynek pierwszą wersję systemu Windows – lata 1990–1993 to okres, w którym rynek komputerów osobistych zdobył olbrzymią liczbę użytkowników. Zjawisko to zbiegło się z intensywnym wprowadzaniem usługi WWW w Internecie i zniesieniem w 1991 roku przez rząd USA zakazu prowadzenia działalności handlowej przez Internet, co oznaczało przekształcenie akademickiej i wojskowej Sieci w rosnącą przestrzeń wirtualnego rynku. Do późnych lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku Internet pozostaje pod znakiem cyberliberalizmu. W 1998 roku mała grupa intelektualistów pod przewodnictwem Andrew Shapira, Douglasa Rushkoffa i Marka Stahlmana w ośmiu

punktach określa zasady technorealistycznego podejścia do Internetu<sup>8</sup>. Szczególnie istotne były stwierdzenia, że Internet jest rewolucyjny, ale nie utopijny, rząd ma do odegrania ważną rolę w dziedzinie ustalania reguł elektronicznej komunikacji, informacja chce być chroniona, a społeczeństwo jest właścicielem pasm transmisji informacji – powinno korzystać z dobrodziejstw ich używania.

Na początku XXI wieku pojawiają się serwisy internetowe zwane Web 2.0, których udoskonalone oprogramowanie sprawiło, że najważniejszą rolę odgrywały treści generowane przez użytkowników. Dzięki ewolucji oprogramowania internauci mogli poznać nowe formy sieciowej współpracy i interaktywności.

Prędkość przesyłu danych przez Internet nieustannie wzrastała, podobnie jak ewoluował sprzęt umożliwiający dostęp do Sieci i wzrastały jego moce obliczeniowe. Udoskonalano się również oprogramowanie obsługujące urządzenia z dostępem do Sieci.

Urządzenia telekomunikacyjne udostępniające bezprzewodową łączność między ich użytkownikami pojawiły się już w latach osiemdziesiątych XX wieku, jednak upowszechniły się dopiero w latach dziewięćdziesiątych, szybko stając się wielofunkcyjnym urządzeniem codziennego użytku. Osiągnięcia miniaturyzacyjne w dziedzinie elektroniki sprawiły, że w XXI wieku urządzenia te umożliwiają bezprzewodowy dostęp do tak zwanego Internetu Rzeczy (Internet of Things). Wielofunkcyjność urządzeń mobilnych, takich między innymi jak smartfony, tablety i laptopy, obejmuje wykorzystanie ich do komunikowania się, pracy i rozrywki.

Od pojawienia się projektu rządowo-wojskowego ARPANET-u – „prodka” obecnego Internetu – minęło 47 lat. Przełomy w zakresie możliwości i uwarunkowań dostępu do Internetu oraz obecny kształt komunikacji przez to medium w sposób istotny zmieniły zakres naszej wolności informacyjnej – zarówno jednostek, jak i całego społeczeństwa.

W początkowym okresie istnienia sieci WWW traktowano Internet jako pierwsze niezależne od wszelkich instancji medium. Wielu jego entuzjastów twierdziło, że zapoczątkował on erę radykalnej demokratyzacji, znoszenia hierarchii, wolności bez granic, kulturowego wzbogacania się i pluralizmu. Jednak wraz z umasowieniem się dostępu do Internetu i postępem technologii sposoby selekcji i ograniczania obiegu informacji w Sieci stały się coraz bardziej powszechne oraz skomplikowane.

Przez ponad ćwierćwiecze kształt infowolności w Internecie był przedmiotem społecznej troski, polem konfliktów społeczno-politycznych i obyczajowych,

<sup>8</sup> Podstawy technorealizmu: 1. Technologie nie są neutralne, 2. Internet jest rewolucyjny, ale nie utopijny, 3. Rząd ma do odegrania ważną rolę w dziedzinie ustalania reguł elektronicznej komunikacji, 4. Informacja nie jest wiedzą, 5. Okablowanie szkół nie uratuje ich, 6. Informacja chce być chroniona, 7. Społeczeństwo jest właścicielem pasm transmisji informacji – powinno korzystać z dobrodziejstw ich używania, 8. Zrozumienie technologii powinno być podstawową umiejętnością, którą dysponuje każdy człowiek czujący się obywatelem zglobalizowanego świata (Millarch, 1999).

obejmujących między innymi problematykę swobodnego przepływu informacji, kształtu ochrony własności intelektualnej, cenzury jako ograniczania obiegu informacji, ruchów społecznych w Internecie (w tym aktywizmu, hakerstwa i haktywizmu), cyberprzestępczości i wojen informacyjnych czy zjawisko cyfrowej przepaści (*digital divide*).

Internet i kształt jego ograniczeń obiegu informacji stały się przedmiotem badań nie tylko historyków mediów, lecz także filozofów, politologów, antropologów, socjologów czy kulturoznawców.

Do mitów wpisanych w dyskurs na temat Internetu odnosi się Tadeusz Miczka w artykule *Czas infowolności. O kontynuacji mitów jednostkowej niezależności i skutecznego prawa społecznego w XXI wieku* (Miczka, 2011, s. 188-201). Autor stwierdza, że przełom w środkach społecznej komunikacji, jakim było umasowienie dostępu do Internetu, spowodował przełom kulturowy i zapoczątkował kolejną edycję powszechnej dyskusji na temat wolności człowieka. Badacz obszernie ukazuje panoramę stanowisk, definicji i postaw teoretyków, praktyków i badaczy tematu, przywołując między innymi mit niepodległości cyberprzestrzeni i mit niezależności (ten ostatni w kontekście badań nad zjawiskiem Web 2.0 i nad sposobem działania wyszukiwarki firmy Google).

Przedstawioną panoramę autor podsumuje słowami: „infowolność jest kolejnym, aczkolwiek niezwykle natrętnym i intrygującym złudzeniem, jakiemu ulega człowiek, zawsze z uporem upominający się o swoją niezależność, z którą – jak przestrzegają często filozofowie – na ogół wcale nie wie, co dalej począć” (Miczka, 2011, s. 197). Miczka mówi jednocześnie o konieczności pogłębienia refleksji na jej temat, przywołując pytanie Joanny Mysony Byrskiej: „czy wolność to brak silnych wpływów władzy w przestrzeni publicznej, czy też wręcz przeciwnie, dzięki aktywnej obecności władzy w przestrzeni życia społeczno-politycznego chroniona jest wolność każdej jednostki?” (Mysona Byrska, 2008, s. 6). Autor upatruje szansy na uzyskanie bardziej satysfakcjonującej (niż dotychczas udzielone) odpowiedzi wśród badaczy kultury określanej jako „pomasa”, „a najważniejsze zachodzące w niej zjawiska opisuje się za pomocą złożonych, dwuczęściowych terminów, zaczynających się od przedrostków w rodzaju «multi», «hiper», «inter», «mega», «trans»...” (Miczka, 2011, s. 198).

Dyskurs na temat infowolności w masowo dostępnym Internecie w XX wieku koncentrował się głównie na zakresie (i jakości) informacji, do których internauta miał dostęp, oraz na możliwości pozyskiwania danych o użytkowniku przez władze, instytucje, firmy, których nie uprawniał on do tego (lub nie znał zakresu pozyskiwanych przez nie danych). Globalne, dynamiczne zmiany zachodzące w dziedzinie światowej ekonomii i technologii (w tym rozwój Internetu i możliwości oferowanych przez technologie mobilne i oprogramowanie w XXI wieku) w rewolucyjny wręcz sposób usprawniły procesy komunikacyjne oraz ułatwiły codzienne życie. Sieć wraz z jej ofertą i ułatwieniami wpisała się w codzienność, stając się środowiskiem człowieka w aspekcie informacji, roz-

rywki i komunikacji społecznej, generując nowe możliwości – w tym w dziedzinie działań twórczych<sup>9</sup>.

W obecnym dyskursie na temat wolności informacji w Internecie jednostkom i społecznościom nadal chodzi o „wolność od” kontroli i nadzoru i o „wolność do” pozyskiwania informacji niezbędnej do samorozwoju i możliwości jej uzyskania w celu wyrobienia optymalnej perspektywy wobec rzeczywistości.

Jednak w tym dyskursie zmienili się aktorzy i materia będąca jego przedmiotem. Internet pierwszego dwudziestolecia XXI wieku jest areną działania innych, silnych grup interesów – korporacji, przemysłów rozrywkowych i informacyjnych, ugrupowań politycznych. Możliwości wykreowane przez technologie mobilne i rozwój oprogramowania sprawiły, że w sposób znaczący zmieniła się materia, której dotyczy dyskurs.

Sytuacja ta wymaga podjęcia badań z nowej perspektywy. W polskim piśmiennictwie przedmiotu odmienne od dotychczasowych narzędzia badawcze – w tym język opisu i metafory – proponuje Anna Nacher w książce *Media lokacyjne. Ukryte życie obrazów* (Nacher, 2016). Autorka przedstawia nowy sposób wiązania obrazów z rzeczywistością, jednak jej propozycja, oparta na współczesnych kierunkach badań, jest swoistą diagnozą Internetu i wplecionych wń technologii oraz oprogramowania jako nowej materii zarówno dyskursu na temat infowolności, jak i badań.

Wpływanie na proces obiegu informacji w społeczeństwie i walka o ustalenie w tym zakresie granic wolności członków społeczeństwa mają swoją tradycję od zarania dziejów. Walka ta nasiliła się wraz z wynalezieniem i umasowieniem druku i każdorazowo ulega intensyfikacji, gdy upowszechnia się użycie kolejnego, nowo wprowadzonego medium. XX-wieczne spory cyberlibertarian, neocyberlibertarian i cyberpaternalistów są kontynuowane w złagodzonej i uwspółcześnionej formie w XXI wieku. Również mitologia dotycząca wolności informacji w Internecie wciąż jest obecna w publicznym dyskursie. Każda forma ograniczania obiegu informacji w Internecie, zwiększania kontroli i nadzoru oraz intensyfikacji pozyskiwania danych o użytkowniku spotyka się ze społeczną reakcją, która ma na celu zniwelowanie skutków takich działań (i która również znajduje odzwierciedlenie w Sieci). Wszelkie formy wpływania na kształt obiegu informacji w Internecie są swoistą ceną, którą społeczeństwo płaci za możliwość powszechnego użytkowania tego medium.

<sup>9</sup> Należy tu zauważyć, że obecna sztuka nowych mediów, tworząc w wirtualnej przestrzeni kolejne formy oporu i przetrwania wobec narastającej inwigilacji, wzmagającej się kontroli i zagrożeń dla prywatności, przyczynia się do namysłu nad kształtem współczesnej wolności w Internecie. Próbę zdiagnozowania nowych paradygmatów w tej dziedzinie możemy znaleźć w wielu zapisach i źródłach – w tym w obejmującym lata 2001–2010 artykule Palomy González Díaz, *Reacciones en el New Media Art ante la vigilancia y el control de datos en la Red: nuevos paradigmas (2001–2010)*, (González Díaz, 2014, s. 349–382).

## Bibliografia

- Barlow, J. P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (dostęp: 20.09.2016).
- Barthes, R. (2000). *Mitologie* (tłum. A. Dziadek). Warszawa: Wydawnictwo KR.
- Becker, K., Stalder, F. (2005). Xnational Net Culture and „The Need to Know” of Information Societies, by Open Cultures Working Group. <http://world-information.org/wio/read-me/992003309/1134396702> (dostęp: 20.09.2009).
- Bendyk, E. (2005). *Wstęp*, [w:] L. Lessig, *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*, (tłum. P. Białokozowicz i in.). Warszawa: WSiP SA.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la Red: el inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI.
- Brockman, J. (1996). *Digerati: Encounters with the Cyber Elite*. San Francisco: Hardwired.
- Castells, M. (2001). *Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica, Lección inaugural del curso académico 2001–2002 de la UOC*. [http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro\\_conc.html](http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro_conc.html) (dostęp: 20.09.2016).
- Castells, M. (2003). *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem* (tłum. Hornowski, T.). Poznań: Rebis.
- D’Amato, S. E. (2006). *Myths and Mythology*, [w:] J. H. Birx (red.), *Encyclopedia of anthropology*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- de Sola Pool, I. (1983). *Technologies of Freedom: On Free Speech in an Electronic Age*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Dyson, E., Gilder, G., Keyworth, G., Toffler, A. (1994). *Cyberspace and the American Dream: A Magna Carta for the Knowledge Age*. <http://www.pff.org/issues-pubs/futureinsights/fi1.2magna-carta.html> (dostęp: 20.09.2016).
- Edwards, P. N. (2003). *Infrastructure and Modernity: Force, Time and Social Organization in the History of Sociotechnical Systems*, [w:] Misa T. J., Brey P., Feenberg, A. (red.), *Modernity and technology*. Cambridge: The MIT Press.
- González Díaz P. (2014). *Reacciones en el New Media Art ante la vigilancia y el control de datos en la Red: nuevos paradigmas (2001–2010)*. „Revista Teknokultura”, 11(2).
- Hand, M., Sandywell, B. (2002). *E-topia as Cosmopolis or Citadel On the Democratizing and De-democratizing Logics of the Internet, or, Toward a Critique of the New Technological Fetishism*. „Theory, Culture & Society”, Vol. 19(1–2).
- Hauben, M., Hauben, R. (1997). *Netizens: On the History and Impact of Usenet and the Internet*. Los Alamitos: Wiley-IEEE Computer Society Press.
- Hauben, M., Hauben, R. (1998). „First Monday”, Vol. 3, No 8. <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/614/535> (dostęp: 20.09.2016).
- Jenkins, H., Thorburn, D. (2003). *Introduction: The Digital Revolution, The Informed Citizen, and the Culture of Democracy*, [w:] H. Jenkins, D. Thorburn (red.), *Democracy and New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Lessig, L. (1998). *The Laws of Cyberspace*. [https://cyber.harvard.edu/works/lessig/laws\\_cyberspace.pdf](https://cyber.harvard.edu/works/lessig/laws_cyberspace.pdf) (dostęp: 20.09.2016).
- Lessig, L. (2005). *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*. Warszawa: WSiP SA.
- Lévi-Strauss, C. (1970). *Antropologia strukturalna* (tłum. K. Pomian). Warszawa: PIW.
- Lévi-Strauss, C. (1978). *Myth and meaning: Cracking the code of culture*. Toronto: University of Toronto Press.



- Lévi-Strauss, C. (1987). *Anthropology and myth: Lecture, 1951–1982*. Oxford: Basil Blackwell.
- Lévy, P. (2000). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York: Perseus.
- Miczka, T. (2011). *Czas infowolności. O kontynuacji mitów jednostkowej niezależności i skutecznego prawa społecznego w XXI wieku*. „Transformacje. Pismo interdyscyplinarne”, nr 1–2 (68–69).
- Millarch, F. (1999) *Net Ideologies: From Cyber-liberalism to Cyber-realism*. „Spark Online”, no 2. <http://www.technorealism.org> (dostęp: 3.12.2016).
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge MA: MIT Press.
- Mosco, V., Foster, D. (2001). *Cyberspace and the End of Politics*. „Journal of Communication Inquiry”, Vol. 25, No. 3.
- Mysona Byrska, J. (2008). *Wstęp*, [w:] W. Zuziak, J. Mysona Byrska (red.), *Wolność i władza w życiu publicznym*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe PÁT.
- Nacher, A. (2016). *Media lokacyjne. Ukryte życie obrazów*. Kraków: WUJ.
- Rothstein, E., Muschamp, H., Marty, M. E. (2003). *Visions of Utopia*. New York: Oxford University Press.
- Smith, Glenn W. (2004). *The politics of deceit: saving freedom and democracy from extinction*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc.
- Turner, F. (2006). *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Wertheim, M. (1999). *The Pearly Gates of Cyberspace: A History of Space from Dante to the Internet*. New York: W. W. Norton.
- Wolton, D. (1999). *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sombras*. Madrid: Acento.

### The myth of the Internet's freedom of information

The text regards the freedom of information on the Internet, basing on the fact that it evolved to the level of mass media from a stage of a network dedicated to serving the academic purposes and promoting scientific knowledge.

In the effect of intensive development and massification it was commercialised and subjected to laws that apply to all mass media – including the need to regulate its content.

Meanwhile, the public expectations regarding the freedom of information which arose in the early years of the Internet have hardly changed: the myth of the free Internet is still widespread.

The text analyses the functioning of the mythology of the freedom of the Internet among its users. It also refers to the freedom of information on the Internet in the twenty-first century.

# Anna Dębowska

Uniwersytet Gdański

## Reżyseria: Robert Redford

Robert Redford znany jest przede wszystkim jako aktor. Zagrał – jak dotąd, bo przecież jego kariera jeszcze się nie skończyła – w 41 filmach, w znacznej części podpisanych przez znanych reżyserów, takich jak Arthur Penn, Tony Scott czy – zwłaszcza – Sydney Pollack, u którego zagrał aż siedem razy. Po sukcesie *Boso w parku* (1967, reż. Gene Saks) oraz *Butch Cassidy i Sundance Kid* (1969, reż. George Roy Hill) stał się gwiazdą Hollywood największego formatu, występując w całej serii hollywoodzkich przebojów filmowych, takich jak *Żądło* (1973, reż. George Roy Hill), *Trzy dni Kondora* (1975, reż. Sydney Pollack) czy *Pożegnanie z Afryką* (1985, reż. Sydney Pollack). Przystojny, niebieskooki blondyn o ujmującym uśmiechu, wysportowanej sylwetce, chłopięcym uroku, bez względu na charakter odgrywanej postaci miał po swojej stronie sympatię żeńskiej części widowni. Zawsze ubrany w sposób uwydatniający jego fizyczne walory: dzinsy, jasne koszule podkreślające niebieskie oczy i chłopięcą blond fryzurę.

Jednak pozycja gwiazdora i emploi złotego chłopca nigdy Redforda nie zadowalały. Wręcz powiedzieć można, że z nimi walczył, nie tylko poprzez artystyczne wybory – grywał też w filmach o dużym ciężarze gatunkowym, jak *Wszyscy ludzie prezydenta* (1976, reż. Alan J. Pakula) – lecz także poprzez działalność społeczną. To znany orędownik walki o prawa mniejszości (w tym Indian), ochronę środowiska czy też szeroko rozumianą wolność wypowiedzi, również artystycznej, czego zwieńczeniem jest założony przez niego Sundance Institute (i festiwal filmowy w Sundance – mekka kina niezależnego)<sup>1</sup>. Wybory dokonywane przez Redforda jako aktora, założyciela Sundance (producent) oraz reżysera wskazują, iż zawsze zajmowały go kwestie społeczne (Leonelli, 2007). Stosunkowo najmniej znany jest trzeci obszar filmowej działalności Redforda, a więc reżyseria. Masowa publiczność nie wie o tym nic, miłośnicy kina wymienią zapewne *Zaklinacza koni*

<sup>1</sup> Pod tym względem Redford nie jest wyjątkiem. Wśród znanych aktorów-aktywistów znajdziemy takie między innymi nazwiska, jak Marlon Brando, Jane Fonda, Leonardo DiCaprio, Pierce Brosnan, George Clooney i wiele innych.

(1998), może jeszcze *Zwyczajnych ludzi* (1980), pierwszy reżyserowany przez tego aktora film, który od razu przyniósł mu statuetkę Oscara. Redfordem-reżyserem niespecjalnie interesują się też akademicy. Poświęcone mu prace da się policzyć na palcach jednej ręki. Daniel Kothenschulte w książce *Nachbesserungen am amerikanischen Traum: Der Regisseur Robert Redford* (2001) w syntetycznej formie omawia reżyserski dorobek Redforda z lat 1980-2000. Thomas Jeier w *Robert Redford seine Filme – seine Leben* (1994a) poświęca jego reżyserii zaledwie 10 stron. Szczęśliwie rehabilituje się jednak w kolejnym opracowaniu: *Robert Redford. Superstar und Filmmacher* (1994b), poświęcając filmom reżyserowanym przez aktora wiele miejsca. Po drugiej stronie Atlantyku powstało kilka biografii Redforda, które w podobny sposób traktują jego życie i twórczość (opis kariery i wątki biograficzne przeplatają się z dokonaniem aktorsko-reżyserskimi), ale żadna z tych pozycji nie jest rozprawą naukową (Clinch, 1989; Downing, 1982; River, 2014; Schell, Quirk, 2006), to książki o charakterze popularnym. Wyjątek stanowi opracowanie Elisy Leonelli z 2007 roku, *Robert Redford and the American West: A Critical Essay*, gdzie autorka koncentruje się przede wszystkim na tych pozycjach w dorobku Redforda jako aktora i reżysera, które odnoszą się do amerykańskiej (farmerskiej i kowbojskiej) tradycji i tożsamości. W Polsce ukazała się tylko biografia autorstwa Michaela Feeneya Callana (2011) oraz kilka poważniejszych artykułów (w tym wywiady), zaledwie delikatnie dotykających kwestii reżyserii Redforda (Chaciński, 2007; Hollender, 2013; Pasternak, 2016; Starzec, 2008). Oczywiście nie należy pomijać lepszych i gorszych recenzji filmów wyreżyserowanych przez aktora; z racji swojej funkcji naukowymi jednak nie są i być nie mogą. Tymczasem w latach 1980-2012 Redford wyreżyserował dziewięć filmów, które zarobiły na czysto ponad 100 milionów dolarów, zdobyły też wiele prestiżowych nagród i nominacji, między innymi takich jak:

1. Oscary – najlepszy film (trzykrotnie), najlepszy reżyser (dwukrotnie), najlepsza drugoplanowa rola męska (dwukrotnie), najlepszy scenariusz adaptowany (trzykrotnie), najlepsza aktorka, najlepsza muzyka, najlepsza piosenka, zdjęcia;
2. Złote Globy – najlepsza reżyseria (czterokrotnie), najlepsza aktorka dramatyczna, najlepszy aktor drugoplanowy (trzykrotnie), odkrycie roku – aktor, najlepszy dramat (dwukrotnie), najlepszy aktor dramatyczny, najlepszy scenariusz (dwukrotnie);
3. BAFTA – najlepszy pierwszoplanowy debiut aktorski, najlepszy scenariusz adaptowany, najlepszy film, najlepszy aktor drugoplanowy.

Dodatkowo Redford zdobył także Nagrodę Stowarzyszenia Reżyserów Amerykańskich, nagrodę na Międzynarodowym Festiwalu Filmów Fabularnych w Wenecji: Giovanni Giurati del Vittorio Veneto Film Festival Award oraz Open Prize, Kennedy Center Honors, Nagrodę im. Cecila B. DeMille'a, Nagrodę Gildii Aktorów Ekranowych, nagrodę Stowarzyszenia Nowojorskich Krytyków Filmowych, Nagrodę Gotham.

Niezły zestaw, którego mogliby Redfordowi pozazdrościć dużo bardziej uznani twórcy. W świetle tego wszystkiego fakt, że Redford-reżyser pozostaje właściwie nieznanym, musi budzić zdumienie. Powstaje więc pytanie, czy – sięgając do starej nomenklatury stworzonej dawniej przez „młodoturków” z Cahiers du Cinéma (por. Haltof, 2001; Helman, 2007; Hendrykowski, 1992; Lubelski, 2000) – Redford jest jedynie mniej lub bardziej (w zależności od filmu) sprawnym rzemieślnikiem reżyserii czy też autorem mającym indywidualny, rozpoznawalny charakter pisma, przekazującym własną, integralną wizję świata. Moim zdaniem – zdecydowanie to drugie. Dziewięć wyreżyserowanych przez niego filmów – przy ich różnorodności – łączy przede wszystkim wyrazista wspólnota wartości.

W warstwie aksjologicznej filmy Redforda noszą w sposób ewidentny znamiona dziedzictwa burzliwych lat sześćdziesiątych, czasów, gdy Redford wkraczał w wiek dojrzały, a o znaczeniu których mówił zresztą tak:

[...] bliżej mi do politycznych aktywistów lat sześćdziesiątych. Zresztą moje zainteresowanie polityką zaczęło się właśnie wtedy. Najpierw była młodzieńcza fascynacja wynikająca z troski o środowisko. Ameryka to naprawdę piękny kraj, pełen dzikiej przyrody, wielkich przestrzeni. W latach sześćdziesiątych uświadomiliśmy sobie, że firmy zajmujące się produkcją węgla i ropy na skutek nieprzestrzegania norm ekologicznych zaczęły zatruwać te dziewicze tereny. Wtedy po raz pierwszy się zaangażowałem w protest przeciwko temu, co dzieje się z naturą i środowiskiem (Ziębiński, 2012).

Dziedzictwo lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, najbardziej zaangażowanego społecznie okresu w historii kina amerykańskiego, zostało u Redforda uzupełnione o nutę nostalgii za mityczną krainą Ameryki farmerskiej, a także o wiarę w system demokracji liberalnej opartej na praworządności oraz wolności słowa.

## Dziewięć filmów, trzy okresy

W tysiąc dziewięćset osiemdziesiątym roku Robert Redford kręci swój pierwszy film, za który od razu otrzymuje Oscara<sup>2</sup>. Pierwsze dzieło debiutującego w roli reżysera aktora zostało wyprodukowane przez Paramount Pictures (producent Barry Diller); koszt realizacji oszacowano na sześć milionów dolarów, a *Zwyczajni ludzie* zarobili 115 milionów dolarów (Callan, 2011) i zostali bardzo dobrze przyjęci przez publiczność i krytykę. Według portalu Rotten Tomatoes film podobał się 88% widzów, a 93% recenzji było pozytywnych<sup>3</sup>. Twórczość reżyserską Redforda można podzielić na trzy okresy. Najwcześniejszy z nich, który nazwałabym poszukującym,

<sup>2</sup> Film zdobył między innymi sześć nominacji do Oscarów (w tym za reżyserię), cztery Złote Globy (w tym za reżyserię) i trzy nominacje, a także jedną nagrodę BAFTA.

<sup>3</sup> Rotten Tomatoes. <https://www.rottentomatoes.com/> (dostęp: 10.12.2016). Portal Rotten Tomatoes powstał w roku 1998, więc dane dotyczące filmów zrealizowanych przed tą datą odzwierciedlają, zwłaszcza jeśli chodzi o reakcję publiczności, raczej długie trwanie filmów, możliwe dzięki telewizji, DVD oraz streamingowi. Niemniej dostarczają one informacji o popularności, jaką się cieszy dany tytuł (por. Skopal, 2007, Gwóźdź, 2008).

obejmuje *Zwyczajnych ludzi* (1980) i *Fasolową wojnę* (1988). Reżyser poszukuje tu swojej drogi, charakterystycznego dla siebie podpisu. Oba filmy na pierwszy rzut oka są skrajnie różne. Pierwszy z nich to opowieść o rodzinie próbującej prowadzić normalne życie po traumie, jaką była śmierć starszego syna. Zarazem jest to portret typowej amerykańskiej rodziny z klasy średniej, w której do rangi świętości podniesiona została zasada „keep smiling”. Jak pisze Vincent Canby:

Rodzina Jarrettów jest nie tylko zwyczajna, ale również miła. Jarrettowie noszą odpowiednie ubrania, czytają odpowiednie książki, spożywają odpowiednie posiłki, a niewłaściwe zachowanie maskują dyskretnie. Włożyli ogrom pracy w samokontrolę, zarówno w zaciszu własnego domu, jak i na zewnątrz w relacjach z przyjaciółmi i osobami nieznanymi. Problem polega na tym, iż takie bycie miłym i kontrola nie są w stanie zamaskować lęku, gniewu i ran, gdy wszystko rozpada się na kawałki (Canby, 1980).

Jarrettowie są sztampowi i trywialni w braku komunikacji i prawdziwego zainteresowania drugim człowiekiem, nieumiejętności okazywania uczuć i zawziętym uznawaniu pozorów za prawdę, a prawdy za coś wstrętne zwyczajnego, co nie przystoi takim ludziom jak oni. Film opowiada o trudnej relacji młodszego syna z okaleczoną emocjonalnie matką i o stłamszonej relacji z ojcem znajdującym się pod wpływem matki oraz presją oczekiwań społecznych (społecznej poprawności).

Z kolei *Fasolowa wojna*, kolejny film Redforda, różni się od pierwszego tak bardzo, iż widz nieznający autorstwa obu obrazów mógłby z całą pewnością przypisać ich reżyserię dwóm różnym osobom. Książka, na podstawie której powstał, nosząca ten sam tytuł – *The Milagro Beanfield War* – liczy 500 stron. To panoramiczna powieść z 200 bohaterami, autorstwa Johna Nicholasa, opowiadająca o Nowym Meksyku i jego mieszkańcach<sup>4</sup>. Redforda urzekła swoją osobliwością polegającą na połączeniu magii z elementami dziedzictwa i historii Nowego Meksyku pokazanymi w opozycji do świata rządzonego przez korupcję i pieniądź. To historia walki dobra ze złem i Dawida z Goliatem, czyli bezwzględnego świata korporacji ze światem biednych ludzi, mieszkańców Doliny Milagro, pełnej kolorowych zjaw, aniołów, zabobonów i czarów-marów. Zdaniem Daniela Kothenschultego książka ukazuje konflikt pomiędzy tym, co naturalne, pierwotne, mające znamiona sztuki, a bezwzględnym, bezdusznym światem korporacji, w którym rządzi zysk (Kothenschulte, 2001). To powieść w stylu realizmu magicznego. Redforda zainspirowała twórczość Gabriela Garcíi Márqueza (który nawet spotkał się z reżyserem, by skonsultować charakter postaci), co miało nadać filmowi owej bajkowej realności (Kothenschulte, 2001). Interpretacja Redforda pokazuje jeszcze jedną opozycję: wiara w mity i życie duchowe przeciwstawiona zostaje płytkiemu konformizmowi lekceważącemu podstawowe wartości, takie jak przywiązanie do religii i ziemi ojców. Ważnym bohaterem filmu jest przyroda. Jej obecność zaznaczono dużo mocniej niż w pierwszym filmie Redforda. Wiatr wpływający na kolejność wydarzeń

<sup>4</sup> *Fasolowa wojna* przypomina nastrojem *Sto lat samotności*. Charakteryzuje się tą samą magią, niedopowiedzeniem, w zaskakujący sposób budującymi atmosferę opowiadania. Jednocześnie obie książki traktują o zagmatwanych losach człowieka, który staje przed dylematami i rozterkami.

to nie tylko zabieg narracyjny, lecz także oddzielna postać opowiadania. Odtąd Redford w każdym kolejnym filmie będzie nadawał przyrodzie znaczenie metaforyczno-narracyjne. *Fasolowa wojna* ma również ekologiczne przesłanie: bezmyślna eksploatacja ziemi może być dla ludzi zabójcza, stąd należy walczyć o zachowanie jej naturalnego charakteru w każdym wymiarze: przyrodniczym, historycznym, mitologicznym. Można przyjąć, iż od *Fasolowej wojny* estetyka filmów Redforda zostaje jasno określona, znać w nich dążenie do rajskiej jedności życia, mitów i przyrody. Brzmi to trochę naiwnie, ale konsekwencja, z jaką reżyser w każdym kolejnym obrazie trzyma się tego kodu, zasługuje na szacunek. Warto zaznaczyć, że film, choć źle przyjęty przez publiczność i krytykę<sup>5</sup>, przyniósł Redfordowi kolejnego Oscara – za muzykę.

Drugi etap reżyserskiego rozwoju Redforda trwa, podobnie jak pierwszy, około 10 lat (1990-2000), ale obfituje w większą liczbę zrealizowanych obrazów. Powstają aż cztery filmy. Ten okres otwiera *Rzeka życia* (1992), a zamyka *Nazywał się Bagger Vance* (2000). Pomiędzy nimi Redford kręci jeszcze *Quiz Show* (1994) i *Zaklinacz koni* (1998). Ten etap nazwałabym malarskim. Każdy z wymienionych filmów charakteryzuje się olbrzymią dbałością o wizualną stronę opowiadania. Ani wcześniejsze, ani późniejsze filmy Redforda nie są tak plastyczne.

*Rzeka życia* to kolejny obraz, który nakręcono na podstawie książki o tym samym tytule (*A River Runs Through It*). Autorem powieści jest Norman Maclean. To swego rodzaju autobiografia napisana już po przejściu autora (profesora literatury) na emeryturę. Historia dotyczy wydarzeń z początku XX wieku, które mają miejsce w Montanie, w miasteczku położonym w dolinie rzeki Big Blackfoot. Małżeństwo Macleanów (Brenda Blethyn i Tom Skerritt) wychowuje dwóch synów: Normana (Craig Sheffer) i Paula (Brad Pitt). Norman-narrator powieści zaczyna ją, kiedy on i jego brat są małymi chłopcami. Centralne miejsce zajmuje w niej postać formalnie drugoplanowa, właśnie Paul – przeciwnik rasizmu i dyskryminacji Indian, ujmujący się też za wykorzystywanymi robotnikami (jest zwolennikiem wartości nazywanych dziś lewicowymi, zapewne mocno kontrowersyjnych w tamtym konserwatywnym, małomiasteczkowym środowisku). To też opowieść o pięknie, jakiego doświadczał Norman w obecności brata, patrząc, jak łowi ryby, tańczy czy opowiada rodzicom zmyślane historie dziennikarskie.

Kolejny film tego okresu to wielokrotnie nominowany do prestiżowych nagród i doceniony przez widzów i krytyków<sup>6</sup> *Quiz Show*, który nakręcono na podstawie książki Richarda Goodwina *Remembering America: A Voice from Sixties* opowiadającej o skandalu, jaki wybuchł w latach pięćdziesiątych w telewizji NBC w związ-

<sup>5</sup> Według informacji zawartych na portalu Rotten Tomatoes 41% krytyków nie dostrzegło w *Fasolowej wojnie* niczego pozytywnego, a 35% widzów wyszło z kina rozczarowanych. Rotten Tomatoes. <https://www.rottentomatoes.com/> (dostęp: 15.03.2016). Wśród krytykujących film znaleźli się między innymi Roger Ebert i Daniel Howe.

<sup>6</sup> *Quiz Show* był nominowany do Oscara i Złotych Globach w czterech kategoriach oraz w trzech do nagrody BAFTA, choć nie zdobył żadnej statuetki. Obraz został jednak bardzo dobrze przyjęty przez krytykę i publiczność; warto zaznaczyć wysokie oceny na Rotten Tomatoes: 96% ocen pozytywnych u czołowych krytyków i 87% zadowolonych widzów.



ku z ustawianymi wynikami popularnych teleturniejów (między innymi *Twenty One*). Tym razem reżyser nie tylko przenosi na ekran subiektywną relację narratora książki, lecz także mierzy się z tematem będącym kiedyś przedmiotem dochodzenia Podkomisji Kongresu ds. Nadzoru Prawnego. Bohaterowie filmu wzorowani są na rzeczywistych ludziach, którzy brali udział w wydarzeniach tamtych dni i ponieśli konsekwencje zaangażowania w skandal i dochodzenie. Skandal dotyka przede wszystkim należącej do elity kulturalnej kraju rodziny Van Dorenów. Jej przedstawiciel Charles Van Doren, cieszący się powszechnym szacunkiem wykładowca, publicznie przyznaje się do udziału w oszustwie, konsekwencją czego jest wydalenie go z uczelni. To cios dla jego ojca, który pracę naukową na uniwersytecie uważał nie tylko za największą życiową wartość, lecz także za przekazywaną z pokolenia na pokolenie tradycję rodzinną. *Quiz Show* stwarza okazję do refleksji nad takimi ważnymi dla reżysera kwestiami, jak relacja między ojcem i synem, wolność wyboru, rola mediów w systemie demokratycznym czy męska przyjaźń.

Następny film to *Zaklinacz koni*. Po raz pierwszy Redford występuje w potrójnej roli: reżysera, odtwórcy głównej roli oraz producenta. Na warsztat zaś bierze bestseller, cieszący się ogromną popularnością powieściowy melodramat. Autorstwo Nicholasa Evansa, wydawałoby się, w sposób naturalny narzucił filmowi określoną atmosferę i charakter. Stało się jednak inaczej, Redford stworzył własną wizję. Jak wskazał James Berardinelli:

Założeniem powieści *Zaklinacz koni* Nicholasa Evansa było stworzenie zmysłowej opery mydlanej, które to założenie Robert Redford mądrze postanowił zignorować. Redford znalazł własny, wizualnie wymowny sposób, aby przekształcić typowy produkt komercyjny w efektowną panoramę dowodzącą miłosnego zauroczenia krajobrazem Montany, na tle którego rozwija się piękny film. Co *Zaklinacz koni* traci z literackiego romansu, to zyskuje na solidnych wartościach i głębokim szacunku dla natury, które Redford przedstawia w skrajnie ryzykownej długości. Jedyнным wytłumaczeniem dwóch godzin i 44 minut projekcji jest to, że oddaje ona bezkompromisowego ducha i spokojny ton przedstawianego świata. Dowodem na to, że Redford stał się przede wszystkim reżyserem, który dodatkowo para się również aktorstwem, może być gwałtowna sekwencja początkowa. Evans napisał ją w konwencji montażu równoległego, który łatwo można sobie wyobrazić na ekranie, ale Redford nadał jej o wiele większą i subtelniejszą intensywność. [...] Serce i dusza tego westernowego rajy ożywają na ekranie (Berardinelli, 1998).

Ponadto reżyser skoncentrował się na tym, co z jego punktu widzenia było w książce najciekawsze: „Tym, co mnie w powieści interesuje najbardziej, jest uleczenie i odnalezienie siebie. Kwestia odnalezienia siebie najbardziej interesuje mnie w kontekście postaci Annie” (Kothenschulte, 2001, s. 122). Ale w *Zaklinaczu koni* widzimy również ciekawie sportretowaną, burzliwą relację matki i córki, dyskretną, subtelnie opowiedzianą historię miłości, która musi przegrać z odpowiedzialnością za rodzinę, opowieść o poszukiwaniu samego siebie, refleksję nad stratą i jej

metafizycznym znaczeniem, a wreszcie sugestywne przeciwstawienie miasta i wsi jako diametralnie różnych form doświadczania czasu (Barzowski, 2014).

Ostatni z filmów w dorobku Redforda, które nazwałam malarskimi i które charakteryzowały się ową malowniczością, nostalgią i magicznością, nosi polski tytuł *Nazywał się Bagger Vance*. Przypomina on *Rzekę życia*, ale zgodnie z intencją reżysera miał być daleko bardziej filozoficzny, psychologiczny i duchowy niż wszystkie dotychczasowe. Film opowiada o zawodach golfowych, które mają tchnąć życie w podupadłe w czasie wielkiego kryzysu miasteczko, ale to tylko pretekst. W istocie to opowieść „o tym, że powinniśmy pamiętać, kim jesteśmy, i o naszej wspólnej wędrówce duchowej. [...] To wyznanie człowieka będące deklaracją wartości, którymi się kierujemy” (Callan, 2011, s. 407). Film powstał na podstawie książki *The Legend of Bagger Vance* autorstwa Stevena Pressfielda, który z kolei czerpał inspirację z mistycznej Mahabharaty. Główny bohater – Junuh (Matt Damon) – jest odpowiednikiem Ardzuny, który w imię pokoju i potępienia wojny rezygnuje z należnego mu królestwa, a „ponieważ w naszej kulturze wyrzekliśmy się mitów – mówi Redford – uznałem, że to dobry moment na taki film” (Callan, 2011, s. 407). Zależało mu na metaforyczności fabuły. Powstał jednak, moim zdaniem, najslabszy do tego momentu film, któremu daleko do pierwotnych filozoficzno-mitologicznych założeń. Wydaje się, że sam Redford ma tego świadomość, czego świadectwem mogą być następujące słowa:

Filmy ambitne, próbujące coś przekazać, są potrzebne. Oczywiście, pomysł nie zawsze idzie z dobrym wykonaniem. Porażki się zdarzają. Jednak samo podjęcie próby też jest ważne. Nie zawsze podnosiłem sobie w ten sposób poprzeczkę, ale gdy to robiłem, chodziło mi o pobudzenie siebie i widzów do innego myślenia. Obserwacja, komentarz, polemika – moim zdaniem to wszystko mieści się w nowoczesnym kinie (Callan, 2011, s. 407).

W malarskim okresie swojej twórczości Redford opowiadał historie z przeszłości, stosując retrospekcje i przywołując nostalgiczne wspomnienia. Wszystkie filmy z tego okresu są ekranizacjami książek, z których reżyser czerpał inspiracje, nigdy nie przenosząc ich na ekran wprost, ale wyciągając z nich najbardziej interesujące go wątki, z dużą dbałością o szczegóły wizualne „malując” filmy zgodnie ze swoją wrażliwością. Wszystkie malarskie filmy były wizualnymi hołdami złożonymi pięknu natury, sportu i ludzkiego ciała.

W trzecim etapie, który nazwałam społeczno-politycznym, przewagę zyskuje fotograficzny chłód. Ten okres obejmuje jak na razie trzy filmy: *Ukrytą strategię* (2007), *Spisek* (2011) i *Regułę milczenia* (2012). Każdy z nich jest otwartym atakiem na system społeczno-polityczny USA. Redford po latach malarskiej łagodności, wizualnej wrażliwości i sentymentalizmu dokonuje gwałtownej zmiany w sferze artystycznych wyborów. Kwestie społeczne zdecydowanie wychodzą na pierwszy plan, spychając z pola widzenia wysmakowane obrazy o nostalgiczno-magicznym charakterze. To najbardziej osobisty etap w twórczości Redforda i, niestety, najgorzej przyjęty przez krytyków i widzów. Trzy filmy z tego okresu znajdują

się na przeciwnym w stosunku do poprzednich biegunie wizualnej wrażliwości, a krąg poszukiwań reżysera poszerza się o wartości społeczne. Redford zadaje pytania o zaangażowanie i odpowiedzialność, a także o granice ingerencji państwa w życie jednostki.

Ten etap twórczości reżysera otwiera film zatytułowany w oryginale *Lions for Lambs*. Tytuł zawiera przesłanie, które niestety zupełnie gubi się w polskim tłumaczeniu (*Ukryta strategia*). Zwrot „lions for lambs” pochodzi z fragmentu rozmowy nauczyciela ze studentem, rozprawiających o moralnych aspektach zaangażowania w politykę, gdzie profesor stwierdza, iż w polityce często to „(głupie) owce prowadzą (odważne) lwy na rzeź”<sup>7</sup>. *Ukryta strategia* to niewątpliwie najslabszy z filmów reżyserowanych przez Redforda, ale z drugiej strony kto wie, czy nie jeden z najciekawszych. Jest właściwie pozbawiony akcji, jak również głównego bohatera. Składa się z trzech przeplatających się wątków. Oprócz wspomnianej już rozmowy profesora-idealisty Stephena Malleya (gra go sam Redford) ze studentem mamy jeszcze rozmowę polityka (Tom Cruise) usiłującego namówić znaną dziennikarkę (Meryl Streep), aby propagowała nową strategię prowadzenia wojny w Afganistanie, oraz wątek dwóch żołnierzy, byłych wychowanków profesora, którzy giną w tej wojnie z powodu zastosowania strategii Malleya. Polityk wydaje się tytułową owcą, a żołnierze – lwami. Postacie są jednak mało wyraziste od strony psychologicznej, przede wszystkim reprezentują bowiem pewne typy, a może nawet wyraziściej – problemy. Senator (Cruise) jest prawicowym, republikańskim politykiem, dziennikarka (Streep) uosabia tradycje liberalnej prasy, młody student to przedstawiciel nieco cynicznego, myślącego jedynie o własnej wygodzie pokolenia, a dwaj studenci/żołnierze to symbole zaangażowania.

Kino rzadko kiedy zyskuje na takim alegoryzowaniu postaci i ten film nie jest pod tym względem wyjątkiem. Z drugiej strony to ciekawy, zdecydowanie najbardziej polityczny film Redforda, przedstawiający jego pogląd na ważne sprawy społeczeństwa. Można powiedzieć, że idzie pod prąd reguł typowego filmu amerykańskiego, jest problemowy, publicystyczny, programowo nieefektywny. Ma niestandardowy metraż – 80 minut – bardziej stosowny dla produkcji niezależnych – oraz otwarte zakończenie. Zrezygnowano z przygodowo-rozrywkowej konwencji, koncentrując się na próbie spojrzenia na postawy i poglądy amerykańskiego społeczeństwa po 11 września 2001. Redford zadaje pytanie o podstawowe wartości takie jak ojczyzna, honor, patriotyzm, czyniąc ukłon w stronę ludzi, którzy kierują się w życiu niezłomnym kodeksem moralnym i którym bliskie jest dobro całej wspólnoty.

*Spisek (The Conspirator)* to drugi film z tej serii. Kolejny, w którym Redford pełni funkcje reżysera i producenta. Po raz pierwszy w swojej karierze reżyser realizuje dramat kostiumowy, opowiadając historię dziejącą się w dziewiętnastym wieku. Po raz pierwszy też nie adaptuje książki, podstawą tego dramatu sądowego czyniąc scenariusz oryginalny. Punkt wyjścia filmu to zamach na życie prezydenta

<sup>7</sup> Cytat z filmu *Ukryta strategia*.

Abrahama Lincolna. Organa ścigania szybko łapią spiskowców odpowiedzialnych za tę zbrodnię i w przyspieszonym trybie stawiają ich przed sądem wojskowym. Główna oskarżona to Mary Surrat, właścicielka pensjonatu, gdzie zbierali się spiskowcy, a zarazem matka jednego z nich, któremu jednak udało się zbiec. Sprawa jest precedensowa pod kilkoma względami. Po pierwsze, dotyczy zamachu na głowę państwa. Po drugie, morderstwo miało miejsce w czasie wojny, co sprawia, że oskarżeni mogą być sądzeni przez sąd wojskowy. Po trzecie, jedną z oskarżonych jest kobieta, której grozi śmierć przez powieszenie, co stanowi również precedens pod względem społecznym i prawnym. Śledzimy przebieg procesu Mary Surrat<sup>8</sup> (Robin Wright) i jednocześnie obserwujemy zmagania obrońcy Mary – Fredericka Aikena (James McAvoy), toczącego beznadziejną i z góry skazaną na przegraną walkę o to, aby proces przebiegał zgodnie z prawem, nie zaś wedle życzeń władzy politycznej. Fundamentalne pytanie brzmi: czy władza polityczna może w stanie wyższej konieczności łamać prawo? Ten film to wyznanie wiary w praworządność i konstytucję jako podstawy zdrowego życia publicznego.

Ostatnim – jak dotąd – filmem w dorobku reżyserskim jest *Reguła milczenia*. Filmem znamienym, bo licznym w podsumowania i refleksje. Opowiada historię statecznego prawnika, samotnie wychowującego małą córkę, który nagle musi zacząć się ukrywać. Dopada go bowiem historia z początku lat siedemdziesiątych, kiedy jako członek grupy terrorystycznej Weather Underground uczestniczył w napadzie na bank, w którym zginął strażnik. Od tamtego czasu ukrywał się pod przybranym nazwiskiem, teraz jednak, chcąc dowieść swojej niewinności, musi odszukać dawnych towarzyszy walki. W jednej ze scen bohater filmu, kiedyś młody idealista walczący przeciwko wojnie w Wietnamie, dziś dorosły realista, stwierdza: „dorosłem”, co wcale nie znaczy, że stracił wiarę w to, o co walczył za młodu, lecz spojrzął na świat bardziej dojrzałe. Wszystko, co do tej pory Redforda zajmowało, trapiło i budziło jego wątpliwości, znalazło swoje miejsce w tym obrazie. *Reguła milczenia* jak klamra domyka całą reżyserską twórczość Redforda, porządkuje nurtujące go kwestie. Film powstał na podstawie powieści Neila Gordona *The Company You Keep*, wydanej w 2003 roku, i jest manifestacją poglądów reżysera na czas kontestacji w USA. Zdaniem recenzenta magazynu „Rolling Stone”, „Redforda jako aktora i reżysera zainteresowała erozja idealizmu lat sześćdziesiątych” (Travers, 2013). Film to potwierdzenie głęboko zakorzenionego w Redfordzie sentymentu do lat kontestacji i przyświecających jej haseł.

## Charakter pisma

Filmy Redforda powstawały na przestrzeni 30 lat, w niezwykle ważnym i charakterystycznym okresie kina amerykańskiego. Kiedy Redford zaczynał reżyserować, triumfy święciło Kino Nowej Przygody, które niebywale zwiększyło widowi-

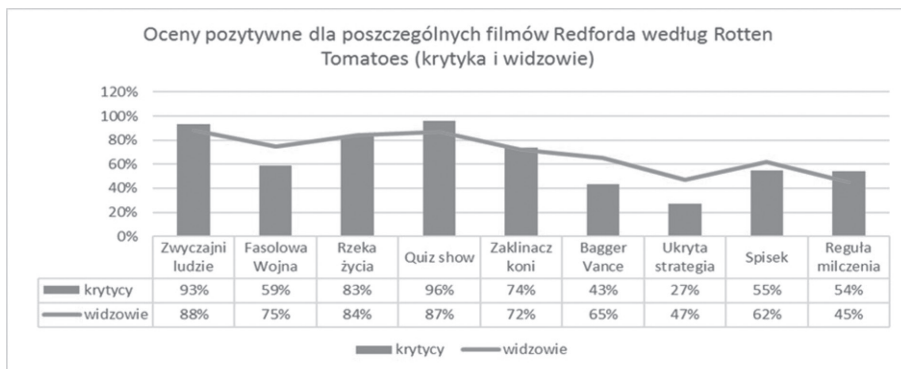
<sup>8</sup> Mary Elizabeth Eugenia Jenkins Surratt (1823–7.07.1865) – pierwsza kobieta skazana na karę śmierci przez rząd federalny Stanów Zjednoczonych. Oskarżona i uznana za winną za udział w spisku, który doprowadził do zabójstwa prezydenta Abrahama Lincolna. Egzekucję wykonano przez powieszenie. <http://www.biography.com/people/mary-surratt-9499375> (dostęp: 1.11.2016).

skowość filmów fabularnych, a zarazem zapoczątkowało do dziś trwającą modę na rozmaite odmiany fantastyki (por. Szyłak, 2011). Początek lat dziewięćdziesiątych, kiedy Redford kręci między innymi *Rzekę życia* (1992) czy *Quiz Show* (1994), to okres wielkiej popularności kina postmodernistycznego spod znaku Davida Lyncha, braci Coen czy Quentina Tarantino (Holmlund, 2008; Lewicki, 2007). Koniec lat dziewięćdziesiątych, gdy powstaje *Zaklinacz koni*, to okres filmów-łamiągówek, jak *Piękny umysł* (2001, reż. Ron Howard), *Matrix* (1999, reż. siostry Wachowskie) czy *Memento* (2000, reż. Christopher Nolan) (Buckland, 2009; Elsaesser, 2009; Mirski, 2014; Syska, 2014; Szczekała, 2014). Przez cały ten czas triumfy odnoszą komedie romantyczne w rodzaju *Pretty Woman* (1990, reż. Garry Marshall) czy *Bezsenności w Seattle* (1993, reż. Nora Ephron) (Holmlund, 2008). Końcówka pierwszej dekady XXI wieku, gdy powstają *Ukryta strategia* czy *Reguła milczenia*, to między innymi okres wielkiej popularności produkcji inspirowanych komiksami, jak *Sin City* (2005, reż. Frank Miller, Robert Rodriguez, Quentin Tarantino) czy filmów Marvela. Estetyka filmów fabularnych głównego nurtu w tym okresie ulega gwałtownym przeobrażeniom, stają się szybsze, dynamiczniejsze, bardziej widowiskowe niż te choćby z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, gdy największe triumfy odnosił Redford jako aktor (por. Bordwell, 2006; Lewis, 2001). Timothy Corrigan wskazuje, że:

Dynamiczne zmiany, jakim podlega amerykańskie społeczeństwo po 2000 roku, odzwierciedla amerykańska kinematografia, pełna nowej (innej rodzajowo) przemocy, obrazów rzeczywistości społecznej wypełnionej technologią, które informują o nadejściu nowego Millenium. Począwszy od *Władcy Pierścieni* (2001, 2002, 2003, reż. Peter Jackson) poprzez filmy z serii *Piraci z Karaibów* (2003, 2006, 2007, reż. Gore Verbinski) hity kinowe gubią granicę gatunkowości, przekształcając się w seriale pełne czarów i potworów [...], a ludzie zmieniają się w animowane figury z komiksów w technologii 3D (Corrigan, 2012, s. 11).

Z powyższego widać wyraźnie, jak dalece filmy Redforda nie wpisywały się w obowiązujące kanony i trendy. Reżyser konsekwentnie podążał ścieżką reżyserii klasycznej, z tradycyjnie prowadzoną narracją oraz standardowym wykorzystaniem środków filmowych. Nie będzie przesadą stwierdzenie, iż im bardziej kino stawało się szybkie, dziwne, niezrozumiałe, tym bardziej filmy Redforda zwalniały tempo, koncentrowały się na świecie rzeczywistym i sprawach normalnych ludzi. Reżyser płacił jednak za to wysoką cenę. Podczas statystycznej analizy jego dorobku warto zwrócić uwagę na pewną tendencję. Otóż każdy kolejny film spotykał się z coraz mniejszą przychylnością widzów i krytyków. Tendencję tę obrazuje poniższa tabela:

Widać, że Redford, uparcie trwając przy raz przyjętej reżyserkiej formule oraz koncentrując się na bliskich sobie tematach, coraz bardziej oddala się od oczekiwania publiczności, a proponowane przezeń kino staje się coraz mniej atrakcyjne dla widza.



Redford – reprezentant Pokolenia '68 – w pełni realizuje założenia kontestacji. W jego filmach zawsze pobrzmiewały echa tamtych dni, a ostatni etap twórczości reżysera bezpośrednio nawiązuje do wydarzeń mających miejsce w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych (*Ukryta strategia*, *Reguła milczenia*). Redford w swoich artystycznych wyborach jest bardzo mocno zakorzeniony w klimacie duchowym tamtych czasów. Reżyser – zgodnie z stwierdzeniem: „Celem człowieka i społeczeństwa powinna być ludzka wolność – nie popularność wśród innych, ale odnalezienie znaczenia i prawdy we własnym życiu”<sup>9</sup> – uważa nagrody za ważne, ale mniej istotne w zderzeniu z nurtującymi go kwestiami. Szczegółowa analiza każdego z dziewięciu filmów pozwala na syntetyczne wyodrębnienie obszarów, które stanowią oś zainteresowań reżysera. Redford szczególną uwagę poświęca: rodzinie (w kontekście przynależności), procesowi dojrzewania i samorozwoju (w kontekście poszukiwania własnej tożsamości), równości i wolności (szeroko rozumianym), braterstwu (w kontekście komunikacji z drugim człowiekiem), pięknu człowieka (fizycznemu i duchowemu) i pięknu otaczającej go przyrody (ekologia), polityce (w kontekście zaangażowania społecznego) i filarom liberalnej demokracji: praworządności i wolności słowa (mass media). Wszystkie z wymienionych wartości są rozpatrywane w wielu kontekstach, na odrębnych płaszczyznach i z całkiem różnych perspektyw.

**Rodzina** jest pokazana przez Redforda przede wszystkim w kontekście komunikacji między jej członkami. Brak tej komunikacji oraz wynikająca stąd nieumiejętność pomocy tym, których kochamy, nurtuje reżysera tak mocno, że relacje pomiędzy rodzicami i dziećmi, ze szczególnym uwzględnieniem relacji ojciec–syn (*Zwyczajni ludzie*, *Quiz Show*, *Rzeka życia*, *Nazywał się Bagger Vance*), a w drugiej kolejności matka–dziecko (syn/córka): *Zwyczajni ludzie*, *Zaklinacz koni*, *Spisek* – są tematem zaznaczonym w sześciu z dziewięciu filmów reżysera.

<sup>9</sup> Jeden z najważniejszych dokumentów lat sześćdziesiątych, *Oświadczenie z Port Huron*. Cyt. za: Przyłipiak, 2013, s. 71.



**Rozwój, samorealizacja** to integralna część filozofii lat sześćdziesiątych. Proces dojrzewania w kontekście poszukiwania własnej tożsamości stanowi również ważny element twórczości Redforda i występuje we wszystkich dziewięciu filmach reżysera. Poszukiwanie i odnajdywanie siebie może przybierać różne postacie. Bohaterowie przechodzą jakąś tragedię (śmierć lub utrata osoby bliskiej) albo biorą aktywny udział w zdarzeniu, które zmienia ich poglądy, albo po prostu są świadkami wydarzeń/wypadków, wprawdzie nie dotykających ich bezpośrednio, ale angażujących na tyle mocno, aby odcisnąć piętno na dalszym życiu postaci.

**Braterstwo** dla reżysera ściśle wiąże się z odpowiedzialnością i lojalnością, a podstawą tych wartości jest umiejętność komunikacji z drugim człowiekiem. Kwestia zaufania drugiej osobie występuje w każdym z analizowanych filmów, choć w różnym nasileniu i w różnych konfiguracjach. W *Fasolowej wojnie* mamy przyjaźń starsuszków, pełną ciepła i uszczypliwej złośliwości. Z kolei w *Rzeczach życia* Redford maluje portret przyjaźni braterskiej podszytej rywalizacją i walką o dominację. Można założyć, iż pomimo braku więzi krwi taka sama relacja łączy Charlesa i Goodwina w *Quiz Show*. Dużo uwagi poświęca Redford relacji starszego mentora z młodszym podopiecznym, gdzie zestawia przyjaźń z elementami ojcowskiego wsparcia, choć każda z tych znajomości ma inny charakter. Takie braterskie powiązanie reżyser analizuje w aż czterech swoich filmach: w *Zwyczajnych ludziach*, *Zaklinaczu koni*, *Nazywał się Bagger Vance*, *Ukrytej strategii*.

**Wolność** (równość) jest często odmienniana w filmach Redforda. Wszystkie jej rodzaje interesują reżysera, począwszy od wolności jednostki (której konsekwencja to równość – sprzeciw wobec rasizmu i dyskryminacji), poprzez wolność słowa (prasy), wolności wynikające z konstytucji (prawo do obrony), a skończywszy na wolności wyboru (zaangażowanie społeczne, polityczne). Orędownikami wszelkich wolności w filmach Redforda są idealisci, samotni w swojej walce (bohater kontestacyjny), często skazani na porażkę. Znakiem rozpoznawczym jest brak zakorzenienia Redfordowskich bohaterów, przy czym ów brak korzeni rozumiemy zarówno fizycznie (brak domu, ciągła wędrówka), jak i psychologicznie (niezależność emocjonalna, wolność samodecydowania). Swoboda, jaką daje brak korzeni, jest dla Redfordowskich bohaterów wartością nadrzędną. Wprawdzie Konrad Klejsa (2008) zaznacza, iż kontestacyjnego bohatera charakteryzuje ucieczka lub rezygnacja, ale w przypadku Redforda i jego bohaterów ów kontestacyjny bunt charakteryzuje się postawą waleczną, a nie bierną.

**Wolność słowa i praworządność** to filary społeczeństwa liberalnego. Słowo to potężny oręż, może zabić, ale może również dać nadzieję. Dlatego ważne, kto i w jakim celu go używa, lecz najistotniejsze jest prawo do swobodnego i rzetelnego korzystania z wolności wypowiedzi. Redforda szczególnie w tym kontekście interesuje temat jej nadużycia. W *Quiz Show* pada pytanie o rzetelność telewizji (jak również suwerenność organów sądowniczych). Bohaterowie Redforda niekonięcznie walczą o te wartości; czasami się im sprzeniewierzają albo też są wystawieni na pokusy. Wolność interesuje Redforda przede wszystkim w kontekście dwóch zawodów – dziennikarza (mass media) i prawnika – mających wpływ na kształtowanie

opinii i stosunków społecznych. Dlatego tak ważne jest, kto otrzymuje mandat do wykonywania tych zawodów. W każdym z jego filmów zawsze pojawia się prawnik lub dziennikarz, a niekiedy obydwaj.

**Piękno** Redford dostrzega wokół siebie i składa mu hołd w sześciu z dziewięciu swoich filmów. Proces plastycznego postrzegania rzeczywistości jest dla niego bardzo charakterystyczny dla zarówno w warstwie wizualnej, jak i tematycznej. Kwintesencję harmonii stanowi dla reżysera przyroda, której poświęca czas i uwagę, fotografując ją często, długimi, wysmakowanymi ujęciami. Przyroda stanowi odrębnego bohatera opowiadanej historii. Tak jest w *Fasolowej wojnie* (wiatr nadaje opowiadaniu rytm i wyznacza jego kierunek), w *Zaklinaczu koni* (majestatyczne i niewzruszone góry Montany wraz ze zmieniającymi się porami roku determinują życie mieszkańców rancza), w *Rzeczce życia* (rzeka to metafora życia, które płynie wolno lub spada kaskadami wodospadów, czasem skręca gwałtownie, aby za chwilę zaskakiwać łagodnością i leniwym spokojem), w *Nazywał się Bagger Vance* (pole golfowe to żywy organizm i należy się w niego wsłuchać, aby dzięki symbiozie z wilgocią trawy, siłą wiatru i intensywnością promieni słonecznych poczuć siłę drzemiącą w otaczającym nas świecie, którego jesteśmy integralną częścią). Ta nierozzerwalna więź człowieka z przyrodą, jego zależność od niej, to bezpośrednie odwołanie do postulatów zjednoczenia z naturą pokolenia lat sześćdziesiątych.

**Polityka** interesuje Redforda w kontekście społecznego zaangażowania w życie kraju. „Polityka mnie wciąż fascynuje – mówi wielki hollywoodzki gwiazdor. – W dodatku należę do pokolenia, które nigdy się od niej nie uwolni, w młodości przesiąkliśmy nią na wylot” (Ziębiński, 2012). Konrad Klejsa (2008) dzielił kontestację lat sześćdziesiątych na obyczajową i walczącą. Obyczajowa (kojarzona z ruchem hipisowskim) koncentrowała się na jednostce i jej rozwoju indywidualnym, podczas gdy walcząca miała bardzo silne zabarwienie polityczne. Redfordowi zdecydowanie bliżej do tej drugiej kategorii. Bohaterowie trzech ostatnich filmów reżysera są zaangażowani w politykę, a część z nich musi dokonać wyboru, choć najchętniej stałaby obok.

Wszystkie wymienione główne tematy reżyserskich zainteresowań Redforda są przedstawione w pewnej charakterystycznej dla twórcy konwencji stylistycznej. One nadają jego obrazom ów niepowtarzalny, charakterystyczny rys, który obok tematyki stanowi o wyjątkowości reżysera. Oto one:

**Odrębność** cechuje wszystkie obrazy Redforda-reżysera. Pozostają one poza nurtem kina rozrywkowego, często ich odmiennosc tematyczno-wizualna sytuuje je na marginesach głównego nurtu. Redford nie eksperymentuje, ale też nie tworzy blockbusterów. Jego filmy można zakwalifikować do bardzo pojemnego i nieokreślonego gatunku dramatów obyczajowych albo też rozmytych hybryd gatunkowych: połączenia melodramatu z westernem ekologicznym (*Zaklinacz koni*), filmu kostiumowego z dramatem sądowym (*Spisek*), thriller politycznego z filmem gatunku „fugitive” (*Reguła milczenia*). *Fasolowa wojna* jest opisywana jako komediodramat albo film obyczajowy.

**Wielowarstwowość i wielowątkowość** (problem ze zdefiniowaniem głównego bohatera). W każdym z omawianych filmów pierwsze wrażenie sugeruje, jakoby bohater opowiadania był jeden, ściśle określony. Jednak w miarę rozwoju akcji dostrzegamy, iż w istocie jest ich kilku, a akcja filmu toczy się wielowątkowo. Pod powierzchnią głównej historii toczą się wydarzenia, które są ważniejsze od pierwotnego opowiadania. Redford (sam gwiazdor filmowy) stroni od określenia pierwszoplanowej postaci – stąd bohaterowie, wydawaliby się, pierwszoplanowi, często okazują się drugoplanowi<sup>10</sup>.

**Brak jednoznacznych postaw moralnych.** Reżyser nie ocenia swoich bohaterów. Stara się pokazywać problem z różnych punktów widzenia, co powoduje trudności w jednoznacznej ocenie postaci. Lubimy ich, choć powinniśmy potępiać (Paul z *Rzeki życia*, Charles z *Quiz Show*). Nie utożsamiamy się z wyborami bohaterów, ale próbujemy je zrozumieć (postępowanie Annie z *Zaklinacza koni*, Jima z *Reguły milczenia*). Redford często ukazuje nie całkiem dobre cechy pozytywnych bohaterów (na przykład prawnik z *Quiz Show* w pewnym momencie sam zaczyna manipulować), a także wyposaża w racje bohaterów w zasadzie negatywnych: Beth ze *Zwyczajnych ludzi* w istocie sama to ofiara konwenansów i systemu społecznego lat pięćdziesiątych USA. Oszust Samuel z *Quiz Show*, którego potępiamy, z godną podziwu determinacją dąży do ujawnieniu prawdy o teleturnieju (choć dyskusyjna jest jego motywacja). Mary Surrat ze *Spisku* wzbudza sympatię widza swoją bezkompromisowością, ale jednocześnie wiemy, że pośrednio była zaangażowana w spisek, w wyniku którego zginął Lincoln. A Jim i jego przyjaciele z *Reguły milczenia*, sympatyczni i kulturalni ludzie, dziś stateczni obywatele, byli członkami organizacji terrorystycznej. Redford wyposaża swoich bohaterów w wyraziste rysy, a następnie dodaje „ale”, po którym widz traci komfort poznawczy i dostrzega złożoność ludzkich losów.

**Magiczność.** Wiara w to, co nie do końca określone, a wynikające z mitów, wierzeń, tradycji i historii, owa magiczność, to kolejny znak firmowy Redforda. W *Fasolowej wojnie* i *Nazywał się Bagger Vance* bohaterowie rozmawiają z postaciami, których nie widać (duchy, anioły), ale które mają wpływ na ich życie. Nieprzypadkowo Toma Bakera nazywano zaklinaczem koni – porusza się na granicy dwóch światów: ludzi i zwierząt, rozumie mowę koni. W *Rzece życia* Paul łowi pstrągi w niespotykany sposób, chłopak ewidentnie ma dar. Tutaj magiczne są miejsca, w których łapie ryby, a on sam, wkomponowany w piękną przyrodę, jest jak magik z wędką zamiast różdżki.

**Nostalgia.** Tęsknota za czymś nieuchwytnym jest absolutnie znakiem rozpoznawczym filmów Redforda. Maria Kornatowska, komentując filmy amerykańskie z połowy lat dziewięćdziesiątych, zauważa:

Nostalgia – to słowo z romantycznego słownika przywodzące na myśl zapach zwiędłych liści i jesiennych mgieł – stało się ostatnimi czasy niezwykle modne. Nostalgiczna piosenka, nostalgiczna moda, nostalgiczne kino. [...]

<sup>10</sup> Przykładem tego zjawiska może być pierwszy film Redforda, *Zwyczajni ludzie*, za który Timothy Hutton otrzymał nagrody i za najlepszą rolę pierwszoplanową, i za najlepszą rolę drugoplanową.

Nostalgia przeszłości stanowi zatem rodzaj wyzwania rzuconego dniom dzisiejszym. Próbę zaprzeczenia nim. W imię czegoś bardzo nieokreślonego zresztą – kruchej urody minionego czasu, nastroju chwili, której kształt zatrzymała się w czyjejs pamięci, przypomnienia świata zewnętrznego, świata tak bliskiego jeszcze, a tak już dalekiego. Jest to więc sprzeciw emocjonalny, nieoparty na ogół argumentami natury racjonalnej. Wyraz zniechęcenia i rozczarowania w stosunku do teraźniejszości, a być może i lęku... (Kornatowska, 2016, s. 222).

Owa trudna do określenia nuta brzmiąca we wszystkich filmach reżysera powoduje dziwne rozedrganie w widzach, wprawiając ich w zadumę nad czymś czasem trudnym do opisanie. Ale jeśli się głębiej przyjrzymy każdemu z tych obrazów, to „coś” można całkiem jasno zdefiniować. Nostalgia Redforda odnosi się do konkretnych czasów i krajobrazów, nawiązujących do Ameryki farmerskiej, Ameryki dopiero budującej swoją potęgę, gdzie życie wprawdzie było trudniejsze, ale podstawowe wartości takie jak patriotyzm, uczciwość i lojalność były chronione, a fizyczna praca była miarą człowieczeństwa.

Świat, który pokazuje nam Redford, łączy w sobie wartości konserwatywne i liberalne. Konserwatyzm Redforda wynika z jego staroświeckiego podejścia do rodziny (najlepiej wielopokoleniowej, gdzie na czele rodu stoi ojciec-patriarcha, a dzieci z pokolenia na pokolenie przekazują sobie rodzinne tradycje), która jest miejscem szczególnym, bo z niej czerpią siłę i wiedzę idące w świat dzieci. Nostalgiczne spojrzenie na Amerykę farmerską umacnia konserwatyzm Redforda. Patrząc na filmy reżysera, odnosi się wrażenie, że odległy świat z pożółkłych fotografii był jednoznaczny moralnie, atrakcyjniejszy wizualnie i bogatszy metafizycznie. Redford nie odnosi się wprost do określonej religii, ale nawiązuje do boga, czarów i szeroko rozumianej religijności, która w swej istocie jest konserwatywna. Z drugiej strony Redford to liberał zacięty walczący o wolność, równość i braterstwo i nie pozostaje obojętnym na ekologię. I to stanowi o oryginalnym podpisie reżysera, owa charakterystyczna mieszanka konserwatyizmu i liberalizmu, która w świecie gwiazdnych wojen, matrixów i hobbitów, a także filmów-łamiągówek, „mózgotrzepów” i „mindfucków” jest odchodzącym w zapomnienie reliktem.

## Bibliografia:

- Barzowski, K. (2014). *Zaklinacz koni*. <http://film.org.pl/a/arttykul/zaklinacz-koni-50945> (dostęp: 10.03.2014).
- Berardinelli, J. (1998). *Horse Whisperer*. <http://www.reelviews.net/reelviews/horse-whisperer-the> (dostęp: 18.09.2015).
- Biography. <http://www.biography.com/people/mary-surratt-9499375>. (dostęp: 1.11.2016).
- Bordwell, D. (2006). *The Way Hollywood Tells It. Story and Style in Modern Movies*. Berkeley: University of California Press.
- Buckland, W. (2009). *Introduction: Puzzle Plots*, [w:] Buckland, W. (red.), *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. Wiley-Blackwell.
- Callan, F. M. (2011). *Robert Redford. Biografia* (tłum. Ł. Witczak). Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.

- Canby, V. (1980). *Redford's 'Ordinary People'*. <http://www.nytimes.com/1980/09/19/arts/ordinary-people-oscars.html> (dostęp: 19.09.2015).
- Chaciński, M. (2007). *Ojciec chrzestny niezależnych*. „Polityka”, nr 45.
- Clinch, M. (1989). *Robert Redford*. New York: Hodder and Stoughton Ltd.
- Corrigan, T. (2012). *American Cinema of the 2000s. Themes and Variations*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Downing, D. (1982). *Robert Redford*. New York: St. Martin's Press.
- Ebert, R. (1988). *The Milagro Beanfield War*, <http://www.rogerebert.com/reviews/the-milagro-beanfield-war-1988>. (dostęp: 1.04.2015).
- Elsaesser, T. (2009). *Mind-Game Films*, [w:] Buckland, W. (red.), *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, Wiley-Blackwell.
- enotes. <https://www.enotes.com/topics/norman-maclean> (dostęp: 9.10.2016).
- Gwóźdź, A. (2008). *DVD jako paramedium kina, czyli historia filmu po nowemu (na przykładzie filmów Kazimierza Kutza)*, [w:] Klejsa, K., Nurczyńska-Fidelska, E. (red.), *Kino polskie: reinterpretacje. Historia–ideologia–polityka*. Kraków: Rabid.
- Haltof, M. (2001). *Autor i kino artystyczne. Przypadek Paula Coxa*. Kraków: Rabid.
- Helman, A. (2007). *Na tropach autora*. „Kwartalnik Filmowy”, nr 59 (119).
- Hendrykowski, M. (1992). *Autor*, [w:] Helman, A. (red.), *Słownik pojęć filmowych. T. 3*. Wrocław: Wydawnictwo Wiedza o Kulturze.
- Hollender, B. (2013). *Chcę, aby Polacy zobaczyli, jak żyjemy/Robert Redford*. „Rzeczpospolita”, nr 109.
- Holmlund, Ch. (2008). *American Cinema of the 1990s. Themes and Variations*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Howe, D. (1988). *The Milagro Beanfield War*. „Washington Post”.  
[http://www.washingtonpost.com/wpsrv/style/longterm/movies/videos/themilagrobeanfieldwar-howe\\_a0b153.html](http://www.washingtonpost.com/wpsrv/style/longterm/movies/videos/themilagrobeanfieldwar-howe_a0b153.html) (dostęp: 1.04.2015).
- Jeier, T. (1994a). *Robert Redford. Seine Filme – seine Leben*. Munchen: Wilhelm Heyne Verlag.
- Jeier, T. (1994b). *Robert Redford. Superstar und Filmemacher*. Munchen: Wilhelm Heyne Film Bibliothek.
- Klejsa, K. (2008). *Filmowe oblicza kontestacji. Kino Stanów Zjednoczonych i Europy Zachodniej wobec kultury protestu przełomu lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Kornatowska, M. (2016). *Kino – zwiastadło Ameryki*, [w:] Szczepański, T. (red.), *Sejsmograf duszy. Kino według Marii Kornatowskiej*. Łódź: PWSFTviT.
- Kothenschulte, D. (2001). *Nachbesserungen am amerikanischen Traum Der Regisseur Robert Redford*. Marburg: Schuren Presseverlag.
- Leonelli, E. (2007). *Robert Redford and the American West. A Critical Essay*. New York: Xlibris Corporation.
- Lewicki, A. (2007). *Sztuczne światy. Postmodernizm w filmie fabularnym*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Lewis, J. (2001). *The End of Cinema as We Know it: American Film in the Nineties*, New York: New York University Press.
- Lubelski, T. (2000). *Nowa fala. O pewnej przygodzie kina francuskiego*. Kraków: Universitas.
- Lubimy czytać. <http://lubimyczytac.pl/> (dostęp: 10.11.2016).
- Mirski, P. (2014). *Metoda i szaleństwo. O narracjach paranoicznych*. „EKRAŃy”, nr 1.

- Nicholas Evans. <http://www.nicholasevans.com/about-nicholas-evans/biography/> (dostęp: 1.12.2016).
- Pasternak, K. (2016). *Heros w kowbojskim kapeluszu*. „Newsweek Polska”, nr 17.
- Przylipiak, M. (2013). *Kino bezpośrednie 1963–1970. Między obserwacją a ideologią*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Rotten Tomatoes. <https://www.rottentomatoes.com/> (dostęp: 1.12.2016).
- River, Ch. (2014). *American Legends: The Life of Robert Redford*. New York: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Schoell, W., Quirk, L. J. (2006). *The Sundance Kid: A Biography of Robert Redford*. Taylor Trade Publishing.
- Skopal, P. (2007). *Stare filmy, nowe narracje. Kontekstualizacja oraz interpretacja kulturowa filmów hollywoodzkich na DVD*, [w:] Szczepanik, P., Anděl, J., Gwóźdź, A. (red.), *Czeska myśl filmowa*, t. 2, *Reguły gry*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Starzec, B. (2008). *Ludzki wymiar Sundance – oczami Roberta Redforda*. „Politeja”, nr 1.
- Steven Pressfield. <http://www.stevenpressfield.com/> (dostęp: 11.12.2013).
- Syska, R. (2014). *Labirynty naszych światów. O schizofrenicznej (i nie tylko) narracji z Jackiem Ostaszewskim rozmawia Rafał Syska*. „EKRAŃY”, nr 1.
- Szcekała, B. (2014). *Mózgotrzepy i puzzle, czyli jak współczesne kino gra z widzem*. „EKRAŃY” nr 1.
- Szyłak, J. (2011). *Kino Nowej Przygody – jego cechy i granice*, [w:] Adamczak, M., Bokiniec, M., Kaczor, K., Konefał, S. J., Kornacki K., Pstrągowski, T., Sitkiewicz, P., Szyłak, J., *Kino Nowej Przygody*. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Travers, P. (2013). *The Company You Keep*. „Rolling Stone”.
- <http://www.rollingstone.com/movies/reviews/the-company-you-keep-20130404> (dostęp: 4.04.2013).
- Ziębiński, R. (2012). *Z Ameryką nie jest dobrze*. „Newsweek”. <http://filmy.newsweek.pl/robert-redford--z-ameryka-nie-jest-dobrze,87490,1,1.html> (dostęp: 27.01.2012).

### Directed by: Robert Redford

Robert Redford, a big Hollywood star, directed nine feature films. The question is whether, using the terminology developed on the basis of the auteur theory, he is a real auteur, impressing a unique stamp on his films, or simply a craftsman, creating impersonal products, or “postauteur”, effectively managing his image. The films directed by Redford did not fit in the canons and the trends prevailing at the time of their creation. They are also not distinguished by the individual character of the script, rather following the path of classical directing, with traditional narrative and a standard use of film resources. However, there is a consistent attachment of the director – a representative of the '68 generation – to the values proclaimed by contestants in the turbulent sixties. Through the prism of these values, the director's topics of interest are portrayed: the family, the process of growing-up and self-development, equality, freedom, brotherhood, the beauty of man and the surrounding nature, the pillars of liberal democracy – the rule of law and freedom of speech. Exactly this determines the specifics of Redford's films and shapes his personality as auteur.



# Jakub Kłeczek

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Teatralność sztuki wideo – festiwal In Out 2016

Temat dziesiątego festiwalu In Out organizowanego przez Centrum Sztuki Współczesnej „Łaźnia” stanowiła wielorako rozumiana teatralność. Z tego powodu wydarzenie było miejscem rozpoznania wielu rzadko podejmowanych zagadnień, tak teoretycznych, jak i artystycznych, dotyczących nieoczywistych sfer relacji teatru i sztuk wizualnych (z naciskiem na sztukę wideo). Jak przyznają organizatorzy w tekście programowym, ich głównymi celami było przyjrzenie się, czym jest teatr i teatralność dla twórców wizualnych, a czym wideo i filmy dla twórców teatralnych. Jak zmienia się funkcja teatru w polu oddziaływania nowych mediów? Czy i w jaki sposób strategie teatralne pracują w zetknięciu z innymi mediami? A także: w jaki sposób można teatralizować sztukę wideo? (Morawski, Woszczenko, 2016).

Pytania te dotyczą wielu problemów współczesnej nauki o sztuce oraz twórczości artystycznej. Teatralność została wyrażona przez uczestników i twórców wydarzenia w sposób podobnie zróżnicowany, dotykając jednocześnie kilku z głównych problemów teoretycznych, jakie pojawiają się podczas rozważań nad relacjami teatru, performansu i mediów elektronicznych. Temat festiwalu został zinterpretowany przede wszystkim jako medium, konwencja, styl reprezentacji i recepcji oraz specyficzna własność świata sztuki, związana z przesadą i porzuceniem autentyczności. Te sposoby rozumienia stworzyły ciekawy obraz relacji teatralności ze współczesną twórczością audiowizualną. Nim jednak przejdziemy do omówienia prac w kontekście tematu festiwalu, warto choć zdawkowo przypomnieć pewne niejasności związane z kategorią będącą tematem wydarzenia.

Teatr oraz teatralność są współcześnie terminami dość kłopotliwymi. Kategoria teatru w ostatnim stuleciu była szczególnie często eksploatowana przez

przedstawiciele nauk społecznych i humanistycznych. Pojęcia z obszaru zjawisk teatralnych, takie jak rola czy spektakl, służyły do rozmaitych odczytań zjawisk społecznych przez Ervinga Goffmana, Ralfa Dahrendorfa, Guya Deborda i wielu innych badaczy zjawisk społecznych czy problemów filozoficznych. Niezliczone odmiany *theatrum mundi*, powstałe w zeszłym wieku, z czasem strywalizowały się i spowszedniały – tak w dyskusjach akademickich, jak i w mniej formalnych dyskursach. Odnajdywanie teatralności w zjawiskach nieteatralnych można by zatem uznać za zdecydowanie *passé*, gdyby nie spostrzeżenie współczesnych teatrologów i performatyków, że stosunkowo trudno oddzielić zjawiska z obszaru sztuk wykonawczych od zjawisk społecznych, choćby dlatego, że wiele technik, funkcji i tematów performansów artystycznych, w tym teatralnych, wykorzystywane jest przez uczestników konwencjonalnych zachowań politycznych, sportowych, rytualnych czy wreszcie codziennych (por. Schechner, 2006; McKenzie, 2011).

Omawiając pojęcie teatralności w kontekście mediów, trudno nie wspomnieć o refleksjach Samuela Webera poświęconych tej tematyce. Podobnie jak kuratorzy i część artystów tegorocznego festiwalu, autor ten rozpatrywał kategorię teatralności wobec współczesnych zjawisk medialnych, skupiając się jednak na problemach dotyczących bardziej tekstów humanistycznych niż praktyk artystycznych. W swojej pisanej przez ponad 10 lat książce *Teatralność jako medium* analizował on tytułowe pojęcie jako fenomen ponadjęzykowy, ponadnarracyjny i ponadmimetyczny. Uznał teatralność, między innymi za Antoninem Artaudem, za zjawisko transgresywne istniejące poza zwyczajowym rozumieniem teatru jako jednej z dziedzin sztuki. Mając w pamięci liczne dokonania reformatorów tej sztuki, proponuje, by rozumieć teatralność jako cechę, która „wyłania się tam, gdzie przestrzeni i miejsca nie można już przyjąć za pewnik ani uważać za coś «zawartego w sobie»” (Weber, 2009, s. 346). Weber rozpatruje teatralność jako pewien sposób rozumienia zjawisk zarówno z obszaru twórczości artystycznej, jak i filozofii oraz zjawisk społecznych. Bez wątplenia ułatwia mu to wieloznaczność angielskiego słowa *theatricality* oznaczającego tak własność rzeczywistości, przybieraną postawę, charakter działań, jak i sposób postrzegania świata. Polski termin „teatralność”, na który zdecydował się tłumacz cytowanej tu książki Webera, to zgodnie ze znaczeniem słownikowym „jedynie” pewna cecha zdarzeń (por. Głosek, 2012). Angielski termin okazuje się zatem daleko bardziej złożony, a przez to prawdopodobnie bardziej inspirujący do interesujących rozpoznań teoretycznych i praktyk artystycznych.

Tak czy inaczej *theatricality* nie służy Weberowi do analizy konkretnych intermedialnych praktyk artystycznych, takich jak choćby te będące częścią tegorocznego In Out. Badacz nie posługuje się także kategoriami kulturowej refleksji nad nowymi mediami. Nie podejmuje analizy dyskursu medioznawczego celem wykorzystania go w badaniu zjawisk artystycznych. Ponadto jego książka nie prezentuje ani jednej pogłębionej interpretacji praktyki teatralnej wchodzącej w relację z mediami elektronicznymi. Webera interesuje bowiem nie tyle współczesna intermedialna sztuka z pogranicza teatru i nowych mediów, co odczytywanie wybranych tekstów filozoficznych z perspektywy współczesności silnie uwikłanej w techniki

komunikacji działające dzięki elektryczności. W *Teatralności jako medium* amerykański filozof proponuje raczej re-lekturę tekstów dotyczących filozofii, teatru i dramatu w kulturze Zachodu z perspektywy współczesności i estetyki zdominowanej przez media elektroniczne. Nie odpowiada na pytanie, jak praktyki teatralne i nowomediaalne wpływają na siebie nawzajem – zdaje się pozostawiać je samym artystom, którzy próbowali na nie odpowiedzieć także podczas tegorocznego In Out.

Zjawisko, z jakim skonfrontowano podczas festiwalu *video art* i inne sztuki wizualne, teatr, jest rozpoznawane jako dziedzina sztuki i rodzaj instytucji niezmiennie pozostający istotnym obszarem twórczości we współczesnej kulturze. Jednak jeśli uznać za teatr spektakle teatralne odgrywane w instytucjach kultury, to jako medium jego pozycję określić należałoby jako mało wpływową. Mimo że tak w Polsce, jak i poza jej granicami teatr jako instytucja staje się osią palących konfliktów społecznych i politycznych, bezpośrednio dociera on do relatywnie niewielkiej grupy odbiorców. Wydaje się jednak, że także jako medium jest tematem wartym uwagi i krytyki artystycznej, ze względu na swoją historię, która wpłynęła i dalej wpływa na inne formy twórczości – również tej audiowizualnej. Jednocześnie mówiąc o teatrze jako medium, trudno powiedzieć, jaką swoistą dla siebie techniką komunikacji miałby on operować. Na pytanie, czym jest teatr jako medium i jak wpływa na inne media, prawdopodobnie nie sposób odpowiedzieć precyzyjnie, ponieważ istnieje wiele teatrów, które są skrajnie różnymi sytuacjami komunikacyjnymi wykorzystującymi różne narzędzia. Jeśli uznać za medium sumę rozwiązań technicznych danego środka przekazu oraz jego wykorzystania w procesach komunikacji, to teatr okaże się raczej pewną konwencją, w ramach której odnajdziemy wiele różnych mediów. Część z nich stała się jednak dla różnych form teatralnych swoista (na przykład scena pudełkowa, lalka, reflektor itp.), są modyfikowane do potrzeb widowiska lub danych gatunków widowiskowych. Różnorodność twórczości nazywanej teatrem jest ogromna – od teatru dramatycznego przez teatr lalek lub tańca po teatry anatomiczne.

Problem z definiowaniem teatru mogą mieć nie tylko znawcy mediów, lecz także przede wszystkim teoretycy teatru niezgodni co do tego, co już teatrem jest, a co jeszcze nie (by wspomnieć tylko na przykład wielokrotnie poruszany problem teatru a rytuał). Dodatkowo w obliczu licznych przemian estetycznych (ruchów awangardowych, reform teatralnych etc.) stosunkowo trudno wskazać swoistość teatru jako praktyki wykonawczej. Artyści poszukujący nowych form ekspresji, posługując się technikami, funkcjami i motywami teatralnymi w różnorodnych formach medialnych, częściej wykorzystują pewne aspekty danej twórczości performatywnej, niż przyjmują dane szkoły i metody „z dobrodziejstwem inwentarza”. Powstają w ten sposób inter-, multi- i transmedialne przykłady twórczości, w których teatr, teatralność lub performans odgrywają pewną istotną rolę tak w procesie twórczym, jak i interpretacjach dzieła.

Mimo różnorodności teatralnych form i powszechności teatru wychodzącego poza stereotyp „inscenizacji dramatu w kostiumach z epoki” można odnieść wrażenie, że w świadomości wielu uczestników kultury teatr w dalszym ciągu oznacza

przede wszystkim zawodowy, repertuarowy teatr dramatyczny<sup>1</sup>. Wielu artystów sztuk wizualnych pod tym względem nie wydaje się wyjątkiem. Kurator festiwalu Piotr Morawski przypomina w jednym z wywiadów pogląd wielu twórców wizualnych, mówiący o tym, że „teatr to nieudany performans” (Muraszko, 2016). Morawski przyznaje też, że stereotypowe ujęcie teatru w zgłaszanych pracach było zauważalne. Jednak teatr istnieje dziś w kulturze w sposób co najmniej dwoisty. Z jednej strony jako forma ekspresji uważana za anachroniczną, z drugiej zaś za miejsce wyrotowych, awangardowych eksperymentów, będących nie w smak środowiskom o bardziej tradycyjnych upodobaniach estetycznych<sup>2</sup>. Te dwa sposoby rozumienia teatru jako formy anachronicznej i awangardowej wyraźnie przenikały się także w pracach prezentowanych podczas festiwalu In Out. Okazuje się zatem, że teatr na wielu płaszczyznach pozostaje sferą atrakcyjną estetycznie dla twórców reprezentujących różne dyscypliny, w których pracach usłyszeć można bliższe lub dalsze echa teatralności – poszczególne środki komunikowania wykorzystywane przez teatralnych twórców na przestrzeni wieków.

Z bogatego zespołu cech teatru, rozumianego jako medium twórców wideo, zainteresował między innymi długi (kilkunastominutowy) monolog. Technika komunikacji dla teatru dość swoista i wciąż spotykana, z reguły unikana na przykład przez kino głównego nurtu. Katarzyna Swinarska w swoim wideo *Dygresyjna tożsamość* (2015) zmierzyła się z techniką teatralnego monologu. Artystka swoją pracę nazwała jednorazowym „performensem dokamerowym”, inspirowanym wizerunkami malarki – Olgi Boznańskiej. Praca jest rejestracją improwizowanego monologu, w którym Swinarska buduje postać Boznańskiej za pomocą odniesień do historii, zdjęć, obrazów i przede wszystkim noszonej w trakcie performansu staroświeckiej sukni (specjalnie wypożyczonej z teatru na tę okoliczność). Monolog przerywa dialektycznymi komentarzami, kiedy „pokazuje, że gra”, i jako Swinarska zadaje pytania granej przez siebie Boznańskiej. Ten typ gry przywoływać może skojarzenia z Brechtowskim efektem obcości (*V-effect*), który miał za zadanie demaskować poczucie teatralnego złudzenia w celu zachowania krytycznego stosunku do prezentowanych postaci, tak aktora, jak i widza<sup>3</sup>. Zorientowany na postać Boznańskiej performans zdominowała jednak noszona przez nią suknia. Teatralny kostium wpływał na jej sylwetkę i sposób poruszania się. Rodzaj sukni uznawany za staroświecki już w czasach Boznańskiej usztywnia sylwetkę i ogranicza ruchy,

<sup>1</sup> Podobne przekonanie wyrażają autorzy raportu z badania opublikowanego w *Badaniu publiczności teatrów w stolicy – raport*, <issuu.com/instytut.teatralny/docs/badanie\_publicznosci\_teatrow\_w\_stolicy-raport/1> (dostęp: 02.11.2015).

<sup>2</sup> W polskim kontekście (dominującym także podczas festiwalu In Out) można wspomnieć choćby najsłynniejsze teatralne skandale ostatnich lat: przerwanie spektaklu *Do Damaszku* będącego głosem przeciwko dyrektorze Jana Klaty w Narodowym Teatrze Starym w Krakowie; protesty przeciwko wystawieniu dramatu *Golgota Picnic* Rodriga Garcíi podczas festiwalu Malta w 2014 roku; czy kontrowersje polityczno-obyczajowe związane ze spektaklem *Śmierć i dziewczyna* w reżyserii Eweliny Marciniak w Teatrze Polskim we Wrocławiu.

<sup>3</sup> Por. B. Brecht, *Efekte osobliwości w chińskiej sztuce aktorskiej*, w: *Mei Lanfang. Mistrz opery pekińskiej*, red. E. Guderian-Czaplińska, G. Ziółkowski, Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych, Wrocław 2005.

co – jak trafnie zauważa Swinarska – nadaje rolę i dyscyplinuje. Suknia sprawiać może jednocześnie przyjemność, póki nie daje odczuć wstydu związanego z przykuwaniem uwagi i oceną innych. Przemyslenia zawarte w *Dygresyjnej tożsamości* są przedłużeniem rozważań prowadzonych w ramach pracy doktorskiej, w której Swinarska eksploruje zagadnienie wcielania się w role wybranych artystów. Jak stwierdza autorka w skrócie swojej dysertacji:

Suknia staje się pożądanym synonimem kobiecości oraz jarzmem do dźwignia. Wzór damy, z którym trudno jest utożsamić się żywej istocie, skutkuje alienacją i nieufnością wobec własnego wizerunku. Kobieta jest sama dla siebie obiektem spojrzenia: jej ciało i jej kobiecość prześladowają ją jako irytująca, nachalna obecność, a przy tym nigdy nie są dość prawdziwe – zawsze zachodzi podejrzenie, że są tylko kostiumem, pod którym skrywa się osoba (Swinarska, 2016).

Swinarska, świadoma mechanizmów kulturowych, w jakie wikła się wraz z nałożeniem na siebie sukni, problematyzuje je i czyni głównym tematem swojego improwizowanego monologu.

Remediację innej teatralnej techniki wykonawczej zaproponował Piotr Urbaniec. Za specyficzną prowokacyjną „inscenizację” tekstu poetyckiego można uznać jego rejestrację internetowego performansu *Jesień sprawiedliwa* (2015). Urbaniec, poproszony przez Fundację imienia Zbigniewa Herberta o stworzenie pracy promującej dzieła literata, zdecydował się „wystawić” wiersz *Jesień sprawiedliwa* na polskim portalu z sekskamerkami showup.tv. Twórca wideo przekonał jedną z kobiet pracujących w serwisie do przeczytania tytułowego wiersza. Użytkowniczka po namowach przeczytała utwór Herberta. Wideo jest rejestracją jej reakcji na propozycję twórcy, która okazała się dość niecodzienną prośbą na serwisie służącym częściej do zaspokajania potrzeb seksualnych niż obcowania z poezją... Modelka biorąca udział w medialnym performansie robiła to najprawdopodobniej nieświadomie, nie wiedząc, że uczestniczy w prowokacji artystycznej. Z konwencjonalności wydarzenia zdawał sobie sprawę przede wszystkim twórca wideo, a nie wykonawczynie wiersza Herberta. Wydaje się, że Urbaniec zdecydował się posłużyć okazjonalną społecznością internetową jako materia swoją prowokacji – „hackując” przestrzeń medium portalu z sekskamerkami poprzez wykorzystywanie go do publicznego wykonania utworu.

Działanie to jest stosunkowo bliskie sztuce mediów taktycznych, która niezadko wnika w przestrzeń medialną, ukazując jej ukryte taktyki. Jedną z prac o podobnym charakterze był sieciowy performans *No fun* (2011) w wykonaniu duetu 0100101110101101.org (właściwie Eva i Franco Mattes), podczas którego przypadkowi internauci korzystający z serwisu Chatroulette<sup>4</sup> mogli natknąć się na transmitowany obraz powieszzonego mężczyzny. W rolę tego ostatniego wcielił się Franco Mattes, jedynie pozorując swoje samobójstwo. *No fun* okazał się pracą

<sup>4</sup> Portal daje możliwość porozmawiania z losowo dobranym użytkownikiem portalu poprzez kamerę internetową, czat i rozmowę głosową. Serwis działa pod adresem chatroulette.com.

interesującą, ponieważ dawał możliwość „podejrzenia” skrajnych reakcji internautów – od znudzenia poprzez niedowierzanie po strach i dzwonienie na policję. *Jesień sprawiedliwa* jest do pewnego stopnia pracą podobną – również mierzącą się z pewnymi przyzwyczajeniami komunikacyjnymi użytkowników performansów internetowych. Niestety w wideo Urbańca nie zostały udokumentowane reakcje widzów, którzy mogli komunikować się ze sobą za pomocą umieszczonego obok transmisji „modelki” okna czatu. Obie prowokacje-performanse uznać jednak można za interwencje artystów w przestrzeń medialną, skądinąd i tak już pełną rozmaitych performansów.

Z kolei belgijska artystka Eva van Tongeren w swoim *There Are No Whales in France* (2015) zinterpretowała temat teatralności nie tyle jako medium (lub zespół swoistych dla teatru technik komunikacji), co jako pewną konwencję czasoprzestrzenną. Zasadniczo też teatralność medialnego przekazu, rozumiana jako bierność, podglądactwo i dystansowanie od prawdziwych wydarzeń była tym, czego van Tongeren chciała uniknąć.

Na wspomnianą pracę składały się obrazy przyrody przywodzące na myśl samotne wędrowniki – kamienista plaża, klify i pozbawione ludzi nadmorskie miasteczko. Na tle tych kadrów pustych ulic młoda kobieta czyta list do swojej przyjaciółki Eugenii. Podczas spaceru, który opisuje w liście i rejestruje kamera, wyznaje, że nie potrafi się zrelaksować, gdy obserwują ją inni przechodnie. Przyznaje też, że mimo świadomości uprawianego przez nią małomiasteczkowego podglądactwa czuje związany z nim wstyd. „Kamera czyni ludzi świadomych mojej obecności. Ich spojrzenie uświadamia mnie o tym, że właśnie podglądam...” – mówi bohaterka. W kontekście tych słów pustka przestrzeni kadrów okazuje się uzasadniona. Kobieta opowiada historię emigranckiej rodziny podróżującej w łódce, którą widziała ostatnio w telewizji. Przyznaje, że mimo poruszenia odbierała to zdarzenie jak kiepski film katastroficzny. Wyznaje dalej, że jakiś czas później śniło jej się, że jest na podobnej łódce, otoczona przez wodę, wiedząc, że nigdy nie dotrze do żadnego lądu. Poprzez to przeżycie w śnie i osobistą formę listu próbuje „odteatralizować” historię widzianą w telewizji.

W ciągu skojarzeń, podczas czytania listu, zwraca się do przyjaciółki: „pamiętam, gdy pierwszy raz zobaczyłam cię na scenie. Byłam zadziwiona, kim byłaś. Jeśli możesz być inna niż w rzeczywistości, to znaczy, że jesteś na scenie. Później, gdy zobaczyłam cię wieczorem w barze, zauważyłam, że jesteś nieśmiała. Tego wieczora mówiłaś jako ostatnia z grupy. Później widziałam, jak inni cię filmowali i jak na ciebie wtedy patrzyli. W jakiś sposób zostałaś wtedy tą samą dziewczyną i kobietą, ale pokazałaś inne swoje oblicze. Byłam zdziwiona, jak inni na ciebie patrzą”. Ten fragment jest dość wyraźną krytyką teatralności, jaką wywołują media i scena. Z tego punktu widzenia obecność kamery i świadomość bycia nagrywanym wywołuje teatralizowanie gestów. To kolejny argument za tym, by nie umieszczać w wideo żadnej ludzkiej postaci. Autorka przyznaje, że sama nie lubi, gdy inni ludzie na nią patrzą, stąd filmuje puste krajobrazy, w których gdzieś pojawia się kot czy mewa. W ten sposób artystka pró-



buje uciec od swoiście przez nią rozumianej teatralności – specyficznej formy przemocy, jakiej można doświadczyć, będąc obserwowanym na scenie, czy przez oko kamery, czy samemu nagrywając ludzi, którzy tego nie chcieli. Filmowanie to zdaniem van Tongeren upublicznianie i uscenicznianie oddalające od prawdy. Tę ostatnią stara się przybliżyć, czytając także list-odpowiedź Eugenii, opisujący jej historię emigracji z Kazachstanu do Belgii.

W kontekście omawianych tu prac warto przypomnieć, że czasoprzestrzenna konwencja teatralna wpływająca na sposób odbioru rzeczywistości zmieniła się pod wpływem mediów elektronicznych. Te ostatnie przekształciły znaczenie reprezentacji teatralnej, która zaczęła być odbierana jako zdarzenie (bardziej niż przekaz medialny) tu i teraz (por. Auslander, 2012). Wraz z rozwojem technik komunikacji opartych na elektryczności wzrosła się także tendencja do tworzenia medialnych archiwów niemal każdej przestrzeni życia człowieka – odbiór przekazu medialnego wiązał się z reguły z „tym, co już było”. Ten sposób korzystania z mediów zyskał na znaczeniu i doprowadził do pewnego paradoksu, który zauważył już Marshall McLuhan, mówiąc, że za sprawą mediów elektronicznych: „patrzemy na teraźniejszość przez lusterko wsteczne. Maszerujemy wstecz, zmierzając ku przyszłości” (McLuhan, Fiore, 1996, s. 74–75). Media elektroniczne, tak często utożsamiane z postępem, odsyłają nas nieustannie do historii – odbierania archiwów i nieustannego ich produkowania, ponieważ przede wszystkim rejestrują – przechwytyują teraźniejszość po to, by odbierać ją w przyszłości. Zagadnienie to było istotne także dla dramaturga tworzącego w czasach McLuhana, Samuela Becketta.

W *Ostatniej taśmie* brytyjski dramaturg ujął swój stosunek do teatralności i mediów elektronicznych. Bohater tej jednoaktówki odtwarza taśmy szpulowe z nagraniami swoich „dzienników” z młodości, dialogując sam ze sobą. Magnetofon w tym dramacie jest nie tyle rekwizytem, co przyczyną wszelkich działań bohatera – starego samotnika rozmawiającego ze sobą z dawnych lat. Co ciekawe, taśma została zapisana tu w ten sam sposób, jak postać dramatu, co dodatkowo podkreśla wagę jej roli w jednoaktówce. W gruncie rzeczy to tekst o relacji pamięci i magnetofonu – zależności wspomnienia od maszyny i jej zdolności do przypominania. Medium taśmy pozwoliło tu ukazać wielowarstwowość czasu, w jakim istnieje Krapp. Bohatera zaprezentowano tu inaczej niż w bardziej tradycyjnej liniowej prezentacji historii postaci. Za pomocą magnetofonu przeszłość jest tu odgrywana i ustanawiana na nowo.

Jedną z właściwości mediów elektronicznych na scenie, tak w dramacie Becketta, jak i w ogóle, wydaje się możliwość prezentacji przeszłości ustanawiającej teraźniejszość. Media zmieniają często charakter czasowy spektaklu teatralnego. Upływ czasu, tak jak w *Ostatniej taśmie*, może być mierzony dokumentacjami, a nie prezentacjami działań. Krapp to pod pewnymi względami postać, która nie wykonuje swojej roli, nie odgrywa jej tu i teraz, lecz zmierza do rozpadu we własnej przeszłości. I choć przeżywanie na nowo przeszłości to dla niego udręka, jednak do niej wraca, uciekając od teraźniejszości. Co warto zaznaczyć w kontekście jednoaktówki Becketta, działanie postaci samo w sobie jest tu do pewnego stop-

nia pozbawione sprawczego znaczenia, wykonawstwa – bohater bowiem nie tyle wykonuje rolę, co ustanawia ją poprzez odtwarzanie. Krapp nie pokazuje działań scenicznych po to, by coś zdziałać „tu i teraz” na scenie, ale by od terażniejszości przedstawienia odejść. Z punktu widzenia zjawiska inscenizacji jest to zatem przedziwna postać. Bohater Becketta pod pewnymi względami przypomina bardziej widza niż aktora. Ujawnia się tutaj ciekawa cecha mediów wykorzystywanych na scenie – elektroniczne środki przekazu rejestrujące aktorów mobilizują do autokomentarzy i zmieniają po części rolę twórcy, któremu bliżej wówczas do osoby z publiczności niż wykonawcy. Krapp płaci za to wysoką cenę. Pograżając się w zarejestrowanej przeszłości, sprawia, że maszyna przejmuje kontrolę nad jego terażniejszością. Bohater jednoaktówki staje się immanentną częścią obsługiwanej przez siebie maszyny. Traci wówczas realność, tęskniąc za własną reprezentacją. W tym dystopijnym mechanizmie opisanym przez dramaturga jest jednak nadzieja. O ile postać Krappa pod koniec dramatu umiera, tracąc zdolność do samostanowienia, o tyle podczas inscenizacji na scenie w dalszym ciągu pozostaje... reprezentacją postaci dramatu (por. Lovell, 2011). W *Ostatniej taśmie* Beckett podejmuje zatem wielowymiarowe gry z reprezentacją postaci, umożliwia mu to właśnie medium magnetofonu, które przetwarza poczucie czasu.

Istnienie wobec reprezentacji medialnej i samostanowienie się podczas rejestracji stanowi też temat pracy *Zapis z wczoraj* (2015) Michała Soi. Ten krótki animowany film jest kolażem notatek nagrań codziennych przeżyć autora. Za pomocą filmu próbuje oddać chaotyczny proces zapamiętywania i odbierania bodźców w umyśle. W pracy przetworzono zdjęcia i nagrania cyklu różnych sytuacji przeżywanych przez autora w ciągu dnia – podczas przechodzenia przez ulicę, podróży komunikacją miejską, jedzenia, oglądania reklam. Jak można przeczytać w opisie filmu:

Jest to rodzaj wideo-brudnopisu z celową niestarannością utrwalającego fakty i zdarzenia o mało czytelnym znaczeniu. Nerwowość rysunku podkreśla impulsywność, zamierzoną «bezrefleksyjność». Trudno odnaleźć autora-narratora, ulega on rozpadowi, nie chce i nie jest w stanie zapanować nad strumieniem zdarzeń (Soja, 2015).

Na *Zapis z wczoraj* składają się zremiksowane fragmenty notatek, nagrania codziennych sytuacji autora i proste rysunki odnoszące się do codziennych sytuacji. Strzępy zdarzeń składające się na film nie dają się do końca zidentyfikować. Nagrania tych sytuacji zostały przekształcone na animację rysunkową, stąd przypominać ona może formę wideo-brudnopisu.

Podobnie jak opisany wyżej Beckettowski Krapp, autor wideo-zapisków ulega tu rozpadowi. *Zapis z wczoraj* mierzy się z próbą ukazania mechanizmu myślenia tu i teraz – stanu z gruntu chaotycznego i niestabilnego. Teatralność codziennych zdarzeń – wchodzenia w role społeczne za sprawą mediów elektronicznych – daje tu możliwość przyjrzenia się terażniejszości i codzienności z bliska. Gdy jednak próbuje się ją uchwycić, doświadczany codziennie dynamiczny proces percepcji

traci po części swoją osobistość. Doprowadza to do sytuacji, w której, jak zwrócono uwagę w opisie pracy, autor „rozpada się”. Niestety wideo, mimo dość współczesnego charakteru animacji, boryka się z cokolwiek anachroniczną cechą mediów elektronicznych – wpływie rejestracji na pamięć i percepcję. Jak pokazuje bowiem choćby omawiana wcześniej *Jesień sprawiedliwa*, teatralność w dobie współczesnych mediów sieciowych podlega nieco innym przemianom niż tym ograniczającym się do zjawiska rejestrowania zmieniającego podmiotowość.

Z jeszcze innej strony na kategorię teatralności spojrzeli twórcy czytania performatywnego dramatu *Gniazdo* Bogny Burskiej. Teatralność została tu zinterpretowana jako własność świata sztuki, związana z przesadą i porzuceniem autentyczności. Dramat, którego pełny tytuł brzmi *Gniazdo. Sztuka o tym, jak użyć rzeczy w sposób nieodpowiedni i potem ich jeszcze nie zmarnować*, jest jednym z nielicznych polskich tekstów scenicznych, poświęconych współczesnemu art-worldowi. *Gniazdo* przedstawia historię organizacji wystawy, w której wszystko idzie nie tak, a jednocześnie dokładnie tak, jak można to sobie wyobrazić. Artyści pozbawieni są tu pomysłów i środków, popadają więc w skrajną typowość i wtórność. Kurator wybiera przypadkowy temat i dzieła, których warstwę konceptualną ustala ostatecznie przypadek – awaria elektryczności. Ostatecznie wernisaz odbywa się w całkowitej ciemności z powodu braku światła, co zdaniem komentującej występ krytyczki nadaje nowe znaczenia prezentowanym dziełom... W absurdalnie przedstawionej galeryjnej katastrofie biorą udział zestereotypizowane postacie: chaotyczny kurator, nierozgarnięci techniczni, egzaltowana feministyczna body artystka, krytyczny wykuwacz „kowadła sztuki zaangażowanej”, stary znudzony pracą „Wielki” twórca i roztrzępiona studentka ASP. Galerzyści utwierdzają się w swoich postawach i środowiskowych rytuałach, popadając w coraz większą śmieszność, z którą nie potrafią sobie poradzić. Wydaje się, że *Gniazdo*, krytykuje pograżanie się w komforcie nie-typowości współczesnego artysty i permanentny brak umiejętności współpracy między przedstawicielami środowiska.

Dramat Burskiej ośmiesza sposób działania art-worldu na kilka sprzężonych sposobów. Samo zamknięcie sztuki krytycznej, feministycznej czy medialnej – nurtów tak często roszczących sobie prawo do nowatorstwa – w zestereotypizowane postaci i slogany – okazuje się trafną satyrą. Natomiast ironizująca forma staroświeckich rymowanych kwestii rodem z oświeceniowego dramatu klasy B dodatkowo dopełnia drwiący ton tekstu. Podobny demaskatorski rodzaj krytyki sztuki współczesnej wydaje się jednak czymś z reguły aprobowanym zarówno w środowisku artystycznym, jak i poza nim. Kumoterstwo, egzaltacja i brak dystansu do siebie z reguły są współcześnie zwalczane na różne sposoby, a podobne poglądy na art-world, jak te zaprezentowane w *Gnieździe*, mogą być dziś odbierane nawet za populistyczne. Jednak poza tym, że dramat Burskiej jest wycelowany w pozbawionych uczciwości oszustów ze świata sztuki ukazanej jako chaotyczna zbiorowa imaginacja, okazuje się również niewygodnym obrazem instytucjonalizacji awangardy. Powroty do historii sztuki dwudziestego wieku przesycone są tu głęboką niewiarą w koncepcje minionych epok. Co ciekawe, działania w przestrzeni

galeryjnej typu *performance art*, który miał pomóc wyemancypować się artystom drugiej połowy zeszłego wieku, stał się w *Gnieździe* w równym stopniu kliszą, jak inne konwencjonalne techniki wykonawcze. Jeśli poprzez działania z obszaru sztuki performansu artyści od lat sześćdziesiątych dwudziestego wieku odrzucali konwencjonalność, sztuczność widowisk między innymi poprzez dosłowność i „realność” swoich działań, to odnieść można wrażenie, że współcześnie podobne akcje odbierane są jako teatralizowanie dokonań minionej awangardy, tak jak zostało to zaprezentowane podczas czytania dramatu Burskiej.

Związek sztuk wizualnych i medialnych z teatrem i teatralnością jest dziś zdecydowanie wielowymiarowy i niejednorodny, co przejawiało się także w werdykcie komisji konkursowej. Jury reprezentujące różne środowiska – Jill Godmilow, Zorka Wollny i Krzysztof Garbaczewski – zdecydowało się przyznać trzy pierwsze nagrody *ex æquo*: dla Katarzyny Swinarskiej (*Dygresyjna tożsamość*), Evy van Tongeren (*There Are No Whales in France*) oraz Piotra Urbańca (*Jesień sprawiedliwa*). Wyróżnienia honorowe otrzymały natomiast prace: *Strukturalizm* (reż. Róża Duda, 2016), *Dreamed Revolution* (reż. Alicja Rogalska, 2014–2015) oraz *Zapis z wczoraj* Michała Soi.

Przepływ technik i motywów, które dostrzec można w pracach prezentowanych na festiwalu, ułatwia wiele przemian, jakie dokonały się w sztukach wykonawczych i we współczesnej panoramie mediów elektronicznych. Jedną z ważnych tendencji we współczesnej estetyce omawianego tu obszaru twórczości jest zmierzanie w kierunku postmedialności (por. Manovich, 2016.), swobodnego wyboru i rekonfiguracji wykorzystywanych cech środków przekazu. Odnieść można zatem wrażenie, że dystans pomiędzy sceną a ekranem, wraz z ekspansją mediów elektronicznych, ulega skróceniu. Sprzyja to wielu intermedialnym relacjom. W dobie takich zjawisk, jak swoboda doboru środków przekazu, sztuka post-medialna i kryzys typologii twórczości opartej o wykorzystywane medium, teatralność i związane z nią funkcje, techniki i motywy mogą być rozpatrywane przez twórców sztuk audiowizualnych na wiele różnorodnych sposobów, tak jak miało to miejsce na tegorocznym festiwalu In Out.

## Bibliografia

- Soja M. (2015). *Zapis z Wczoraj*, inoutfestival.pl/index.php?mod=movie&aid=11. (dostęp: 30.04.2016)
- Morawski P., Woszczenko J. (2016). *Festiwal – Idea*, inoutfestival.pl/index.php?mod=festiwal\_idea. (dostęp: 30.04.2016).
- Schechner R. (2006). *Dramat społeczny*, [w:] tegoż, *Performatyka. Wstęp* (tłum. T. Kubikowski), Wrocław: Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych.
- McKenzie J. (2011). *Liminautyczna pętla zwrotna*, [w:] tegoż, *Performuj albo...?* (tłum. T. Kubikowski). Kraków: Universitas.
- Weber S. (2009). *Teatralność jako medium* (tłum. J. Burzyński). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego „Hermeneia”.

- Glosek D. (2012). *Teatr: na granicy światów*, „Estetyka i Krytyka”, nr 2.  
*BADANIE PUBLICZNOŚCI TEATRÓW W STOLICY - RAPORT*, [issuu.com/institut.teatralny/docs/badanie\\_publicznosci\\_teatrow\\_w\\_stolicy-raport/1](http://issuu.com/institut.teatralny/docs/badanie_publicznosci_teatrow_w_stolicy-raport/1). (dostęp: 02.11.2015).
- Auslander P. (2012). *Na żywo czy...?* (tłum. M. Borowski, M. Sugiera). „Didaskalia”, nr 107.
- McLuhan M., Fiore Q. (1996). *The Medium Is the Massage*. Corte Modera: Gingko Press, 1996.
- Muraszko M. (2016). *Teatralny In Out Festival w Łażni [ROZMOWA]*, [cojestrane24.wyborcza.pl/cjg24/1,13,19944002,0,Teatralny-In-Out-Festival-w-Lazni—ROZMOWA-.html](http://cojestrane24.wyborcza.pl/cjg24/1,13,19944002,0,Teatralny-In-Out-Festival-w-Lazni—ROZMOWA-.html). (dostęp: 30.04.2016).
- Brecht B. (2005). *Efekty osobliwości w chińskiej sztuce aktorskiej*, [w:] E. Guderian-Czaplińska, G. Ziółkowski (red.), *Mei Lanfang. Mistrz opery pekińskiej*. Wrocław: Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych.
- Lovell K. R. (2011). *Fragmented Liveness / Mediated Moments*, „Speech & Drama Honors Theses” 2011, nr 5, [digitalcommons.trinity.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=speechdrama\\_honors](http://digitalcommons.trinity.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=speechdrama_honors). (dostęp: 30.04.2016).
- Swinarska K. (2016). *Przemieszczenie. Interpasywność Spojrzenia*, [www.kswinarska.art.pl/doktorat.html](http://www.kswinarska.art.pl/doktorat.html). (dostęp: 30.04.2014).

### Theatricality of Video Art at the Festival In Out 2016

The article describes the selected works presented during the festival In Out in 2016. The topic of the festival (theatricality) has inspired many artists to recognise the zone of remediation between the theatre and electronic media. The works of Bogna Burska, Michał Soja, Eva Van Tongeren, Piotr Urbaniec, and Katarzyna Świnarska presented at the festival have interpreted the category of theatricality on many different levels. The article analyses the theatricality of the work from the perspective of reflection of Samuel Weber, Samuel Beckett, Philip Auslander, and other artists and theorists.

# Noty o autorach

**Marcin Adamczak** – adiunkt w Instytucie Kulturoznawstwa UAM w Poznaniu, wykłada także w PWSFTviT w Łodzi oraz na Uniwersytecie Gdańskim. Dyrektor festiwalu Cinemaforum w Warszawie. Stypendysta Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej (2010 i 2011). Laureat konkursu im. Krzysztofa Mętraka dla młodych krytyków filmowych (2011). Autor książek „Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku” (2010) oraz „Obok ekranu. Perspektywa badań produkcyjnych a społeczne istnienie filmu” (2014).

**Ewa Ciszewska** – dr, absolwentka kulturoznawstwa ze specjalnością filmoznawstwo na Uniwersytecie Łódzkim. Od 2011 zatrudniona jako adiunkt w Instytucie Kultury Współczesnej UŁ. Autorka publikacji w tomach zbiorowych i czasopismach. Współredaktorka książek *Kino najnowsze: dialog ze współczesnością* (Kraków 2007), *Hrabal i inni. Adaptacje czeskiej literatury* (Łódź 2013), *Kultura filmowa współczesnej Łodzi* (2015) oraz *Od edukacji filmowej do edukacji audiowizualnej: teorie i praktyki* (2016). Jej zainteresowania naukowe kino czeskie i słowackie, kultura filmowa Łodzi oraz edukacja filmowa. Posiada licencję przewodnika miejskiego po Łodzi.

**Anna Dębowska** – absolwentka Wydziału Prawa Uniwersytetu Gdańskiego i Wyższej Szkoły Filmowej, Teatralnej i TV w Łodzi (Kierunek: Kierownictwo Produkcji Filmowej i Telewizyjnej). Dyrektor Zarządzający w Pomorskiej Fundacji Filmowej, która jest producentem Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni. Doktorantka nauk humanistycznych w zakresie filmoznawstwa na Uniwersytecie Gdańskim. Zajmuje się twórczością Roberta Redforda jako aktora, reżysera i animatora kultury.

**Helena Draganik** – adiunkt w Katedrze Kulturoznawstwa UG. Tematyka prowadzonych badań to cenzura i ograniczenia obiegu informacji w internecie, cyberkultura.



**Grzegorz Fortuna Jr.** – doktorant na wydziale filologicznym Uniwersytetu Gdańskiego. Laureat nagrody imienia Krzysztofa Mętraka dla młodych krytyków filmowych (2016). Redaktor Klubu Miłośników Filmu ([www.film.org.pl](http://www.film.org.pl)), internetowego magazynu Kinomisja ([www.kinomisja.pl](http://www.kinomisja.pl)) i czasopisma naukowego „Panoptikum”. Współzałożyciel Pracowni badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG. Członek kolektywu VHS Hell. Przygotowuje doktorat o rynku i kulturze wideo w Polsce czasów transformacji ustrojowej. Zainteresowany wszystkim tym, co zapomniane lub niedocenione.

**Joanna Kiedrowska** – doktorantka Filologicznych Studiów Doktoranckich Uniwersytetu Gdańskiego, członkini i współzałożycielka Pracowni badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG. Z wykształcenia kulturoznawczyni ze specjalnością audiowizualną. Przez szereg lat współpracowała z gdańskim kolektywem artystyczno-społecznym „Kolonія Artystów”, o którym w 2012 roku przygotowała i obroniła pracę licencjacką. Obecnie w swojej pracy badawczej zajmuje się stroną produkcyjną polskiego filmu animowanego.

**Jakub Kłeczek** – doktorant na Wydziale Filologii Polskiej i Klasycznej, w Katedrze Dramatu Teatru i Widowisk, UAM w Poznaniu. W obszarze jego zainteresowań znajdują się związki nowych mediów z szeroko rozumianą teatralnością. W macierzystej uczelni prowadzi zajęcia z Teatru i mediów. Autor pracy magisterskiej pt. Teatr i gry cyfrowe wobec zjawiska remediacji.

**Krzysztof Kornacki** – prof. UG, dr hab. jest filmoznawcą, kierownikiem Katedry Wiedzy o Filmie i Kulturze Audiowizualnej Uniwersytetu Gdańskiego. Specjalizuje się w historii kina polskiego. Autor kilkudziesięciu artykułów oraz książek *Kino polskie wobec katolicyzmu 1945–1970* (książka nominowana do nagrody im. Bolesława Michałka), „Popiół i diament” Andrzeja Wajdy („Pióro Fredry” za Książkę Roku 2011); współredagował tomów *Poszukiwanie i degradowanie sacrum w kinie* (2002), *Sacrum w kinie. Dekadę później* (2013), *Szkice o kulturze produkcji filmowej w Polsce* (2016). Redaktor naczelny Gdynskich Zeszytów Filmoznawczych SCRIPT. Członek Rady Programowej Akademii Polskiego Filmu, przewodniczący Prezydium Komitetu Głównego Olimpiady Wiedza o Filmie i Komunikacji Społecznej.

**Arkadiusz Lewicki** – filmoznawca i medioznawca. Autor książek *Sztuczne światy. Postmodernizm w filmie fabularnym* (2007), *Seks i Dziesiąta Muza. Erotyzm, relacje intymne i wzorce genderowe w kinie przedkodeksowym 1894–1934* (2011), *Od House’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej* (2011) oraz ponad 50 artykułów naukowych z zakresu wiedzy o filmie, mediach i kulturze.

**Artur Majer** – adiunkt na Wydziale Organizacji Sztuki Filmowej w PWSFTviT im. Leona Schillera w Łodzi. Zajmuje się historią polskiego kina, kulturą produkcji filmowej, komunikacją. Autor monografii *Kino Juliusza Machulskiego* [2014].

**Iwona Morozow** – urodzona 1986 roku; doktor nauk humanistycznych w zakresie kulturoznawstwa, antropolożka społeczna i filmoznawczyni, reżyserka dokumentu antropologicznego „Niech inni nie marzną”. Zajmuje się filmem zarówno teoretycznie, jak i praktycznie. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się głównie wokół społecznych wymiarów współczesnego kina, antropologiczno-filmoznawczych metod badania filmu i kultury filmowej oraz wykorzystywania medium filmowego w praktyce antropologicznej.

**Michał Piepiórka** – doktor nauk humanistycznych w zakresie kulturoznawstwa. Publikował m. in. w „Kinie”, „Kulturze i Historii”, „Panoptikum”, „Człowieku i Społeczeństwie”, „Tematach z Szewskiej”, „Images”. Zajmuje się filmem dokumentalnym we współczesnej kulturze audiowizualnej, przemianami w kinie współczesnym oraz filmowymi interpretacjami polskiej transformacji gospodarczej. Krytyk filmowy. Autor bloga filmowego „Blżej Ekranu”.

**Paulina Pohl** – kulturoznawczyni, doktorantka Filologicznych Studiów Doktoranckich Uniwersytetu Gdańskiego, członkini i współzałożycielka Pracowni badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG. Animatorka kultury, edukatorka filmowa. Zaangażowana w aktywizację środowiska studenckiego. Stale współpracuje z Akademickim Centrum Kultury Alternator, Europejskim Centrum Solidarności, Against Gravity i Stowarzyszeniem Nowe Horyzonty.

**Paweł Sitkiewicz** – historyk filmu, wykładowca Uniwersytetu Gdańskiego. Zajmuje się głównie historią kina animowanego oraz kulturą filmową dwudziestolecia międzywojennego. Autor książek *Małe wielkie kino* (2009), *Polska szkoła animacji* (2011) oraz *Miki i myszy. Walt Disney i film rysunkowy w przedwojennej Polsce* (2012) oraz kilkudziesięciu artykułów naukowych publikowanych w czasopiśmie i tomach zbiorowych.

**Emil Sowiński** – doktorant w Katedrze Mediów i Kultury Audiowizualnej Uniwersytetu Łódzkiego oraz magistrant na Wydziale Organizacji Sztuki Filmowej Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej Teatralnej i Telewizyjnej. Zainteresowania naukowe: badania kultury produkcji filmowej, historia polskiego filmu dokumentalnego, studia nad festiwalami, telewizja. Obecnie współprzygotowuje monografię łódzkiej Wytwórni Filmów Oświatowych.

**Krzysztof Stachowiak** – jest pracownikiem Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jego główne zainteresowania badawcze obejmują: gospodarkę kreatywną, wpływ sektora kreatywnego na rozwój miast i regionów, przestrzenny wymiar sektora kreatywnego, lokalizację działalności kreatywnych i globalizację kultury. Prowadził w tym zakresie badania w Kanadzie (Toronto, Montreal), USA (Kalifornia, Massachusetts) oraz Wielkiej Brytanii (Birmingham, Londyn). Brał również udział w kilku projektach związanych z sektorem kreatywnym, zarówno krajowych, jak i międzynarodowych. Jest autorem lub współautorem ponad 40 prac naukowych, w tym 11 książek, związanych w przeważającej mierze z sektorem kreatywnym i jego rolą w rozwoju miast i regionów.

**Grażyna Świętochowska** – adiunkt w Katedrze Wiedzy o Filmie i Kulturze Audiowizualnej Uniwersytetu Gdańskiego. Interesuje się kulturą audiowizualną Europy Centralnej. Na podstawie doktoratu przygotowuje książkę pt. *České vynálezy. Wybrane aspekty kina czeskiego i słowackiego z lat 60.* Redaktorka naczelna czasopisma naukowego „Panoptikum”.

**Piotr Wajda** – doktorant Filologicznych Studiów Doktoranckich na Uniwersytecie Gdańskim. Współzałożyciel Pracowni badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG. Obecnie zajmuje się współczesnym skandynawskim kinem grozy. W swoich zainteresowaniach badawczych skupia się na zagadnieniach związanych z kinem gatunkowym oraz *exploitation*. Wcześniej zajmował się filmem od strony praktycznej i był m.in. uczestnikiem warsztatów scenariopisarskich pod kierownictwem Syda Fielda w Gdyni.

**Krzyszyna Weiher-Sitkiewicz** – doktorantka na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Gdańskiego, członkini i współzałożycielka Pracowni badań produkcyjnych i Nowej Historii Kina UG, z wykształcenia polonistka i filmoznawczyni. Nauczycielka w V Liceum Ogólnokształcącym w Gdańsku, animatorka kultury i specjalistka od public relations, sekretarz redakcji rocznika „Przezrocze”. Stale współpracuje z Akademickim Centrum Kultury Alternator, Europejskim Centrum Solidarności i Against Gravity.

**Anna Wróblewska** – doktor nauk humanistycznych, rzecznik prasowy, publicystka, dziennikarka, menedżer kultury. Adiunkt w Zakładzie Zarządzania Kulturą Wydziału Nauk Humanistycznych na Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego, wykładowca w Szkole Filmowej w Łodzi; specjalizuje się w tematyce zarządzania kulturą, sektorów kreatywnych i organizacji branży filmowej, animacji i filmu dla dzieci. Była rzeczniczka prasowa Stowarzyszenia Filmowców Polskich i Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, obecnie rzeczniczka prasowa Festiwalu Filmowego w Gdyni. Dyrektor Ogólnopolskich Spotkań Filmowych Kameralne Lato w Radomiu. Ekspert Mazowieckiego Funduszu Filmowego i PISF. Autorka książek (m.in. „Rynek filmowy w Polsce”, współaut. „Polski film dla dzieci i młodzieży”) i artykułów w prasie branżowej (redaktor serwisu [www.sfp.org.pl](http://www.sfp.org.pl) i „Magazynu Filmowego SFP”), laureatka nagród ministra kultury, Stowarzyszenia Autorów ZAiKS Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej.

**Tomasz Żaglewski** – adiunkt w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jego główne zainteresowania badawcze koncentrują się wokół historii i teorii kultury popularnej - w szczególności komiksu oraz filmu. Autor książki „Kinowe Uniwersum Superbohaterów: Analiza współczesnego filmu komiksowego” (PWN 2017). Publikował m.in. w „Kwartalniku Filmowym”, „Przeglądzie Kulturoznawczym”, „Kulturze Współczesnej”, „Zeszytach Komiksowych”, „Panoptikum” i „Studiach Kulturoznawczych”.

# Contents

## Editorial 6

Anna Wróblewska  
*Production Studies in Poland – the Current State of Research* 8

## Methodology problems

Marcin Adamczak  
*Institution of a Film Festival in the Economy of Cinema* 20

Krzysztof Stachowiak  
*Film Clusters as a New Way of the Organisation of Audio-visual Production* 38

Iwona Morozow  
*Ethnography in the Study of Film and Production Culture* 58

Arkadiusz Lewicki  
*Basic Forms of Film Marketing Communication* 67

## Historical view

Paweł Sitkiewicz  
*Necessary Evil: Dubbing in Poland before 1939* 78

Emil Sowiński  
*The Filmmaking Process in Poland in the 1970s Presented on the Example of a Short Film Produced by the Educational Film Studio* 93

Michał Piepiórka  
*Box Office, Cinemacentrism and the Polish Cinema of the 1990s* 105

Piotr Wajda  
*Factors Suppressing the Development of the Scandinavian Horror in the 20th Century* 121

## Institutions and Film Markets

- Artur Majer  
*Evaluation of the Application for Operational Programme  
"Film Production" at the Polish Film Institute* 134
- Krzysztof Kornacki  
*Is Milanówek Archive a Promised Land for Historians?* 151
- Grzegorz Fortuna Jr.  
*Pornduction Studies. Production and Distribution of Adult Films  
Before the Internet Era on the Example of the British Film Market* 167
- Joanna Kiedrowska  
*Situation of the Polish Animated Film Studios After 1989* 178

## Case Studies

- Tomasz Żaglewski  
*The Marvel Age: Economic Specification of the Marvel Cinematic Universe* 192
- Ewa Ciszewska  
*Post-cinematic Łódź and the Tourist Gaze. The Uses of Film-related Features  
of the City in Business and Non-commercial Initiatives* 205
- Paulina Pohl, Krystyna Weiher  
*Jumping in at the deep end, or the case of The Lure and making films  
nobody else seems to be making* 228
- Grażyna Świętochowska  
*Forget the Film, Watch the Title Credits!. Introduction to the Opening Sequence.* 244

## Varia

- Helena Draganik  
*The Myth of the Internet's Freedom of Information* 272
- Anna Dębowska  
*Directed by: Robert Redford* 289
- Jakub Kłeczek  
*Theatricality of Video Art at the Festival In Out 2016* 306



PANOPTIKUM

FILM / NOWE MEDIA / SZTUKI WIZUALNE

[www.panoptikum.pl](http://www.panoptikum.pl)