

Warszawa, 16 czerwca 2017

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr Agnieszki Całek
pt. *Funkcje nadawców i odbiorców w partycypacyjnym modelu kreowania*
i użytkowania opowieści transmedialnej

Przedmiotem recenzowanej pracy są narracje prowadzone przy równoległym użyciu wielu kanałów medialnych. Kluczowym elementem ramy teoretycznej dysertacji jest koncepcja *transmedia storytelling* Henry’ego Jenkinsa – choć warto zaznaczyć, że już na początku rozprawy Autorka stwierdza, że przedstawione przez amerykańskiego badacza definicje opowiadania transmedialnego są niedoskonałe i wymagają doprecyzowania. O kierunku tego „uszczelniania” definicji będę pisać w dalszej części recenzji, w tym miejscu zaznaczę więc tylko, że mgr Agnieszka Całek analizuje opowiadanie transmedialne zarówno jako proces twórczy/produkcyjny, jak i jego efekt, który określa mianem meta-gatunku medialnego. Dysertacja została podzielona na cztery rozdziały – pierwszy to teoretyczny wstęp poświęcony procesowi prowadzenia opowieści transmedialnej, jej strukturze oraz funkcjom. Drugi to prezentacja metodologii badawczej, użytej w trzecim rozdziale do analizy trzech studiów przypadków. Ostatni rozdział podsumowuje całość wywodu. Choć pewne wątpliwości mogą budzić proporcje poszczególnych fragmentów (wstęp teoretyczny zajmuje ponad połowę liczącego niespełna 200 stron tekstu, z kolei studia przypadków to analizy liczące po zaledwie kilkanaście bogato ilustrowanych stron), konstrukcja całości wydaje się być jak najbardziej uzasadniona i logiczna, zwłaszcza, że najobszerniejsza pierwsza część pracy jest obficie przetykana przykładami.

Na pochwałę bez wątpienia zasługuje forma pracy – wydaje się, że doktorantka umiejętnie korzysta z najlepszych anglosaskich wzorców, starannie prowadząc czytelnika przez swój wywód. Nowe elementy zostają przed rozwinięciem zawsze zapowiedziane i

uzasadnione, pisząc najkrócej: dobrze się to czyta i wywód jest przejrzysty. Podobnie z metodą mapowania, którą mgr Całek posługuje się w części analitycznej – wizualizacje procesu tworzenia tekstów wpisujących się w opowieść transmedialną, jak i budowa map opowieści pozwala w przejrzysty sposób pokazać wynik analizy, ale jest też jej integralnym narzędziem. Oczywiście można się zastanawiać, na ile ta metoda obarczona jest ryzykiem pewnych uproszczeń, związanych przede wszystkim z kategorią tekstu założycielskiego – co najlepiej widać chyba na przykładzie wspominanej w pracy marki „Wiedźmin”. Początek dała jej oczywiście proza Andrzeja Sapkowskiego, będąca jednak nieznana wielu fanom gry, której zasięg był niewątpliwie znacznie większy, niż ten uzyskany przez opowiadania i książki o wiedźminie Geralcie. Stąd problem niekonięcznie zbieżnych chronologii tworzenia i masowego dostępu do treści, być może jednak przeze mnie przeceniany – faktem jest, że wspomniane mapowanie pomimo tych zastrzeżeń sprawdza się jako narzędzie badawcze.

Za ciekawy uznać można pomysł potraktowania opowieści transmedialnej jako swoistego panaceum na fragmentację sfery publicznej, choć znów, gdy Autorka pisze o nowym kanonie kulturowym można dopatrzeć się w tekście pewnych uproszczeń, a przynajmniej pominąć – wszak liczne raporty z badań, poczynając od *Raportu o stanie i zróżnicowaniach kultury miejskiej w Polsce* pod redakcją Wojciecha Burszty i Barbary Fatygi pokazały, że kanon rozpadł się dziś na setki nisz. Można to zresztą zarejestrować także na bliższym chyba mgr Całek poziomie zasięgu tekstów medialnych, choćby przez śledzenie oglądalności kontynuacji legendarnych produkcji, takich jak choćby dające się zresztą potraktować jako opowieść transmedialna *Twin Peaks* (wg danych Nielsena oglądalność niektórych odcinków nowej serii wyniosła w USA poniżej 200 tys. osób). Szkoda, że Autorka sporadycznie sięga do danych z badań ilościowych, a jeśli robi to, niekonięcznie szuka odniesień do Polski lub selekcionuje informacje w sposób nie do końca zrozumiały. Przykład – odniesienie do europejskiego badania kompetencji użytkowników. Świetnie, że mgr Całek uwzględnia wątek poziomu kompetencji medialnych, ale przywoływaną typologię kwituje stwierdzeniem, że „[p]odział ten jest wprawdzie interesujący i można się z niego sporo dowiedzieć o zwyczajach internetowych Europejczyków, ale praktycznie jest nieprzystający do przedmiotu tej pracy” (s. 87). Po co więc o tym pisać?

Interesujący i uporządkowany wywód zyskałby bez wątpienia, gdyby wzmocnić w nim właśnie ten wymiar lokalny, ale też uwzględnić przemianę analizowanych zjawisk w czasie. Ostatnia dekada to okres dynamicznych zmian i stopniowego odejścia od Web 2.0 opartego na *user generated content* na rzecz działającego zupełnie inaczej i ustawiającego w przynajmniej częściowo innej roli użytkowników paradygmatu *user generated data*. Śladem takiej refleksji, choć idącej w nieco innym kierunku, może być wzmianka o profesjonalizacji oddolnych twórców, problematyzująca w ciekawy sposób ten wątek – znów jednak w sposób rozbudzający chyba uzasadnione oczekiwania na bardziej pogłębione zajęcie się tematem. Przede wszystkim jednak szkoda, że Autorka sygnalizując już na początku tekstu ograniczenia wyjściowej koncepcji *transmedia storytelling* Jenkinsa, nie pozwala sobie na jej bardziej dogłębną krytykę, która być może pomogłaby nie tylko przepracować definicję tej kategorii, ale też dojść do wniosku, że trudno ją stosować jako coś więcej niż pewną ogólną optykę. O ile bowiem opowieść transmedialna bez wątpienia sprawdza się jako perspektywa, w duchu obecnym dziś w różnych obszarach nauk humanistycznych i społecznych koncentrująca się na analizowaniu relacji i powiązań pomiędzy różnymi elementami, to już jako narzędzie analityczne jest po prostu – nie tylko moim zdaniem, co pokażę dalej – nieprecyzyjna. Gdy więc mgr Całek pisze (strony 24-5), opracowując własną definicję, że wyróżnikiem opowiadania transmedialnego jest to, iż jest ono prowadzone przy użyciu różnych narzędzi komunikacyjnych i platform medialnych, jest też względnie długotrwałe, a w prowadzenie narracji zaangażowani są twórcy komercyjni i odbiorcy-użytkownicy, można zastanawiać się, jakie rodzaje opowieści tych kryteriów nie spełniają? Ewentualnie po prostu zapytać, co w tym zjawisku jest nowego – skoro każda opowieść przeniesiona, także przez użytkowników, na obszar innego medium staje się opowiadaniem transmedialnym, to takimi opowiadaniem były chyba wszystkie popularne teksty w historii ludzkości, od mitów poczynając. Wątpliwości można mnożyć. Czy np. każde wystawienie dramatu na teatralnej scenie czyni z niego opowieść transmedialną? Albo odegranie go przez amatorów, np. w ramach przedstawienia szkolnego?

Te kłopoty definicyjne przynajmniej po części wynikają z faktu, że Autorka opowiadanie transmedialne traktuje przede wszystkim jako przestrzeń działań fanów, marginalizując silnie obecną nawet u Jenkinsa perspektywę biznesową. Choć próby

scentralizowanej kontroli nad marką skazane są dziś na niepowodzenie, to jednak takie podejście pozwala w jakiejś mierze zarządzać granicami transmediów. W *Kulturze konwergencji* Jenkins faktycznie pisze o *transmedia storytelling* nieco mętnie, ale próbuje ten sposób opowiadania różnicować choćby od spin-offów, co sprawia, że centralny charakter kontroli nad łukami narracyjnymi wydaje się w tym ujęciu istotny. W wypadku, gdy każdy zabieg fanowski, nawet o niszowym zasięgu, wyprowadza opowieść poza granicę medium, to interesującymi współczesnymi opowiadaniem transmedialnymi są nie tylko wielkie globalne marki, jak analizowane przez Autorkę (i niewątpliwie dobrze w swym zróżnicowaniu dobrane) „Madagaskar”, „Kosogłos” i „Gra o tron”, ale też choćby „M jak miłość”. I – będę się przy tym upierać – w zasadzie każda opowieść, która spotka się z fanowską reakcją, o co dziś nietrudno. Moich wątpliwości nie rozwiała sformułowana na stronie 48. definicja opowieści (jako efektu, a nie procesu) transmedialnej, która ma być złożona narracyjnie, wielowątkowa i osadzona w autonomicznym uniwersum, rozbudowywana przez profesjonalistów jak i fanów, składająca się z tekstów które pozostają zrozumiałe jako pojedyncze elementy, ale nie są całkowicie autonomiczne, wreszcie – rozwijana w niekreślonym czasie. Pomijając już sensowność rozdzielania definicji procesu i jego efektu w sytuacji, gdy Autorka unika perspektywy studiów produkcyjnych i w bardzo ograniczonym stopniu interesuje się logiką biznesową, ta definicja wciąż brzmi moim zdaniem nieprecyzyjnie i zbyt szeroko. Rozumiem chęć uniknięcia „wylania dziecka z kąpielą”, ale jednak definicja kluczowej kategorii powinna być węższa, jeśli sensowność jej użycia jest przez Autorkę podtrzymywana. Nie chcę zostać źle zrozumiany: uważam, że kategoria opowiadania transmedialnego w jakiejś formie jest przydatna, a jej akademicka popularność nie wynika tylko z mody, ale raczej z faktu, że dotyczy istotnych procesów. Wymaga to jednak krytycznego opracowania, uściślenia, zapewne też odwołań do licznych tekstów krytykujących pracę Jenkinsa. Nie chodzi tu o moje osobiste preferencje – Autorka ma pełne prawo koncentrować się na perspektywie studiów fanowskich, marginalizując kwestie ekonomiczne, ale równocześnie powinna choćby odnieść się do konsekwencji, jakie rodzi to dla wzmiankowanych definicji.

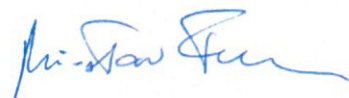
To wyjście poza lekturę Jenkinsa i bardziej krytyczny do jego tekstów dystans byłby zresztą korzystny dla wszystkich obszarów pracy. Możliwe mielibyśmy dyskusji o opowiadaniu

transmedialnym celnie punktuja choćby Domingo Sanchez-Mesa, Espen Aarseth, Robert Pratten i Carlos A. Scolari w „przeglądowym” tekście wchodzącym w skład poświęconego transmediom wydania czasopisma „Artnodes”. Ich tekst to zgrabny zbiór podzielanych przeze mnie wątpliwości – użytecznych przy ewentualnych przyszłych modyfikacjach tekstu. Autorzy opowiadanie transmedialne określają jako „obiekt pożądania i iluzję”, zastanawiając się nad granicami tego zjawiska w medialnym ekosystemie, w którym coraz bardziej rozmyta jest sama kategoria „medium”. Krytykują też tkwiące w koncepcji Jenkinsa i wielokrotnie krytykowane, zwłaszcza w obszarze badań gier i Nowej Historii Kina przekonanie o prymarnie narracyjnym charakterze mediów, podczas gdy transmedialnym wehikułem częściej bywają światy i postaci. Stąd np. Aarseth proponuje, by zamiast mediami zajmować się gatunkami i analizowane zjawisko nazwać *cross- (czy trans-) gatunkowym lokowaniem treści (content placement)*, które nie jest w kulturze niczym nowym. Na liście zarzutów pojawia się także kategoria adaptacji, którą autorzy określają dość obcesowo „czarną dziurą” badań nad opowiadaniem transmedialnym. Adaptacja jako analizowana od dawna strategia transferu treści i angażowania publiczności w fikcjonalnych światach powinna stanowić fundament refleksji nad *transmedia storytelling*, ale jest pomijana, zapewne głównie ze względu na konflikt z opowieścią o nowości. Do listy wątpliwości można dodać w tym miejscu także brak świadomości historycznej narracji o opowiadaniu transmedialnym, którą błyskotliwie eksponuje w swoich tekstach choćby Matthew Freeman, twórczo polemizujący z częścią założeń Jenkinsa.

Aby nieco zrównoważyć ten krytyczny ton związany z wątpliwościami definicyjnymi dodam, że obszerne fragmenty pracy nie budzą zastrzeżeń, jak choćby bardzo dobrze poprowadzona i pogłębiona typologia praktyk fanowskich. Autorka obszernie i przekonująco opisuje też konwergencję mediów jako istotny kontekst opowiadania transmedialnego, popełniając jednak kilka błędów pisząc o cyfryzacji. Gdy czytam np. o „możliwości zapisywania informacji w postaci bitów” (s. 70) jako o nowym zjawisku, to nie jest dla mnie jasne, o co chodzi – czy o powstanie zapisu binarnego? Jego współczesna wersja liczy sobie przecież 300 lat, a to i tak tylko jeśli pozostaniemy w kręgu matematyki europejskiej. Wątki związane z technologią warto jeszcze skorygować, bo pomyłek jest więcej, np. na s. 81 pojawia się sugestia, że hakerzy przechwytyują kody źródłowe... filmów. To jednak drobiazgi.

W części „fanowskiej” – skoro już o niej wspomniałem – można mieć pewne uczucie niedosytu związane z brakiem wyjścia dalej poza oficjalne i nieoficjalne teksty i otwarcie na inne obszary funkcjonowania fanów, niezwiązane z treścią opowieści, jak choćby dyskusje na fanowskich forach. Pomogłoby to wzmocnić niektóre z hipotez, jak krytykowane od przeszło dekady założenie Jenkinsa o możliwym pozytywnym wpływie aktywności fanowskiej na sferę polityczną. Rozumiem jednak, że założenia były inne.

Reasumując: zachęcam Autorkę do podejmowania w przyszłości bardziej odważnych korekt i krytycznego stosunku do opracowań, na których bazuje – w wypadku doktoratu nie do końca, pomimo zapowiedzi z początku pracy, udało się to zrealizować. Przedstawiony tekst oceniam jednak jako solidny punkt wyjścia do dalszych analiz, bo choć poetyka recenzji sprawia, że mocniej brzmią wątki krytyczne, trzeba stwierdzić, że to dobra, choć nie wolna od potknięć praca. Gdyby miała stać się kiedyś podstawą publikacji, warto byłoby ją jeszcze zmodyfikować, by miała szansę stać się zauważalnym głosem na temat przemian medialnego ekosystemu, w szczególnie mocny sposób uwzględniającym perspektywę *fan studies*. Aby jednak usunąć nierówności tekstu, niezbędne są drobne uzupełnienia na poziomie faktograficznym, a przede wszystkim uspoźnienie części teoretycznej. Jednak już w obecnym kształcie ostateczny bilans wypada na plus. Dlatego opowiadam się za dopuszczeniem mgr Agnieszki Całek do dalszych etapów postępowania o nadanie jej tytułu doktora w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinie nauki o mediach.



dr hab. Mirosław Filiciak
Instytut Kulturoznawstwa
Uniwersytet SWPS