

Kierunek digitalizacja

BARBARA LENA GIERSZEWSKA



Książka Maryli Hopfinger na pierwszy ogład jest jedną z wielu publikacji na temat zmian w komunikacji kulturowej, jakie dokonały się w pierwszym dwudziestoleciu III RP. W tym samym roku bowiem (również nieco wcześniej i później) ukazało się w Polsce przynajmniej kilka obszernych prac dotyczących tej problematyki, nie wspominając o licznych tekstach w czasopiśmie. A jednak dopiero Maryli Hopfinger udało się całościowo przedstawić rzeczywiste przemiany. Książka ta wyróżnia się specyficzną dla autorki uważnością, obiektywizmem, dystansem i umiarkowanym optymizmem co do prognoz wobec literatury i innych przekazów medialnych w czasie upowszechniania się technologii cyfrowej i Internetu, a co za tym idzie hipertekstu i rzeczywistości wirtualnej. Celowo nie dodaje „w Polsce”, jakkolwiek autorka włączając do tytułu zapis „po 1989 roku”, wskazuje, że interesują ją „polskie realia” (taką nazwą opatrzyła pierwszy punkt podrozdziału *Sytuacja mediów: zmiana kultury?*) zwłaszcza „po przełomie”, czyli „po 1989 roku”. W moim przekonaniu ta informacja została dodana raczej w trosce o polskiego czytelnika (i odbiorcę przekazów medialnych), analizującego i interpretującego fakty kulturowe i społeczne dziejące się w tym czasie w kraju, a nie po to, by opisać relacje zachodzące pomiędzy literaturą w tradycyjnym rozumieniu, jej nowymi formami, filmem, serialami telewizyjnymi i w ogóle mediami elektronicznymi „po 1989 roku”.

Autorka, przez pryzmat rodzimych realiów (np. transformacja ustrojowa 1989 roku i wybuch „polskiej wolności”, pojawienie się nowych możliwości dla twórców, środków przekazu i odbiorców; opóźnienie – w stosunku do USA i Europy Zachodniej – wejścia technologii cyfrowej i Internetu), stara się ułatwić zrozumienie dość naglego przecież zderzenia świata literatury i mediów z polityką i w ogóle ze zmianami w Polsce. Czyni to, głównie opierając się na ciągle najbardziej interesujących odbiorców przekazach fabularnych (od powieści, przez film autorski, słuchowisko radiowe, telewizyjne formy serialowe, po gry komputerowe).

Jakkolwiek Maryla Hopfinger uwzględni najważniejsze wydarzenia z życia literackiego w Polsce, jej wywód jest uniwersalny i dotyczy ogólnie rekonfiguracji komunikacji społecznej, w tym zjawisk sprzyjających rozwojowi przekazów interaktywnych i kultury uczestnictwa w ogóle. Literatura (również audialna i elektroniczna) oraz gry komputerowe są widziane jako typowe dla cywilizacji zachodniej ostatniego dwudziestolecia. Liczne odwołania do tekstów światowych autorytetów na temat zmiany miejsca literatury w komunikacji kulturowej, kształtowania się innych jej wymiarów, tylko sporadycznie odnoszą czytelnika do polskich przykła-

dów. Tym bardziej więc zrozumiałe, że autorka wnikliwie przygląda się szczegółom przypadkowi konwergencji po polsku, jakim jest *Wiedźmin* Andrzeja Sapkowskiego – dowód na udany związek rodzimej marki literackiej z popkulturą w najszerszym rozumieniu. Autorka nie ograniczyła się jednak do polskiego dwudziestolecia „po 1989 roku”; czyni książkę otwartą na makrozjawiska, jakkolwiek stara się wskazywać typowość uwarunkowań życia literacko-kulturowego w naszej skali, pamiętając o związku wolności, potrzeb i możliwości komunikowania się w „nowej” Polsce i na dodatek „osieciowanej”.

Lektura ostatniej książki Hopfinger jest dużą przyjemnością dla wszystkich, którzy myślą podobnie jak autorka, czyli nadal preferują tradycyjną „kulturę druku” oraz okrzeple już „nowe media” sprzed epoki Internetu z autorskim filmem fabularnym na czele. Rozumieją jednak, akceptują, a wielu już dawno polubiło multimedia, tym bardziej te o proveniencji literackiej. Te ostatnie powstały w wyniku tzw. rozsunęcia typograficznego, rozwoju audiosfery, pisma elektronicznego, czyli procesu odchodzenia od papieru na rzecz nowych urządzeń i programów komputerowych dopasowywanych do zmieniających się potrzeb odbiorców. Maryla Hopfinger podkreśla perspektywy technicyzacji, a teraz mediatyzacji, dla literatury, filmu i gier, oferujących alternatywne możliwości percepcji gotowych tekstów w sensie semiotycznym, ale przede wszystkim będących szansą indywidualnego rozwoju twórczego, intelektualnego, osobowościowego, estetycznego. Według autorki: *Dzięki tym praktykom, zmieniającym, uzupełniającym czy proponującym nowe znaczenia, możliwe staje się włączenie do szerszego obiegu różnych punktów widzenia w wielu kwestiach, krytyczne przepracowanie ofert mających stempel profesjonalizmu. W konsekwencji rozszerza się interaktywny paradygmat kultury i jego partycypacyjny charakter* (s. 258).

Książka ta jest kolejną próbą Maryli Hopfinger przedstawienia sytuacji, w jakiej znalazł się dzisiaj przekaz fabularny. Autorkę bardziej fascynuje jednak stosunek współczesnego odbiorcy do świata komunikacji, której jest uczestnikiem. Zastanawiają ją jego różne (zmienne) zachowania zarówno wobec klasycznych form opowiadania, jak i wobec fabuł otwartych coraz częściej obecnych w naszym zmediatyzowanym otoczeniu sprzyjającym przekraczaniu granic percepcji, czerpaniu satysfakcji z szansy wyjścia z bierności opartej na projekcji i identyfikacji. Oczywiście nadal nikt nikomu nie zabrania i nie przeszkadza czerpać przyjemności z filmu (autorskiej całości zamkniętej), a tym bardziej z *literatury drukowanej – napisanej, zredagowanej, opracowanej typograficznie w książce* (s. 130).

Maryla Hopfinger zwraca uwagę na zyskujące na znaczeniu nowe trendy i modele kontaktów odbiorcy z literaturą, mediami i za pośrednictwem mediów. Niewątpliwie prezentacja tekstów kultury na nośnikach cyfrowych, choć opartych *na bogatych i różnorodnych doświadczeniach literackich i filmowych* (s. 261), może prowadzić do nowych, głębszych form identyfikacji odbiorcy z ich treścią. Nowe formy tekstów dzięki interaktywnym mechanizmom funkcjonują w cyberprzesztrzeni, prowokując odbiorców do zmierzenia się z zaproponowanym przez autora (bywa, że przy współpracy internautów) konceptem. Wykorzystując interaktywny interfejs komputera do naszych potrzeb, przemyśleń i reakcji, w jakimś sensie inwestujemy we własną kreatywność. Cyberseriale i gry komputerowe – zdaje się przekonywać autorka – zachęcają do wyborów rozwiązań, które wydają się bardziej

przekonujące niż inne w powieści (również w sieciowej powieści graficznej), w ilmie, słuchowisku, grze dostępnej w Internecie.

Autorka wnikliwie przygląda się współczesnej kulturze literackiej i medialnej. Nie próbuje zestawiać tych światów jako spójnych, osobnych czy innych. Nie kontrastuje powieści, filmu autorskiego, serialu czy gry fabularnej i nie doszukuje się powinowactw. Próbuje zrozumieć różne kategorie odbiorców, których wybory zmierzają w odmiennych kierunkach. Co najwyżej czasami pokazuje podobieństwa i różnice w metodzie konstruowania opowiadania czy reagowania odbiorców na nie. Bez krytycyzmu i ze zrozumieniem odnosi się do uczestników sceny komunikacyjnej skoncentrowanych na serialowych „czytankach” czy sesjach gier komputerowych. Tłumaczy przy tym taktownie, iż każdy ma prawo do czerpania z zasobów kulturowych według własnego uznania. Nie ma nic przeciwko łatwym i przyjemnym, kuszącym interaktywnością i zabawą przekazom i stowarzyszonym z nimi narzędziom cyfrowym. Dostrzega i wskazuje perspektywy wynikające z digitalizacji i przesunięć na scenie komunikacyjnej w stronę interaktywności, wirtualności i konwergencji. Zwłaszcza dwie pierwsze części książki (*Współczesny kontekst kulturowy. Po dwóch dekadach* oraz *Odmianny literatury. Książka literacka dzisiaj*) są przejrzystym omówieniem różnych praktyk literackich funkcjonujących razem i obok siebie, które wzbogaciły rynek druku oraz mediów elektronicznych, zwłaszcza tych rozwijających się w przestrzeni internetowej.

Maryla Hopfinger pozostała wierna stanowisku refleksyjnego przyglądania się zachodzącym na naszych oczach zmianom w relacjach w świecie literatury i innych mediów. Konsekwentnie postępuje według tej samej co zawsze metody: próbuje rozpoznać sytuację, przedstawić stan badań i własne stanowisko, przybliżyć i stara się zrozumieć tendencje i zachowania komunikacyjne. Czyni tak, wychodząc ze słusznego przekonania, że nie da się dzisiaj ocenić skutków (korzyści i strat) – ani z punktu widzenia nadawców (twórców i dystrybutorów), ani odbiorców treści przepływających w sieci czy poza nią – gdyż proces zmian dopiero się rozpoczął. Alternatywne użytkowanie różnych mediów, łączenie przekazników starych i nowych, możliwość dowolnego spotkania połączonych mediów elektronicznych, bezkarność opuszczania sieci i powrót do tradycyjnej lektury czy rozmowy z drugim człowiekiem „w realu” to normalność w przestrzeni komunikacyjnej od ostatniej dekady XX stulecia.

Hopfinger nie zaskakuje nas zatem zmianą poglądów wobec przemian, które dokonały się w komunikacji pod wpływem nowych doświadczeń technologicznych czy, szerzej, kulturowo-cywilizacyjnych. Proces zmian od kultury druku (pisze o *rozsunięciu typograficznym – od Mallarmégo do konkretystów wizualnych*) ku audiowizualnie przekształcanym formom literackim (fabularnym) doświadczanym za pomocą różnych urządzeń wyposażonych w ekrany badaczka zauważyła już dawno i w każdej kolejnej wypowiedzi konsekwentnie potwierdza akceptację dla różnorodności i zmienności preferencji komunikacyjnych. Sama od kilku dziesięcioleci obserwuje stare i nowe media (teraz również „nowe nowe”), niezmiennie deklarując gotowość zrozumienia dla dopiero co rozpoczętego procesu rekonfiguracji komunikacji społecznej.

W recenzowanej książce zostały zaprezentowane najważniejsze i najbardziej popularne typy kultury i warianty naszego w nich uczestnictwa. Autorka ze szczególną uwagą przygląda się przekazom fabularnym. Interesują ją determinanty

przedstawiania, wyborów, percepcji i aktywnych reakcji na zróżnicowane i docierające do odbiorcy wielokanałowo komunikaty o charakterze narratywnym. Zwraça uwagę na kumulację praktyk i doświadczeń komunikacyjnych, jakie nastąpiły na przełomie XX i XXI stulecia, podkreślając jednocześnie fundamentalną rolę języka. Zauważa, jak najnowsze media wpływają na pozostałe, *jak skłaniają nas do nowych umiejętności, jak powodują zmianę naszych przyzwyczajeń* (s. 25). Fakt dominacji na scenie komunikacyjnej przekazów audiowizualnych bynajmniej nie dyskredytuje pozostałych. Literatura i media tworzą *dziś nową, wspólną platformę, na której spotykają się wszystkie znane wcześniej sposoby wypowiedzi i powstają nowe* (s. 13). To uczestnicy decydują, czy nadal chcą tradycyjnej lektury (czy nowych odmian literatury słuchanej, czytanej i nawigowanej dzięki nośnikom cyfrowym), mają ochotę obejrzeć film lub serial (w kinie, przed telewizorem, używając tabletu etc.) lub pograć „na komputerze”. Autorka wyraża przekonanie, że *skala oddziaływania współczesnych mediów jest ogromna, stwarza niespotykane możliwości. Może sprzyjać aktywności i kreatywności* (s. 24), ale to *język jest (...) wspólny dla literatury i dla mediów, choć przejawia się w nich inaczej* (s. 27).

Książka jest całościowym wykładem na temat zmian na współczesnej scenie komunikacyjnej przede wszystkim z perspektywy odbiorcy. Jest pochwałą dla kreatywności człowieka w poszukiwaniu nowych, ciekawszych, satysfakcjonujących form komunikacji. Nie oznacza to, zdaniem autorki, że w dominującym, audiowizualnym typie tej komunikacji preferującym interaktywność nie będzie zapotrzebowania na literaturę czy film autorski. Nośniki cyfrowe i przestrzeń internetowa stały się wręcz „laboratorium” rozwoju nowych gatunków i metod „opowiadania świata”, zatem przede wszystkim dla literatury. Nie ma więc powodu sądzić, że mamy do czynienia z zerwaniem doświadczeń komunikacyjnych i zanikaniem roli słowa drukowanego. Autorka twierdzi, iż: *Przeobrażenia komunikacyjne wpływają na sytuację literatury – sztuki słowa, która zyskuje nowe nośniki, wkracza na nowe obszary, znajduje nowych odbiorców* (s. 23). Jednocześnie zdaje sobie sprawę, że nie jest to pogląd podzielany przez wszystkich teoretyków nauki o komunikowaniu. Przybywa przecież głosów wskazujących, że *formaty audio i wideo stopniowo przejmą większość użytkowo-komunikacyjnych funkcji tekstu*¹. Stanowisko Hopfinger to obrona różnych wariantów uczestnictwa na scenie komunikacyjnej podlegającej szybkim przeobrażeniom technologicznym i zależnej od zmieniających się potrzeb odbiorców. Do pewnego stopnia jest w nim jednak ukryte przesłanie (życzenie, wiara w mądrość ludzi?), że spuścizna po Gutenbergu jest na tyle ważna i magiczna dla naszego umysłu, iż nie może zostać zaprzepaszczone, co najwyżej będziemy czytać inaczej i inne książki, ale to ciągle będzie oddziałujące na nas twórcze słowo.

Wywód Maryli Hopfinger może się wydawać umiarkowanie zachowawczy, gdyż badaczka nie odnosi się do skrajnie krytycznych prognoz co do przyszłości literatury, jakkolwiek wie o ich istnieniu. W moim przekonaniu jednak właściwie sytuuje literaturę i inne media w przestrzeni internetowej i na scyfrowanej platformie komunikacyjnej. Wykazuje przy tym ciepły dystans i obiektywizm w widzeniu mediów cyfrowych. Książka jest też wolna od banalnej krytyki Internetu, przy jednoczesnej pochwalie dla wcześniejszych standardów komunikacyjnych. Autorka nie przyjmuje do wiadomości całkowitego prymatu nowej audiowizualności, jaka obowiązuje w sieci. Konsekwentnie nie wieszczy końca epoki papierowych me-

diów i książki cyfrowej, natomiast zdaje sobie sprawę z rosnącej na nowo potęgi słowa audialnego (kosztem druku), ale tylko tam, gdzie nie da się go zastąpić komunikatem audiowizualnym. Nie widzi jednak też powodu do żaloby po papierze. Jest pragmatyczna i rozumie, iż za cenę rezultatu natychmiastowego dostępu do pożądanej treści (oraz wpływu na edycję przekazu), więcej osób przekona się do korzyści z przepływu impulsów w sieci i urzędzeń przechowujących dane w postaci plików cyfrowych. Póki co możemy cieszyć się możliwością wyboru.

To lektura zadowalająca tych, którym nie jest obojętna sytuacja „starych mediów”, w tym dziennikarzy, nauczycieli, bibliotekarzy (to tej grupie najtrudniej jest się pogodzić z postępującą marginalizacją „prawdziwych” książek i czasopism, jakkolwiek już dawno „przygarnęła” do księżnic zbiory na nośnikach cyfrowych). Sądy Hopfinger, że książki i pozostałe media mają szansę na współlistnienie na scenie komunikacyjnej, jak się wydaje, są satysfakcjonujące dla wszystkich przekonanych o pierwszorzędym wpływie literatury i słowa drukowanego na rozwój jednostki i społeczeństwa, doceniających zamysł kompozycyjny zadrukowanej strony, ale też rozumiejących, iż XXI wiek należy do komunikacji na nośnikach uwolnionych od materialności.

Literatura i media. Po 1989 roku może być, z punktu widzenia polskiego odbiorcy, dopełnieniem wiedzy o rekonfiguracji sceny komunikacyjnej wynikającej z lektury rozważań Lwa Manovicha (*Język nowych mediów*), Asy Briggsa i Petera Burke'a (*Społeczna historia mediów: od Gutenberga do Internetu*) oraz Paula Levinsona (*Nowe nowe media*). Jednocześnie spina szczegółowe rozważania światowych autorytetów i pokazuje, że w ostatnich dekadach podobnie dzieje się w Polsce.

BARBARA LENA GIERSEWSKA

Maryla Hopfinger, *Literatura i media. Po 1989 roku*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2010.

¹ J. Dukaj, *Za długie, nie przeczytam*, „Tygodnik Powszechny”, 17.08.2010, s. 41.