

Tomasz Żaglewski

(Uniwersytet im. Adama Mickiewicza)

Kultura postkinowa, czyli widz w dobie multipleksów

„Umarło kino, niech żyje kino!” – tak należałoby podsumować 100 lat refleksji nad medium filmowym, której integralnym elementem stało się w ostatnich latach obwieszczanie końca kina (na skutek ekspansji radia, telewizji czy gier wideo), niemal równoległe z manifestowaniem potrzeby (społecznej, estetycznej, technologicznej) istnienia kinowego medium.¹ Najbardziej zaangażowany współczesny orędownik tej pierwszej orientacji – brytyjski filmowiec Peter Greenaway – nieustannie przedstawia wciąż nowe fakty świadczące o ostatecznym (a dokonanym dzięki ekspansji nowych mediów) unicestwieniu filmu w formie, jaka zdążyła zakorzenić się w kulturze na przestrzeni ostatniego wieku. Warto jednak w tym miejscu zapytać, co tak naprawdę uśmierca w swych wykładach Greenaway², a wraz z nim nie mała w końcu liczba współczesnych teoretyków audiowizualności zgodnie uznająca kino za przebrzmiały już nośnik dla kultury obrazów. W refleksji Brytyjczyka przeplatają się zatem myślowe nurty dwojakiego rodzaju – pierwszy, oparty na przekonaniu o przejściu filmu z biernej do czynnej formy aktywności, i nierozzerwalnie z tym założeniem spleciony nurt drugi, uznający klasyczne formy „konsumpcji” filmu za nieprzystające do wymogów odbiorców wychowanych na bardziej interaktywnych formach medialnych. Od razu jednak poczynić należy w tym miejscu kilka uwag wstępnych, które posłużą jednocześnie do nakreślenia tła zasadniczego dla poniższych rozważań. Wsłuchując się bowiem w argumenty Greenawaya, dojść można do wniosku, iż nie tyle wieszczy on śmierć kina (jako klasycznie rozumianej sali kinowej, pierwotnie sprzyjającej nieświadomemu – jak chcieli zorientowani psychoanalitycznie teoretycy filmu – zatopieniu się widza w serii obrazów), ale raczej śmierć filmu w swojej narracyjnej postaci podporządkowanej odgórnemu zamysłowi twórcemu. Ten jakoby miałby pozostać niewrażliwy na działania ze strony odbiorcy. Przy tak postawionym problemie okazuje się, iż przestrzeń współczesnego kina (a mówiąc dokładniej: jego najbardziej rozpowszechnionej obecnie mutacji, czyli multipleksu) nie tylko nie przystaje do skazywanych na odejście reliktyw „starej” audiowizualności, ale może wręcz stać się awangardą kultury postkinowej (oznaczającej odejście od tradycyjnych modeli „wystawienniczych” dla filmu), gdzie zarówno charakter filmowego materiału, jak i miejsce jego publicznej prezentacji stawiają zupełnie nowe wyzwania dla „nowo-medialnie” wyedukowanej widowni.

Wciąż nie spełniły się jednak najczarniejsze scenariusze. W zalewie gier komputerowych, iPhone'ów, telewizji na żądanie czy, mniej lub bardziej, interaktywnych eksperymentów internetowych klasyczna estetyka medium filmowego nie zniknęła, a raczej: ostatecznie nie rozmyła się we współczesnej, konwergentnej przestrzeni multimediów. Choć dodać by od razu należało, iż nie oznacza to wcale, że film czuje się komfortowo wśród wszystkich wymienionych powyżej (a oczywiście jest ich znacznie więcej) postfilmowych hybryd technologicznych. Żaden ekranowy majstersztyk nie może czuć się bowiem bezpiecznie w dobie YouTube'a, którego użytkownicy bez najmniejszych przeszkód mogą „zmiksować” Bergmanowski wizerunek Śmierci z posępnym zabójcą-cyborgiem o twarzy Arnolda Schwarzeneggera, całość zaś oprawić w ramy zwiastuna pogodnej komedii romantycznej. Żaden wreszcie tekst filmowy rozpowszechniany na fizycznym nośniku nie może już właściwie obejść się bez owego „bonusa” – dodatku, który rzekomo służąc lepszej promocji wyjściowego tekstu, sam sytuuje się w centrum zainteresowania. Kolekcjonerskie boxy opatrzone autografami twórców, wyszukany opakowaniem czy wreszcie oferujące szeroki wachlarz „pobocznych” atrakcji w postaci archiwalnych materiałów dokumentalnych słusznie zatem uznaje się³ za ostateczny triumf paratekstu nad tekstem bazowym (lub też raczej przeniesienie skończonego tekstu filmowego na peryferia audiowizualnych atrakcji).

W tak zarysowanym pejzażu filmowe medium samo w sobie coraz bardziej zatracza własną specyfikę – staje się płynnym, zmiennokształtnym tworem, od którego nie oczekuje się już w zasadzie niczego więcej poza pretekstem dla innych, pozafilmowych atrakcji. Taki stan rzeczy najbardziej, niepokoić musi studia filmowe, które – nawet jeśli stają się elementem większych korporacji – swoją rację bytu opierają na końcowym produkcie o nazwie „film”. Wszystkie obserwowane na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat zabiegi (tak o charakterze artystycznym, jak i technologicznym) przemysłu filmowego napędza zatem pragnienie ponownego zwrócenia uwagi odbiorców na film jako konkretne, zamknięte dzieło. W dodatku takie, dla którego istnieje tylko jedna właściwa przestrzeń odbiorcza – kino. Co najmniej od lat 50. XX wieku, kiedy na dobre wybuchła konkurencja między kinem a telewizją, producenci i dystrybutorzy prześcigali się w pomysłach na przywrócenie filmom świetności ich pierwotnego, kinowego środowiska. Od wynalazków technicoloru i cinemascope, przez coraz bardziej rozbudowane systemy przestrzennego dźwięku, aż po, nieustannie zapowiadane jako nowatorskie, eksperymenty z projekcją trójwymiarową – wytrwale podtrzymywany był ten sam argument, iż to sala kinowa właśnie, a nie telewizja, kino domowe czy Internet jest właściwym miejscem odbioru filmów. Podobnie, jeśli przyjrzeć się najgłośniejszym filmowym premierom ostatnich miesięcy, takim jak *Artysta* (reż. M. Hazanavicius, 2011), *Hugo i jego wynalazek* (reż. M. Scorsese, 2011), *O północy w Paryżu* (reż. W. Allen, 2011) czy *Mój tydzień z Marilyn* (reż. K. Branagh, 2011), nietrudno dostrzec, iż stanowią one sentymentalną próbę zwrócenia się ku przeszłości historii kina (i kina właśnie, a nie „tylko” filmu). I być może to właśnie film Allena, mimo że nie odnosi się wprost do prapoczątków kina epoki Mélièsa, do przełomu dźwiękowego czy epoki Marilyn Monroe, ani też nie ma na poziomie diegezy

nic wspólnego z romantyczną wizją „kino-palacy” (jak chociażby inny film tego reżysera: *Purpurowa róża z Kairu*), najsilniej jednak konfrontuje widza z absolutyzacją tęsknoty za „starymi czasami”. Podobnie o wiele mniej „artystyczne” kinowe *blockbustery* nie ukrywają wcale swego stricte „kinowego” miejsca przeznaczenia dla właściwej kontemplacji, tym bardziej, iż coraz częściej korzystają one z technicznie najdoskonalszej przestrzeni ultra-kinowej, jaką stanowią sale sieci IMAX. Poczynione przeze mnie powyżej uwagi każą jednak postawić następujące pytanie: czy jeśli rzeczywiście przestrzeń kinowa jest w aż tak dużym stopniu istotna dla współczesnego filmu, to czy – i jakie w takim razie – ma ona konsekwencje dla całego mechanizmu produkcyjno-odbiorczego? Innymi słowy – jakiego rodzaju instytucją są kina wielosalowe?

Za punkt wyjścia dla swoich rozważań chciałbym przyjąć klasyczny już esej Rolanda Barthesa *Wychodząc z kina*. Ten dwudziestosiedmioletni już tekst francuskiego badacza do dziś stanowi, pomimo swej zwięzłości, najlepsze bodaj studium na temat kinematograficznej przyjemności – tym cenniejsze, iż napisane przez „kinomaniaka”, osobę czerpiącą przyjemność nie tylko z konkretnych tekstów filmowych, ale i samej „sytuacji kinowej” wraz z jej wielowymiarowym kodem techniczno-kulturowym. Przemyślenia autora *Mitologii* stanowią jednak próbę zmierzenia się, co oczywiste, bardziej z przestrzenią kinową bliższą kinom studyjnym czy DKF-om niż multisalowym gigantom. Nie oznacza to jednak, iż dla badacza współczesnych przestrzeni kinowych *Wychodząc z kina* będzie dokumentem archaicznym. Interesujące może się bowiem okazać – i taką właśnie próbę zamierzam podjąć w swojej analizie – zderzenie perspektywy Barthesa z sytuacją współczesną. O ile bowiem omawiany szkic przynależy do tej formacji kultury filmowej, która bezsprzecznie spleciona była z ideałami edukacyjnymi, i w której sama instytucja kina traktowana była jako przestrzeń wyzwań intelektualnych, o tyle jej przyrównanie do dzisiejszych multipleksów może wydawać się z gruntu bezzasadne. Dla mnie jednak intrygująca wydaje się możliwość zderzenia „edukacyjnej” kultury filmowej z kinami wpłcionymi w przestrzeń galerii handlowych. Dalszym etapem mojej refleksji, następującym po owej dekonstrukcji instytucjonalnego charakteru kin wielosalowych, będzie próba szerszego spojrzenia na charakter uczestniczenia widzów w multipleksowych seansach – tym razem z użyciem bardziej ogólnej refleksji na temat dzisiejszej widowni filmowej.

Multipleksy, określane także mianem megapleksów albo kin wielosalowych, są o tyle rozpoznawalnym, co niejasno sprecyzowanym elementem współczesnych przestrzeni miejskich. Bez trudu dają się odróżnić od wciąż działających, znacznie mniejszych powierzchniowo kin studyjnych, lecz sformułowanie ścisłego kryterium dla ich nazewnictwa wywołuje już większe trudności. Jak zauważa Charles Acland w swej pracy poświęconej zjawisku multipleksyzacji: „Wymagana liczba ekranów dla nazwania danego obiektu megapleksem jest wyjątkowo nieprecyzyjna. Pomimo faktu, iż magazyn *Variety* ustalił swego czasu liczbę 16 ekranów jako minimalną ilość dla megapleksów, to owa graniczna liczba nieustannie się różnicuje – od przykładów kin z 14 salami do obiektów mających ich ponad 20. (...) Tak

duża nieścisłość powoduje, iż to nie w ilości ekranów powinniśmy doszukiwać się ścisłej definicji (...). Zamiast tego, to nowe, techniczne sposoby filmowej ekspozycji, rozbudowana oferta wypoczynkowa i rozrywkowa, wielkość ekranów, duża ilość foteli dla widzów oraz specyficzny model obsługi klientów charakteryzują najlepiej megapleksy”.⁴ Trudno nie zgodzić się z powyższymi wnioskami Aclanda, iż to właśnie w złożonym mechanizmie odbiorczym należy dopatrywać się esencji multipleksu jako instytucji – oferującej określone walory techniczne, usługowe, ale również gratyfikacje całkowicie pozafilmowe, o czym więcej za chwilę. Tym jednak, co najbardziej zwraca uwagę w powyższej definicji, jest właściwie całkowite pominięcie „filmu” jako istotnej kategorii dla funkcjonowania megapleksu. Mówi się tu o filmowej ekspozycji i obsłudze widowni, ale w zasadzie to te elementy właśnie – a nie film sam w sobie – stanowią główną oferowaną atrakcję. Jak słusznie zauważa Marcin Adamczak, „przewodniczka” X Muzy z DKF-ów do multipleksów przyniosła ze sobą między innymi zmiany w organizacji „wystawieniowej” przestrzeni kina.⁵ Jeśli w małych kinach wciąż jeszcze napotkamy na wiszące na ścianach plakaty i fotografie odwołujące się do przeszłości filmu, jego tradycji, a nawet lokalnych kontekstów kinematograficznych, to przestrzeń multipleksów stara się być coraz bardziej kosmopolityczna i „sterylna” w sensie odseparowania od uwarunkowań historycznych i kulturowych. Zamiast zwrotu ku tradycji trwa tu nieustanne spoglądanie w przyszłość jako napędzany marketingowymi strategiami element „kultury oczekiwania”. Już zresztą w zewnętrznych uwarunkowaniach architektonicznych multipleksów daje się zauważyć ów pierwiastek estetycznej separacji. „[Wygląd megapleksów – T.Ż.] to pogodny iikliwy dekonstrukcjonizm, który często przypomina pracę złego brata bliźniaka Franka Gehry’ego: lubieżne zaokrąglenia i postrzępione przegrody, krzykliwe nieorganiczne materiały, zwłaszcza metal i plastik, lekceważenie wymogów prostoty, umiaru i funkcjonalności”⁶ – tak oto opisuje kina wielosalowe Adele Weler.

Nawet jeśli uznać zarzuty Weler za zbyt daleko idące, nie ulega wątpliwości, iż w porównaniu z dawnymi „kino-pałacami” lub mniejszymi kinami lokalnymi współczesne multipleksy operują zupełnie innym kodem estetycznym – do pewnego stopnia „zwulgaryzowanym”, jeśli wspomnieć ponownie sentymentalne (i edukacyjne) z natury wnętrza placówek studyjnych wypełnionych filmowymi memorabiliami. Aby jednak w pełni zrozumieć celowość tej nowej estetyki, należy uczynić jeszcze jedno wyjściowe założenie. Zdaniem wspomnianego już Marcina Adamczaka multipleksy stanowią naturalną konsekwencję przeobrażenia się całego przemysłu filmowego w wyniku nasilających się szczególnie od lat 70. fuzji najważniejszych graczy filmowego rynku z międzynarodowymi korporacjami.⁷ „W latach 80. XX wieku – pisze Adamczak – narasta fala fuzji i przejęć studiów hollywoodzkich, będąca pokłosiem ekonomii podażowej Reagana (reaganomiki) oraz neoliberalnej polityki zmierzającej do deregulacji gospodarki, owocującej, paradoksalnie, koncentracją mediów i znajdującej swą kontynuację w okresie nabierającej rozpędu globalizacji gospodarki początków ery Clintona. Hasłem odmiennianym wówczas przez wszystkie przypadki była *synergia* (...). Realizowano ją poprzez integrację horyzontalną, zmierzającą do utkania sieci wzajemnie przyda-

jących sobie wartości firm działających na różnych rynkach przemysłu kulturowego: kinowym, telewizyjnym, wideo, komputerowym, wydawniczym, prasowym, muzycznym, zabawkarskim itd., między którymi, przeobrażając się, cyrkulował dany produkt audiowizualny”.⁸ Pozornie logika multipleksów wydaje się istnieć na peryferiach tak rozumianej cyrkulacji dzieł audiowizualnych tym bardziej, iż – jak wspomniałem na wstępie – to nowsze i bardziej mobilne media zostają postawione w centrum tak rozumianego obrotu. Niemniej kina wielosalowe zostają poddane tej samej logice synergii, wpisując się w nowoczesny sposób konsumpcji przekazu filmowego. „Na podstawowym poziomie – pisze w innym miejscu Adamczak – wyłonienie się multipleksów przyniosło powstrzymanie sukcesywnie nasilającego się od lat powojennych odpływu widzów z kin, a następnie, po raz pierwszy od półwiecza, spowodowało wzrost liczby widzów oraz liczby ekranów kinowych (...). Na głębszym, i jak się wydaje, często niezauważalnym poziomie, przyniosło redefinicję, kulturowe przeformułowanie i przeobrażenie społecznej praktyki *chodzenia do kina* oraz doświadczeń widza uczestniczącego w seansie kinowym”.⁹ Autor powyższych słów słusznie zauważa zatem, iż „multipleksyzacja” jest być może najdoskonalszym efektem synergii przemysłów audiowizualnych. Z jednej strony – na poziomie makro – stanowi ona przyczynę reaktywacji praktyki chodzenia do kina jako ważnej i pożądanej praktyki społecznej (dzięki wysokim standardom filmowej ekspozycji). Z drugiej natomiast – multipleksy to kolejny element w łańcuchu multimedialnej konwergencji, który, jak wszystkie inne media, poddać się musi owym nieustannym przepływowi swych funkcji i przekazów. A zatem ahistoryczna, synkretyczna przestrzeń kin wielosalowych zdaje się podążać ścieżką innych mediów, stopniowo rezygnując ze swej funkcji stricte filmowej instytucji na rzecz o wiele bardziej złożonego mechanizmu audiowizualnych rekonfiguracji.

Za początek klasycznej „situacji kina” Roland Barthes zdecydował się uznać kategorię beczynności. „Wszystko dzieje się tak – pisze Barthes – jakby jeszcze przed wejściem widza na salę połączyły się wszystkie klasyczne warunki hipnozy: pustka, beczynność, brak zajęcia: to nie wobec filmu i przez film się marzy; czyni się to nieświadomie, zanim się zostanie widzem”.¹⁰ Spróbujmy, odkładając na bok pewne inklinacje psychoanalityczne, przeanalizować powyższe stwierdzenie. Tak istotna tu kategoria beczynności zwraca uwagę ku tekstowi filmowemu, jako temu mechanizmowi, który okazuje się przewyciężeniem owego wyjściowego stanu. Innymi słowy, atrakcja filmowa okazuje się tu atrakcją główną – co więcej niekoniecznie poprzedzoną intensywnym namysłem, a raczej niemalże fizjologiczną potrzebą przewyciężenia stanu nudy i oddania się „śnieniu”. Jakże tajemniczo – a zarazem złowieszczo – brzmią w tym kontekście słowa jednego z kierowników amerykańskich sieci kin wielosalowych: „U nas nie musisz nawet obejrzeć samego filmu”.¹¹ W tym paradoksalnym stwierdzeniu nie kryje się jednak bezzasadna pogarda dla oferty filmowej, ile raczej zwrócenie uwagi na rozszerzenie funkcji kina, które dla współczesnej walki z nudą operuje arsenalem o wiele bogatszym, niż mógł to przewidzieć Barthes. „*Praktyki odbiorcze* – podsumowuje Adamczak – zaczęły łączyć się z doświadczeniami *shopping mallu*, w których ruchome obrazy są tylko jedną z oferowanych, wizualnych przyjemności, jednym z elemen-

tów chaosu zmiennych, zmysłowych doznań. Stanowią przy tym pewien *architektoniczny trailer* (...) poprzedzający, przysposabiający i nastrajający, kształtujący w określony sposób następujący po nim odbiór filmu. Jednocześnie samo oglądanie filmu w przestrzeni multipleksu nie musi być aktywnością najważniejszą lub czynnością wręcz niekonieczną. Całe otoczenie zaprojektowane jest w ten sposób, by oferować i czerpać zyski z innych aktywności konsumpcyjnych¹². Obudowanie współczesnych multipleksów gęstą siatką innych aktywności konsumpcyjnych – sklepów, restauracji – ale także i poprzedzających sam seans paratekstów (np. reklam) znacząco redefiniuje wyjściową konstatację Barthesa na temat „situacji kinowej”. „Marzenie” – jeśliby wrócić do użytego przez niego terminu – nie tylko nie odbywa się już wyłącznie przez sam film, ale i w ogóle owego filmu zdaje się nie potrzebować, jako że przestrzeń multipleksu stanowić może jedynie pretekst dla spotkań, rozmów czy też wspólnych posiłków. Pierwotna „bezczyność” nie jest już zwalczana przez sam tekst filmowy, ale raczej konsumpcyjnie zagospodarowywana dzięki multiplikacji oferowanych ekranów – i to niekoniecznie wyłącznie kinowych. Na równi znajduje się tu bowiem sala kinowa i witryna markowego butiku – multipleks wpisany w przestrzeń galerii handlowych dostosować się musi do owej konkurencyjności względem innych centrów rozrywki. „Chcemy zmienić sposób myślenia o filmach. (...) Chcemy, by ludzie włączyli się po kinie, przybywali wcześniej, zostawali do późna. Tak, by w zasadzie było całkiem możliwe, iż przychodzisz do kina i przyjemnie spędzasz czas, wcale nie oglądając filmu”¹³.

Powyższa sytuacja jest możliwa dzięki procesowi, który Toby Miller określił mianem „powtórnej wodewilizacji” współczesnych kin.¹⁴ Po okresie filmów realizowanych przez wielkich mistrzów, jak Bergman czy Antonioni, a także po szczególnie zaangażowanym politycznie kinie hollywoodzkim lat 60. i 70., następuje – zdaniem Millera – stopniowy powrót do traktowania przestrzeni kinowej jako atrakcji niekoniecznie skupiającej uwagę na produkcie filmowym. Samo kino ma w pełni realizować strategię wspomnianego wcześniej wodewilu, zanim widzowie zdążą rozsiaść się w kinowych fotelach. „Wodewilowy” oznacza tu zatem specyficzną strukturę pokazu „w ramach której projekcja filmu otoczona była innymi, mającymi przyciągać publiczność, atrakcjami. Pokazom towarzyszyły występy kabaretów, komików i zespołów muzycznych, a wśród widzów przeprowadzano loterie”¹⁵. Współczesna wodewilizacja nie różni się w zasadzie wiele od tej z początków XX wieku, zamiast występów na żywo oferując jedynie parateksty innego rodzaju. Występy komików zastępują tu specyficznym uformowane wnętrza megapleksowych korytarzy, wypełnione filmowymi gadżetami i materiałami promocyjnymi, również skierowanymi na produkcje przyszłe, a nie te, które należą do historii medium. „Megapleks zazwyczaj konstruuje nić jedności pomiędzy kinowym holem a światem filmu – pisze Acland – gdzie granice pomiędzy ekranem, kulturą filmową i kinowym seansem okazują się płynne i chwilowe. (...) Hol ma być uczta dla oka, udekorowaną w takie filmowe rekwizyty jak model F-14 Tomcat, którym Tom Cruise latał w filmie *Top Gun*, łódź podwodna z *Polowania na Czerwony Październik* i replika statku *Enterprise* ze *Star Trek Generations*”¹⁶. Ponownie powraca zatem wniosek, iż to nie tekst filmowy sam w sobie stanowi w dobie kin wielosa-

lowych nadrzędną atrakcją – raczej zostaje on sprzężony z misternie rozplanowaną przestrzenią okołofilmową, która imitować ma dawną świetność „kino-pałacy” jako świątyni sztuki filmowej (oczywiście w omawianym przypadku jest to świątynia masowej sztuki filmowej).

Idąc dalej tym tropem, można by pokusić się o zarysowanie innej jeszcze zależności – pomiędzy charakterem samych tekstów filmowych a ich obecnością w środowiskach multipleksowych. Nie ulega bowiem wątpliwości, iż naturalnym „produktem” filmowym oferowanym w tych przestrzeniach są tzw. *blockbustery* – wysokobudżetowe, widowiskowe filmy amerykańskie, w przypadku których cały techniczny dyskurs (poświęcony jakości obrazu i dźwięku), otaczający poszczególne sieci megapleksów, nabiera właściwego znaczenia. Oglądanie tego typu produkcji tylko i wyłącznie we „właściwych warunkach” projekcji wielosalowej wymusza zatem ciągle udoskonalanie systemów odtwarzania filmów na wielkim ekranie. Z drugiej strony same *blockbustery* ewoluują w zakresie swojej estetyki, dążąc do wywoływania coraz bardziej immersyjnych wrażeń. Ciekawe obserwacje na ten temat czyni Angela Ndalialis, powołując się w swoim opisie współczesnych centrów rozrywki, takich jak chociażby multipleksy, na anachroniczny już nieco termin Toma Gunninga „estetyka zdziwienia”. „Raczej niż zapewniając reprezentacje wizualne wcześniej istniejącym rzeczywistościom, techniki rozrywkowe rozwinęły umiejętność *tworzenia* alternatywnych rzeczywistości w przekonujący wizualnie sposób. (...) Zarzucając eksplorowanie tego, co nieskończone przez iluzję *quadratury obrazu*, filmy oparte na efektach specjalnych często zapraszają widza do podziwiania dróg, jakimi świat fikcyjny jest rozwijany celem włączenia nieskończonego świata wirtualnego [w zakres świata odbiorcy – T. Ż.]¹⁷ Jako przykład tak rozumianej „estetyki zdziwienia” realizowanej w konkretnym dziele filmowym, Ndalialis podaje słynną sekwencję otwierającą IV część *Gwiezdznych wojen* (reż. G. Lucas, 1977), w której siedząca w sali kinowej widownia już od pierwszych sekund filmu zostaje niejako wciągnięta w przestrzeń filmu. Po wypływających jakby spoza ekranu napisach początkowych z – również – pozaekranowej przestrzeni (sytuowanej jakby tuż nad głowami widzów) wyłania się słynny pojazd kosmiczny, którego przepastne rozmiary i charakterystyczne ujęcie sugerować mają, iż widownia znajduje się tuż pod nim.

Tego typu przejmowanie immersyjnej estetyki – charakterystycznej raczej dla gier komputerowych – ma swoją logikę na gruncie multipleksów, które w końcu starają się uczynić z seansu filmowego swego rodzaju multimedialną atrakcją. Charles Acland podsumowuje ten aspekt omawianego zjawiska, pisząc, iż zasadniczym celem jest tu zwrócenie uwagi na „doświadczanie” filmu w bardzo sensualny sposób poprzez rozbudowanie walorów ekspozycyjnych. „Koncepcja *wielkości* – pisze – zostaje powiązana z szeregiem relacji pomiędzy gigantycznością, głośnością i spektakularnością oraz przekonaniem, że te właśnie cechy są cechami najbardziej pożądanymi. (...) Megapleks w wielu aspektach definiuje zasadność swojego istnienia jako przeciwieństwo tendencji do miniaturyzacji filmowego przeżycia¹⁸ Pownowem jednak to zwrócenie uwagi na sposób mediacji filmowego tekstu – walory

techniczne – wraz z opisaną powyżej organizacją filmowego seansu i jego otoczenia oddala „doświadczenie” filmów w multipleksie od kontemplacyjnego charakteru kin artystycznych. To właśnie owe „paratekstualne narośle” zdają się bardziej przykuwać uwagę widza niż faktyczny tekst filmowy. Jeśli zatem dla samego Barthesa główną „przynętą” w sytuacji kinowej był sam obraz – ponownie traktowany jako warunek fantazmatycznych przeżyć – to współcześnie owe „przynęty” kinowe ulegają znacznej dywersyfikacji, oddalając się z przestrzeni tekstu ku kinowym holom.

To założenie prowadzi nas z kolei ku ostatniemu z interesujących mnie zagadnień – roli widza w tak zarysowanej przestrzeni multipleksowej. Czytelnik eseju pt. *Wychodząc z kina* skonfrontowany zostaje z typologią widowni, która obejmuje w zasadzie dwa jej modele: koncepcję widza „przyklejonego” do obrazu filmowego i model odbiorcy niejako „odklejonego” od tegoż obrazu – nastawionego zarazem na kontemplację chwili samego seansu w oderwaniu od odbieranego tekstu. „To tak jakbym miał jednocześnie dwa ciała – podsumowuje Barthes – ciało narcystyczne, które patrzy, zagubione w bliskim zwierciadle, i ciało przewrotne, gotowe fetyszyzować nie obraz, lecz dokładnie to, co go przekracza: ziarno dźwięku, salę, czerń, mroczną masę innych ciał, promienie światła, wejście, wyjście, krótko mówiąc, aby się zdystansować, *odkleić*, komplikują *relację przez sytuację*”.¹⁹ Wspomniane zostało już wcześniej, iż przestrzeń multipleksu zdaje się faworyzować ten drugi typ odbioru wyróżniony przez Barthesa. Zwrócenie uwagi na techniczne właściwości, na otoczenie samego tekstu filmowego ewidentnie mogłoby odpowiadać owemu „odklejonemu” od obrazu widzowi. Relacja ta w odniesieniu do współczesnych przestrzeni filmowej ekspozycji nie jest jednak tak jednoznaczna. Multipleks z samej swej natury stara się być przestrzenią immersyjną, „zatapiającą” w obrazie filmowym swego potencjalnego widza. „Ta nowa przestrzenna organizacja nie wyznacza już centralnego miejsca dla widza. To widz sam w sobie staje się centrum seansu”²⁰ – pisze Angela Ndalians. W założeniu tym kryje się przekonanie o „wodewilowym” charakterze współczesnej rozrywki filmowej, która – ponownie czerpiąc z bardziej interaktywnych form zabawy – dąży do zaoferowania widowni iluzji „bycia w” seansie, raczej niż jego faktyczne percypowanie. Tego typu logika to powrót do klasycznej retoryki „wielkiego ekranu” z doby jego świetności, w której – jak zauważa Nicholas Rombes – widz był zniewolony przez władzę ekranu.²¹ Czyżbyśmy zatem wciąż mieli do czynienia z „przyklejonym” do obrazu widzem Barthesa? Nie do końca. Na tle wszystkich powyższych poczynionych przeze mnie obserwacji rysuje się bowiem sylwetka nowego rodzaju uczestnika kultury filmowych multipleksów – *flâneura*. „Pożądany przez przemysł modelowy widz multipleksu – zauważa Marcin Adamczak – byłby więc waleśającym się na jego obszarze *flâneurem* (...). Na pokrewieństwo multipleksu i *shopping mallu* z tą dziwiętnastowieczną tradycją zwracała już uwagę Anne Friedberg, dla której ekran kina usytuowanego w wielkim domu handlowym jest naturalnym przedłużeniem okien wystawowych, z tą tylko różnicą, że w odróżnieniu od nich prezentuje ruchome obrazy”.²² To właśnie ta figura najlepiej oddaje dyspozycję potencjalnego użytkownika multipleksów – ukonstruowanych w przestrzeniach handlowych, opierających swoją rację bytu na „przestrzeniach atrakcji” wykracza-

jących poza doznanie filmowe i przekształcających całą pozafilmową przestrzeń w rodzaj przeznaczony do podziwiania wystawy. Wreszcie w oparciu o, również wspomniany wcześniej, płynny charakter oferowanych przez megapleksy seansów – nie tylko filmowych, ale i operowych, sportowych czy koncertowych – to właśnie *flâneur* okazuje się być właściwą postawą odbiorczą w sytuacji, kiedy „konstruuje się dalsza erozja pomiędzy filmem a telewizją, wytwarzając coś, co można by nazwać *transmisyjnym* rodzajem publiczności kinowej, w sytuacji kiedy kina goszczą wydarzenia na żywo”.²³

Opisana powyżej strategia *flâneura*, jako figury najlepiej oddającej uczestnictwo w kulturze multipleksów, ma jednakże swoje umocowanie w o wiele szerszej kategorii współczesnego widza filmowego będącego – na poziomie zachowania i potrzeb – widzem hybrydalnym. Zachowania tak rozumianej jednostki względem przekazu filmowego można rozpatrywać na trzech poziomach: nostalgii, technofilii oraz paratekstualnej lektury, które to poziomy postaram się w dalszej części scharakteryzować. Najpierw jednak spróbuję wytłumaczyć się z przyjętego przeze mnie założenia o hybrydowości samej kategorii widowni, rozpatrywanej zarówno w kontekście multipleksów, jak i innych przekazywanych audiowizualnych materiałów. Jeśli zatem zgodzić się z tezami Bruno Latoura, który we wstępie do swej pracy *Nigdy nie byliśmy nowoczesni. Studium z antropologii symetrycznej* z przeobrażeniem dekonstruuje mozaikową strukturę codziennej gazety, to przyjąć również należy, iż żyjemy w epoce mnożących się hybryd kulturowych, estetycznych, politycznych i gospodarczych. Analiza układu artykułów wybranej strony ulubionego dziennika kieruje Latoura ku wnioskowi, iż „poranna modlitwa” współczesnego człowieka (a za taką uznaje autor lekturę prasy) to w istocie kakofonia informacji, równie chaotyczna, co i spójna w swej hybrydalnej istocie. Hybrydalność jest tu bowiem kluczem do zrozumienia zanikających granic pomiędzy systemami, estetykami i filozofiami; jest narzędziem do opisu kondycji nowoczesności, która – jak przekonuje francuski teoretyk – nigdy w istocie nie nadeszła. Hybrydalność to wreszcie pomieszanie porządków społecznego dyskursu i wyprowadzenie ogólnokulturowego dialogu na metapoziom, w którym argumenty i roszczenia każdej możliwej natury mieszają się ze sobą i owym wymieszaniem uzasadniają własne racje. Abstrahując od metateoretycznych konstatacji Latoura, warto zauważyć, iż jego refleksja spotkała wielu naśladowców starających się uwzględnić wnioski autora *Polityki natury* w obszarach nieco węższych. Jednym z takich obszarów jest teren współczesnej kultury filmowej, poddawany „hybrydyzacji” na skutek inwazji nowych technologii produkcji i dystrybucji filmów, a co za tym idzie hybrydujących także na poziomie swoich odbiorców. Jednym z najciekawszych szkiców starających się wyjaśnić powyższe kwestie jest opracowanie Barbary Klinger dotyczące przemian podejścia do lektury filmu na skutek pojawienia się zaawansowanych systemów kina domowego. Zarówno na łamach swej niezwykle inspirującej książki *Beyond the multiplex. Cinema, New Technologies and the Home*, jak i w o wiele skromniejszym artykule *Współczesny kinofil: kolekcjonowanie filmów w erze post-wideo* Klinger promuje hasło domowych kultur filmowych, wyjaśniając za jego pomocą zmianę w sposobie konsumpcji filmu względem dominującej dotychczas

globalnej i homogenicznej kultury filmowej. Kluczem jest tu przekonanie, iż wraz z zaadaptowaniem tekstu filmowego na grunt prywatnych praktyk i przestrzeni sama jego lektura zostaje uwolniona od jakichkolwiek ogólnych i odgórnych modeli „bycia widownią”. Hybrydyzacja pokrywa się w tym miejscu z wprowadzonym swego czasu przez Andrzeja Gwoźdźcia terminem „windowszycacji”²⁴, tzn. takiej organizacji filmowego doświadczenia, która w przestrzeni multimediów nie uprzywilejowuje już samego filmu jako nadrzędnej atrakcji audiowizualnej, ale raczej wpisuje go w gęstą siatkę innych aplikacji i modułów technologicznych obrastających wokół i wobec wyjściowego tekstu.²⁵ Konkludując zatem tę część rozważań – film i jego widownia ulegają procesom hybrydyzacji, ponieważ zarówno w kwestii organizacji formalnej tekstu, jak i proponowanych postaw odbiorczych funkcję pierwszoplanową zyskuje lektura paratekstualna, oparta na hiperlinkowym niemalże sposobie recepcji.

Jak wspominałem wcześniej, tego typu obserwacje najłatwiej poczynić, analizując te tereny współczesnej kultury filmowej, które w największym stopniu znajdują umocowanie w nowych technologiach. Jednakże w równym stopniu kategoria filmowego widza hybrydalnego odnosi się także do praktyk bywalców multipleksów, choć realizuje się tutaj oczywiście w nieco odmienny sposób. Charakterystyki tego rodzaju uczestnictwa podjął się w swym studium *Reinventing Cinema. Movies in the Age of Media Convergence* Chuck Tryon, i to do jego obserwacji postaram się w tym miejscu odnieść. Hybrydalność widowni multipleksów, jak to już zostało wcześniej wspomniane, przejawia się na trzech poziomach. Pierwszym z nich jest swoista nostalgia percepcyjna, przejawiająca się w poszukiwaniu kinowych retrodoświadczeń. Aby lepiej zrozumieć tę kategorię, odwołajmy się w tym miejscu bezpośrednio do publikacji Tryona, analizującego w tym kontekście przebój kinowy roku 2007 – projekt *Grindhouse* firmowany nazwiskami Quentina Tarantino i Roberta Rodrigueza. Ów projekt to składający się z dwóch tytułów – *Death Proof* oraz *Planet Terror* – eksperyment czołowych „bękartów” Hollywood, mający stanowić hołd dla przeżywających szczególnie bujny rozkwit w latach 70. amerykańskich grindhouse’ów, czyli tanich kin o niskim standardzie obsługi i projekcji, serwujących najczęściej produkcje kina klasy B. Komercyjny sukces *Grindhouse’u* Tarantino i Rodrigueza autor *Reinventing Cinema* stara się wytłumaczyć nie tylko prostą figurą nostalgicznej idylli – chęcią powrotu widza (zwłaszcza amerykańskiego) do epoki zadymionych sal serwujących prymitywną i lekkostrawną rozrywkę. Przyczyn popularności, jaką zyskał pomysł twórców *Pulp Fiction* (reż. Q. Tarantino, 1995) i *Desperado* (reż. R. Rodriguez, 1995), należy zdaniem Tryona dopatrywać się właśnie w hybrydyzacji zachowań odbiorczych. Jak przekonuje badacz, *Grindhouse* sam w sobie stanowi przykład filmowej hybrydy – oto bowiem mamy do czynienia z jednej strony z hołdem złożonym ekranowej tandecii. Obie historie rozgrywane się w ramach tego swoistego minicyklu to proste thrillery przedstawiające historię mordercy-kaskadera (*Death Proof*) oraz walkę grupy bohaterów z inwazją zombie (*Planet Terror*). Tarantino i Rodriguez nie tylko jednak odtwarzają tematykę klasycznych grindhouse’ów – dbają także o możliwie jak najdokładniejsze przywrócenie warunków tamtejszych projekcji. Oglądając oba epizody

Grindhouse'u, widz dostrzega zatem nieustannie ziarno na ekranie, w niektórych momentach warstwa audialna rozmija się z wizualną, a w *Planet Terror* dochodzi nawet do chwilowego „zerwania się” taśmy filmowej opatrzonego ironicznym komentarzem: „Kierownictwo kina przeprasza za usterki”. Każdym możliwym sposobem jesteśmy przekonywani, iż oto na powrót przekroczyliśmy progi tandetnego kina – problem w tym, iż doskonale zdajemy sobie sprawę, że *Grindhouse* oglądamy w perfekcyjnie zaprojektowanym multipleksie. Hybrydyczność przekazu objawia się w tym miejscu z całą mocą w połączeniu dwóch nieprzystających do siebie porządków – sztucznie zaprojektowanej ułomności technicznej tekstu i „wystawienniczej perfekcji” współczesnego kina. Prowadzi to, konkluduje Tryon, do sytuacji paradoksalnej – do zaistnienia nostalgii za klasycznym kinowym doświadczeniem, ale nostalgii w wersji „high definition”, o krystalicznie czystym obrazie i z przestrzennym dźwiękiem. Innymi słowy, o ile w mainstreamowym dyskursie marketingowym jesteśmy zachęcani, aby obcować z przekazem filmowym w „jedynie właściwy” sposób – tzn. poprzez zapośredniczenie multipleksowego ekranu – to pamiętać należy, iż samo to doświadczenie przepisywane jest teraz na wzór opisywanych przez Klinger domowych kultur filmowych; jest próbą odwrócenia pierwotnej inspiracji (kina domowe inspirowane kinami wielosalowymi) w celu wytworzenia „publicznie prywatnej” widowni multipleksów, uczestniczącej w pokazach multipleksowych na zasadzie pseudo-nostalgicznej, bo hybrydującej doświadczenie kinowe i domowe, potrzeby.

W ślad za powyższą cechą filmowej widowni hybrydalnej podąża natychmiast druga – odnosząca się do powszechnej już dziś technofilii w zakresie obcowania z filmowym przekazem. Gdyby bowiem pokusić się o uszeregowanie haseł towarzyszących promocji współczesnego sprzętu audiowizualnego – stanowiącego kośćć domowych systemów kinowych – nietrudno byłoby zauważyć, iż większość z nich odnosi się do obietnicy jak najdoskonalszego kontaktu z tekstem. Kolejne przełomy w jakości oferowanego obrazu (od standardu HD przez Full HD, 4K a ostatnio nawet 5K) oraz dźwięku (systemy Dolby i DTS, wytwarzające wielokanałowy dźwięk przestrzenny) mają – w opinii producentów – przybliżyć prywatne obcowanie z filmem do warunków kin wielosalowych. Ponownie jednak należałoby postawić w tym miejscu pytanie – czy aby na pewno o taki kierunek inspiracji tu chodzi? Współczesny widz filmowy jest niezwykle wybredny, jeśli chodzi o techniczne zaplecze projekcji, gdyż jest widzem mającym na co dzień do czynienia z zaawansowaną technologią rejestracji i odtwarzania. Nie chodzi tu już wyłącznie o systemy Home Cinema, ale chociażby o znajdujące się w kieszeniach większości z nas smartfony, które niejednokrotnie oferują już obraz HD czy Full HD wyświetlanych materiałów, a wiele z nich wyposażonych jest w certyfikaty THX czy Dolby Digital gwarantujące odtworzenie przestrzennego dźwięku po podłączeniu do odpowiednich systemów audialnych. W takiej sytuacji przestrzenie multipleksów muszą dostosować się do owego dyktatu High Definition, jeśli chcą konkurować o ludzką uwagę z prywatnymi systemami projekcji. Nigdzie nie widać tej walki równie wyraźnie, jak w przypadku kin sieci IMAX, które przed każdym seansem zapewniają swoich odbiorców, iż oto biorą oni udział w doświadczeniu (szczególnie

warta podkreślenia kategorial!), które zapewnia krystaliczną jakość obrazu, przytłaczające natężenie dźwięku oraz, jako efekt dwóch powyższych, w pełni immersyjne przeżycie kinowe. Warto jednak zapytać za Chuckiem Tryonem, czy aby w takim dyskursie jest jeszcze w ogóle miejsce na film? Jak zauważa autor – w przypadku sieci IMAX, ale również i innych współczesnych multipleksów chcących przykuć uwagę potencjalnego widza techniczną jakością swojej oferty, mówić już możemy o swoście samowrotnym komunikacie, tzn. o takim wariancie kinowego doświadczenia natury technologicznej, które zwraca uwagę samo na siebie, stanowiąc samowystarczającą podstawę atrakcji.²⁶ Nietrudno wyobrazić sobie, nomen omen, atrakcyjność takiego modelu seansu dla dzisiejszego widza-technofila, któremu – jak to zostało wspomniane – nieobce jest już techniczne „podbrzusze” filmowej projekcji. Technologiczna samowrotność multipleksowego doświadczenia jest zatem napędzana specyficznym rodzajem publiczności – publiczności składającej się ze „znawców” lub „fanów” technologii, którzy postrzegają wizytę w multipleksie jako hybrydyczne doświadczenie zrównujące przyjemność Tekstu i Maszyny, tzn. fabuły i sposobu technicznej prezentacji.

Rekonstruując we wcześniejszej części modelową przestrzeń współczesnego multipleksu, starałem się zwrócić uwagę na typowo paratekstuálny jej charakter – „dostawiający” sam seans do szeregu innych atrakcji towarzyskich i estetycznych, dostępnych w dużych sieciach kinowych. W tym miejscu chciałbym natomiast wpisać ową obserwację w kreślony obecnie przeze mnie ogólny model hybrydowej widowni, dla której kwestia paratekstualizacji filmowego doświadczenia jest jedną z najbardziej kluczowych. Znaczenie multimedialnych paratekstów dla dzisiejszego przemysłu filmowego jest już zjawiskiem doskonale rozpoznany i opisanym przez szereg czołowych badaczy tego fenomenu. Publikacje takie jak *Show Sold Separately. Promos, Spoilers and Other Media Paratexts* Jonathana Graya czy też zbiorowe opracowanie *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów* pod redakcją Andrzeja Gwoźdźcia nie pozostawiają wątpliwości, iż film współczesny nie znajduje odwrotu przed tekstualnymi naroślami, które obudowują się wokół niego, z czasem (jak zauważają poszczególni autorzy) unieważniając również jego status nadrzędnej atrakcji dla odbiorcy. Natura filmowych paratekstów może być oczywiście najprzeróżniejsza – od komiksów wydawanych na podstawie filmu, poprzez gadżety, specjalne wydania DVD i Blu-ray, aż po rekwizyty z planu lub osobiste przedmioty reżysera czy aktora. Najbardziej istotne wydają się jednak współcześnie parateksty multimedialne – obejmujące szereg propozycji oferowanych w ramach nowych technologii medialnych. Kształtowane w ten sposób opowieści transmedialne – jak zauważa Henry Jenkins – mają swe kulturowo-estetyczne konsekwencje dwojakiego rodzaju. Po pierwsze, znacząco przeobrażają one formalny wymiar współczesnego kina, coraz częściej oferując historie łamiące klasyczny porządek narracyjny. Tytuły mające otwarte zakończenia, niejednoznaczne i wymagające wielokrotnej lektury, pojawiają się na ekranach ze wzrastającą intensywnością. Jenkins wskazuje rok 1999 jako przełom dla tego rodzaju estetyki, wymieniając produkcje pokroju *Blair Witch Project* (reż. D. Myrick, E. Sánchez, 1999), *Biegnij Lola, biegnij* (reż. T. Tykwer, 1998), *Szósty zmysł* (reż. M.

Night Shyamalan, 1999), *Matrix*, (reż. A., L. Wachowscy, 1999), *Podziemny krąg* (reż. D. Fincher, 1999) czy *Być jak John Malkovich* (reż. S. Jonze, 1999) jako przykłady nowej, opartej w dużej mierze na narracji gier komputerowych, konstrukcji filmowej. Do powyższej listy nietrudno dodać kilka bardziej aktualnych przykładów: *Memento* (2000) i *Incepcje* (2010) Christophera Nolana, *Labirynt fauna* (reż. G. del Toro, 2006) czy *Prometeusza* (reż. R. Scott, 2012) – również stawiające przed swymi odbiorcami wyzwania w zakresie lektury szczególnego rodzaju, jaką jest lektura „pseudo-fanowska” (stanowiąca drugą z konsekwencji pojawienia się opowieści transmedialnych). Chuck Tryon zauważa na łamach „Reinventing Cinema”, iż wraz z popularyzacją nośników takich jak DVD i Blu-ray, wraz z powszechnym użyciem domowych systemów kinowych i adaptacją specyficznego sposobu odbioru związanego z powyższymi zjawiskami, obowiązujący model filmowego widza przeszedł swoistą metamorfozę w kierunku wzoru fanowskiego.²⁷ Demokrytyzacja postawy typu „movie geek” (takiego terminu używa Tryon) okazuje się kolejnym efektem pojawienia się domowych kultur filmowych, tym razem przybierającym postać hybryd partycypacyjnych. Wraz z nowym sposobem lektury filmu na DVD, który okazuje się lekturą „ekspercką” (polegającą nie tylko na obcowaniu z samym filmem, ale i gęstą siatką dopowiadających go paratekstualnych bonusów – wywiadów z twórcami, dokumentów o przebiegu realizacji, materiałów marketingowych itd.), postawa widza ewoluje od biernego odbiorcy ku zaangażowanemu, „wtajemniczonemu” znawcy. Daje to początek, jak zauważa autor, nowemu etapowi filmowego koneserstwa, które nie polega już na „znanstwie” konkretnych tekstów, ale raczej na „znanstwie” zaplecza ich powstawania, co niechybnie prowadzi ku wnioskowi o postępującej „fanizacji”. Postawę fanowską rozumieć tu należy jako tego rodzaju tekstualne i produkcyjne „znanstwo”.²⁸ Widz taki, potencjalny klient multipleksów, staje zatem naprzeciw tekstów zachęcających go do „pseudo-fanowskiej” lektury. Jak trafnie zauważa Jenkins, mówimy tu już o doświadczeniu filmowym/kinowym, które wymaga od widza „odrobienia pracy domowej”, tzn. konceptualnego przygotowania się do seansu, ale też zaangażowania w proces jego późniejszej dekonstrukcji, nierzadko wymagającej odniesienia się do obecnych, np. w Internecie, informacji dodatkowych czy nawet powtórnego seansu.²⁹ Widoczny w tym momencie paratekstualny tryb filmowej lektury okazuje się zatem podstawowym mechanizmem uczestniczenia w kulturze postkinowej. Mowa tu już nie tylko o paratekstualizowaniu samej przestrzeni multipleksu, ale i wpisaniu jego samego w ramy – wspomnianego we wstępie – synergicznego procesu zachodzącego w najgłębszych strukturach współczesnej filmowej produkcji, który w najbardziej gruntowny chyba sposób wpływa na kształtowanie nowego rodzaju widowni. I choć pamiętać trzeba, jak zauważa między innymi Miriam Hansen³⁰, że swoście paratekstualny tryb obcowania z filmowym doświadczeniem miał miejsce już w ramach wodewilowych prapoczątków kina, to i tak jego partycypacyjne nałożenie i ekonomiczne znaczenie w dzisiejszych czasach każe nam postawić tezę o wyłanianiu się zupełnie nowatorskiego mechanizmu w tym zakresie.

W mojej analizie starałem się znaleźć odpowiedź na pytanie, jakiego rodzaju instytucją są współczesne multipleksy, jak sytuują się względem swych skromniej-

szych pod względem liczby sal przodków, oraz dla jakiego rodzaju publiczności są one naturalnym centrum współczesnej kultury filmowej (transponowanej w coraz większym stopniu w kulturę postkinową). Możliwe jednak, że całość moich powyższych rozważań dałoby się podsumować inteligentnym żartem, który wygłosił na jednej z ceremonii wręczenia Oskarów Billy Crystal: „Czym są multipleksy? To kina w których płacisz za oglądanie jednego filmu, a słyszysz cztery”. To swego rodzaju intensyfikacja i dywersyfikacja „doświadczeń” docierających do nas w tego rodzaju ośrodkach kinowych, które starałem się opisać, a które jednocześnie odchodzą tak dalece od skupionego seansu z eseju Barthesa. Nie jest jednak powiedziane, iż francuski filozof nie opuściłby dzisiejszych multipleksów z równym uniesieniem, jak opisywał to w połowie lat 70. w odniesieniu do ówczesnych przestrzeni kinowych. Pytanie tylko, czy po multipleksowym seansie skierowałby swe kroki ku przytulnej kawiarence, w której dokonać by się miała ostateczna kontemplacja filmu, czy też raczej ku jednej z witających go po napisach końcowych „shopping mallowych” atrakcji.

Przypisy

- ¹ Marcin Adamczak w książce *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku* stawia wręcz tezę, iż właściwie już od momentu narodzin film musiał nieustannie negować pogłoski o własnej śmierci, oferując kolejne nowinki techniczne świadczące o swojej młodości. Por. M. Adamczak, *Globalne Hollywood, filmowa Europa i polskie kino po 1989 roku*, Gdańsk 2010.
- ² <http://www.youtube.com/watch?v=u6yC41ZxqYs>, [dostęp 25.09.2012].
- ³ Patrz: K. Krzysztofek, *Paratekst jako postfabrykat kultury*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, pod red. A. Gwoździa, Kraków 2010.
- ⁴ Ch. Acland, *Screen Traffic. Movies, Multiplexes and Global Culture*, Durham 2003, s. 113. [Partie pracy w tłumaczeniu Tomusza Żaglewskiego].
- ⁵ Patrz: M. Adamczak *Z DKF-u do multipleksu, czyli przeprowadzka X Muzy*, [w:] *Kino po kinie. Film w kulturze uczestnictwa*, pod red. A. Gwoździa, Warszawa 2010.
- ⁶ A. Weler, *Architecture? Or Abomination*, „National Post” 1998, nr 4, Cyt. za: C. Acland, op. cit., s. 109.
- ⁷ Patrz: M. Adamczak, *Przemysł audiowizualny*, [w:] *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, pod red. A. Gwoździa, Warszawa 2010.
- ⁸ Ibidem, s. 117.
- ⁹ M. Adamczak, *Z DKF-u...*, s. 97.
- ¹⁰ R. Barthes, *Wychodząc z kina*, tłum. Ł. Demby [w:] *Interpretacja dzieła filmowego*, pod red. W. Godzica, Kraków 1993, s. 157.
- ¹¹ Ch. Acland, op. cit., s. 118.
- ¹² M. Adamczak, *Z DKF-u...*, s. 104.
- ¹³ Ibidem, s. 105.
- ¹⁴ Patrz: N. Govil, J. McMurria, *Global Hollywood 2*, London 2005.
- ¹⁵ Ibidem, s. 100.
- ¹⁶ Ch. Acland, op. cit., s. 116.
- ¹⁷ A. Ndalians, *Neo-Baroque Aesthetics and Contemporary Entertainment*, Cambridge 2003, s. 180.
- ¹⁸ Ch. Acland, op. cit., s. 120-121.
- ¹⁹ R. Barthes, op. cit., s. 160.

- ²⁰ A. Ndalianis, op. cit., s. 193.
- ²¹ Patrz: Ch. Tryon, *Reinventing Cinema. Movies In the Age of Media Convergence*, New Brunswick-New Jersey-London 2009, s. 83.
- ²² M. Adamczak, *Z DKF-u...*, s. 105-106.
- ²³ Ch. Tryon, op. cit., s. 74.
- ²⁴ Patrz: A. Gwóźdź, *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*, Kraków 2003.
- ²⁵ Doskonałym przykładem lektury paratekstualnej, opartej na „windowszycacji” samego filmowego tekstu, jest przypadek Ani – jednej z bohaterek raportu *Młodzi i media*, która w swej postawie „kinofilskiej” w pełni ukazuje proces awansowania paratekstów kosztem skupionego seansu filmowego. Por. M. Filiciak, M. Danielewicz, [et. al.], *Młodzi i media. Etnografia cyfrowego świata*, „Kultura Popularna” 2010, nr 1, s. 16.
- ²⁶ Patrz: Ch. Tryon, op. cit., s. 70.
- ²⁷ Ibidem, s. 17.
- ²⁸ Warto w tym miejscu przywołać klasyczną już definicję fana wypracowaną przez Piotra Siudę: „Skupieni w fandomach fani to grupa odbiorców tekstów medialnych niezwykle zaangażowana w proces odbioru. Po pierwsze, mają oni ogromną wiedzę na temat ulubionego produktu, wielokrotnie go odczytują, obcuja z nim nie raz czy dwa, ale wręcz kilkadziesiąt, jeśli nie więcej razy. Po drugie, fan jest idealnym konsumentem, starającym się zakupić wszystko lub prawie wszystko, co z danym produktem jest związane. Po trzecie, fan poprzez wtórną produkcję dąży do intensyfikacji swojej przyjemności wynikającej z kontaktu z danym tekstem – jest nie tylko konsumentem, ale i twórcą” (P. Siuda, *Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, pod red. M. Sokołowskiego, Toruń 2008).
- ²⁹ Patrz: H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak Warszawa 2007, s. 100.
- ³⁰ Patrz: M. Hansen, *Babel & Babylon. Spectatorship in American Silent Film*, Cambridge 1991.

Postcinematic culture, or the moviegoer in the age of multiplexes

[Summary]

Where would Roland Barthes go nowadays after leaving cinema? Most probably not into the street covered with darkness, but rather into the nearest boutique or one of the many gastronomical points in the shopping mall. The question above is not, however, only an intellectual charade that is based on the famous essay of an extraordinary researcher. In the potential response there is a possibility of an important statement about the changes in the moviegoers' customs and the role of the cinema as an institution for the modern culture. In Barthes' original work movie theatre is not only a physical space described by the screen's size, number of chairs or the type of film projector. Movie theatre becomes here almost transcendental experience – some kind of hypnosis with the movie theatre as a temple of the Tenth Muse. By making the leap to modern times we can see the dramatically different status of the movie theatre and its meaning to the smartphone/tablet-user generation. In the much competitive environment of the new media technologies the whole "mystic" feeling of the movie show, as it was described by Barthes himself, fades and is being replaced with a new type of experience. Nonetheless, multiplexes – these fallen churches of film's mass consumption – are realizing as well the "bait" strategy (following the Barthes' term) and seduce its theoretical customers just like the older "film palaces". In my essay I concentrate on the analysis of moviegoer's customs and explain the role of a modern shopping mall's multiplexes in the process of creating a movie culture that is far away from the diagnosis proclaiming the death of the cinema as an important environment of a film experience.