

Nie sposób nie zauważyć tutaj braku zagadnień związanych z Internetem.<sup>6</sup> Wypada też zaznaczyć, iż Marek Hetmański sformułowane we wstępie zadanie zrealizował w sposób systematyczny. Pisząc na tematy fachowe, nie potrafił Autor stosować prostego i zajmującego języka.

Szkoda, że brakuje w książce przypisów w tradycyjnej formie oraz indeksów autorskiego i rzeczowego, co utrudnia szybkie wyszukanie interesujących czytelnika informacji. Szkoda także, że nie włączył Autor do bibliografii wymienionych już tytułów autorstwa Józefa Klocha i Stanisława Lema.

Mimo powyższych uwag, książkę Marka Hetmańskiego czyta się z podziwem dla erudycji Autora oraz prawdziwą satysfakcją intelektualną.

Piotr Zieliński

### **W świecie mediów, pod red. Eweliny Nurczyńskiej-Fidelskiej. Kraków 2001, 144 s.**

Omawiana publikacja stanowi plon X Ogólnopolskiej Sesji Filmoznawczo-Metodycznej, zorganizowanej przez Centralny Gabinet Edukacji Filmowej oraz Zakład Mediów i Kultury Audiowizualnej UŁ. Problematyka konferencji, podobnie jak dziewięciu wcześniejszych seminariów przygotowywanych cyklicznie od 1991 roku przez łódzkie środowisko naukowe, oscylowała wokół zagadnień związanych z dydaktycznymi aspektami kształcenia medialnego i funkcjonowaniem mass mediów w kulturze. O ile jednak uczestnicy poprzednich sympozjów koncentrowali się na problemach filmoznawczych, rozpatrywanych w kontekście praktyki pedagogicznej i metodyki pracy z filmem, o tyle prelegenci biorący udział w jubileuszowym spotkaniu w Borkach k/Tomaszowa Mazowieckiego poddali oglądowi obszary stanowiące *novum* w doświadczeniach nauczycieli i uczniów, tj. media elektroniczne.

W polskiej pedagogice edukację filmową postrzega się jako element „uzupełniający” wiedzę o literaturze, którą młodzież zdobywa za pośrednictwem szkoły. Tymczasem w epoce inwazji mediów elektronicznych pojęcie edukacja filmowa stało się – jak podkreśla Ewelina Nurczyńska-Fidelska – anachronizmem. Stąd postulat wprowadzenia terminu edukacja audiowizualna, które posiada szerszy zakres i jest terminem właściwszym, na określenie zjawisk związanych z przemianami, jakie dokonują się w sferze komunikacji, kultury i edukacji za sprawą globalnej ekspansji komputerów i Internetu. W referacie *Kultura i media. Przeciwstawienie czy ciągłość?*, który otwiera recenzowaną publikację, Autorka poddaje krytycznej ocenie programy ścieżek edukacyjnych: *Edukacja czytelnicza i medialna* oraz *Uczestnictwo w kulturze*, przeznaczonych dla szkół podstawowych, gimnazjów i liceów. Zauważa, że zawarte w nich treści traktują programy kultury elektronicznej w sposób powierzchowny i jednostronny, koncentrując się na instrumentalnym, operacyjnym wykorzystaniu przez młodych ludzi mediów (zwłaszcza komputera).

Programy edukacyjne kładą nacisk na kształcenie umiejętności praktycznego posługiwania się mediami, głównie w celach samokształceniowych i dla potrzeb pracy intelektualnej. „Odhumanizowanie” wiedzy o środkach przekazu, pominięcie zagadnień dotyczących historii i poetyki

---

<sup>6</sup> Pisze o tym choćby sam Autor recenzowanej pracy: M. Hetmański, *Internet jako maszyna cybernetyczna*, [w:] *Internet 2000, prawo – ekonomia – kultura*, pod red. R. Skubisza, Lublin 2000, s. 424–442.

mediów oraz estetyki odbioru prowadzi do tego, że polską szkołę opuszcza młodzież doskonale obsługująca komputer, obeznana w technologii Internetu, ale jałowa intelektualnie i emocjonalnie, nieświadoma „niebezpieczeństwa manipulacji” ukrytego w przekazach mass medialnych. W treści analizowanych programów Autorka dostrzega szereg błędów merytorycznych, nieprecyzyjnych sformułowań, pomieszanie fundamentalnych pojęć. Za paradoks uznaje uczynienie z medium teatru, przy jednoczesnym pominięciu sztuki kina. Z niepokojem patrzy na brak przejrzystości i niedopracowanie programów kształcenia medialnego. Postuluje pilne opracowanie wyraźnego konceptualnie modelu i rozumnego projektu edukacji kulturalnej młodego pokolenia, traktując swoje wystąpienie jako punkt wyjścia do ogólnokrajowej dyskusji pedagogów oraz poszukiwań racjonalnych, uszczegółowionych, a przede wszystkim użytecznych rozwiązań metodycznych.

Książka nie poświęca wiele miejsca problemom sztuki filmowej. Znaczący mediów mają świadomość tego, iż w kontekście elektronicznych środków przekazu film stał się sztuką bez mała klasyczną. Refleksje zawarte w rozprawach składających się na całość publikacji zmiernie raczej w kierunku „oswajania mediów” najnowszej generacji, takich jak: telewizja cyfrowa, wideo, komputer, wideoklip czy reklama, traktowanych tutaj, jako środki przekazu stanowiące swoiste formy nowoczesnej wypowiedzi artystycznej.

O sytuacji filmu w kontekście innowacyjnych technik i technologii rejestracji obrazu traktuje Andrzej Gwoździński w referacie *O życiu obrazów w kinie na przełomie wieków (Wenders, Greenaway)*. Autor zwraca uwagę na modyfikacje, jakie dokonują się w obrazie filmowym pod wpływem nowatorskich „technologii widzialności”, m.in. rzeczywistości wirtualnej. Film przestał być tekstem kina, podlega daleko idącym procesom digitalizacji i komputeryzacji, posługuje się nieznanymi dotąd strategiami wizualnymi, wykorzystuje obrazy ultrasonograficzne, termograficzne i komputerowe, co sprawia, że staje się obszarem dyfuzji rozmaitych form mediów, „artefaktem medialnych kombinacji”, realizując zasadę intermedialności typową dla postnowoczesności. Równocześnie przekształca się przestrzeń odbioru filmu, który jest dostępny dzięki różnym środkom przekazu, takim jak: kino, telewizja, wideo, komputer, VCD, DVD, i utrwalany na różnorodnych nośnikach. Za przełomowe dla kina Autor artykułu uznaje przywoływane w tekście egzemplifikacje dzieł filmowych Wima Wendersa i Petera Greenawaya, ponieważ generują one sposoby powoływania nowych obrazów/światów, tematyzują i poddają refleksji status obrazów cyfrowych, uświadamiają autoreferencyjność kina w przestrzeni pomiędzy mediami elektronicznymi.

O telewizji, jako zjawisku kulturowo-społecznym, „nad-którym-się-myśli i z-którym-się-myśli”, pisze Wiesław Godzic w szkicu *Rozumieć telewizję, zrozumieć telewidza*. Autorka zastanawia wielość znaczeń i funkcji społecznych przekazów telewizyjnych oraz rolę widza w procesie odbioru. Stara się odpowiedzieć na pytanie: dlaczego widzowie chętnie oglądają programy, w stosunku do których wyrażają negatywne emocje? Stanowczo odrzuca koncepcję widza naiwnego, bezmyślnie pochłaniającego „telewizyjną papkę”. Współczesny odbiorca mediów to raczej „uczestnik spektaklu”, odbiorca aktywny, niewątpliwie konsument, jednakże przynajmniej częściowo zdystansowany wobec treści kreowanych przez środki przekazu. Przyszłość mass mediów upłynie – jak utrzymuje W. Godzic – pod znakiem podglądactwa, rozlicznych *reality-shows* i dokumentalnych telenowel, których istotą jest symulacja rzeczywistości. Rodzi to konieczność powszechnej, wieloetapowej edukacji medialnej, która pozwoliłaby wyrobić u odbiorców niezbędny dystans wobec treści przekazywanych na ekranie.

Zasadniczy fundament pracy stanowią teksty Ryszarda W. Kluszczyńskiego, poświęcone zagadnieniom sztuki wideo, Internetu i multimediów. W artykule *Historia i estetyka sztuki wideo*

Autor omawia rodowód i dzieje wideo od momentu narodzin tego medium u schyłku lat pięćdziesiątych XX wieku, aż po czasy współczesne. Analizuje przeobrażenia dokonujące się za sprawą tej formy popsztuki w sferze odbioru obrazu filmowego i komunikacji społecznej. Rozważania o specyfice i istocie video artu wydają się szczególnie cenne ze względu na obszerny fragment poświęcony awangardowej sztuce wideo w Polsce, obszarowi dotychczas nierozpoznanemu przez badaczy. Refleksja nad Internetem i typem kultury, który narzuca „globalną pajęczynę”, to temat drugiej rozprawy medioznawcy, pt. *Artystyczno-kulturowe znaczeniu Internetu*. Badacz wskazuje tutaj zmiany, jakie dokonują się w sferze komunikacji międzyludzkiej za sprawą ekspansji ponadgranicznych sieci teleinformatycznych, podkreślając wartość modelu opartego na interakcji. Omawia związane z Internetem zjawiska kulturowe, takie jak *mail art*, *net art*, strony *www art*. W artykule *Światy multimediów* dokonuje charakterystyki fenomenu multimedialności. Wyjaśnia pojęcie interaktywności – kluczowe dla zrozumienia istoty współczesnej kultury elektronicznej, którego desygnowanie przysparza badaczom niemało problemów, a w samych definicjach pojawiają się nieścisłości. Interaktywność oznacza swoisty dialog pomiędzy dziełem sztuki a odbiorcą, a także szczególne właściwości samego dzieła, które relację tego typu inicjują. Interaktywność to konstytutywna właściwość cyberkultury i rzeczywistości wirtualnej, które zostały w tekście obszernie opisane.

W studium Andrzeja Pitrusa *Reklama: manipulacja czy informacja?* rozważane jest zjawisko obecne w Polsce dopiero od kilkunastu lat, tj. reklama. Przedmiotem dociekań Autora staje się mechanizm oddziaływania komunikatów reklamowych na konsumentów. Badacz szuka odpowiedzi na pytanie: czy reklama jest jedynie formą manipulacji sprawiającą, że konsumenci kupują reklamowane produkty czy raczej rodzajem rynkowego przewodnika ułatwiającego wybór odpowiedniego towaru? Spostrzega, że dokonała się społeczna „demitologizacja” reklamy. Coraz częściej pojawiają się opinie, że reklama jest swoistą sztuką, „grą komunikacyjną”, której funkcjonowanie zależy w równej mierze od nadawców i konsumentów. Można ubolewać, że na gruncie współczesnej refleksji nad zjawiskiem reklamy stale brakuje teorii umożliwiających jej zrozumienie, zinterpretowanie i precyzyjne opisanie mechanizmów funkcjonowania. Nie jest to jednak problem, który dotyczyłby wyłącznie reklamy, ale łączy się z większością zjawisk z obszaru dzisiejszej kultury popularnej.

O nowym zjawisku kulturowym, tj. grach komputerowych, pisze Konrad Klejsa w artykule *Czy naprawdę trzeba grać, żeby wygrać? O fenomenie gier komputerowych*. Wirtualna rozrywka zdobywa coraz większą publiczność i silną pozycję w kulturze audiowizualnej, wypierając literaturę oraz film. Nie należy jednak zapominać, że gry komputerowe to medium, które czerpie z tradycji piśmienniczej i kinematograficznej, i to jest główny powód sukcesu rynkowego elektronicznej rozrywki. Tak jak silne są związki kina z literaturą, tak samo znaczące są korelacje pomiędzy filmami fabularnymi a grami komputerowymi. Gry komputerowe to swoista imitacja popularnego widowiska filmowego.

Publikację zamyka tekst *O komiksach* napisany przez gdańskiego uczonego Jerzego Szyłaka. Artykuł wydaje się wartościowy nie tyle ze względu na zawarte w nim definicje komiksu, przedstawienie specyfiki medium, lecz z powodu obecności fragmentów, które sytuują komiks w kontekście sztuki literackiej i kina. Popularność komiksu wynika ze swoistości poetyki. Komiks to „medium ikonolingwistyczne”, na którego gruncie obserwujemy mariaż słowa i obrazu. Realizacje komiksowe przejęły funkcję krzywego zwierciadła rzeczywistości, która dotychczas zarezerwowana była dla sztuki literackiej i filmu.

Praca posiada charakter kompendium wiedzy o mediach współczesnych. Szeroko traktuje zagadnienia kultury i estetyki mediów: począwszy od mediów tradycyjnych, jak film, komiks czy

telewizja, na cyberkulturze i rzeczywistości wirtualnej kończąc. Autorów tekstów zawartych w tomie interesuje nie tylko socjokulturowy aspekt wspomnianych zjawisk, ale także kwestie dotyczące statusu dzieła sztuki w kulturze medialnej, technologii środków przekazu, przeżyć estetycznych odbiorcy. Uzupełnienie książki w wybór najnowszej literatury z zakresu wiedzy o mediach i kulturze popularnej jest jej dodatkowym walorem. Publikacja porządkuje i pogłębia wiedzę z zakresu mediów audiowizualnych oraz komunikacji masowej. Może zainteresować wszystkich, którzy zajmują się zjawiskami współczesnej popkultury w jej medialnej postaci, dla tych zaś, którzy mass mediami zajmują się zawodowo, powinna stanowić lekturę obowiązkową.

*Anita Has-Tokarz*