

Teksty pochodzą z czasopism:
„Polonistyka” i „Nowa Szkoła”

Redakcja:
Elżbieta Świdarska-Choraży

© Copyright by Elżbieta Świdarska-Choraży

ISBN 978-83-933442-1-5

Skład, łamanie, druk i oprawa
Zakład Graficzny Uniwersytetu Warszawskiego.
Zam. 958/ 2011

Blizej kina

Konferencje filmoznawczo-metodyczne
w Borkach

Elżbieta Świdarska-Choraży

Warszawa 2011

INWAZJA MEDIÓW X OGÓLNOPOLSKA SESJA FILMOZNAWCZO-METODYCZNA (BORKI 2000)

Temat i program X Ogólnopolskiej sesji Filmoznawczo-Metodycznej „Inwazja mediów” wzbudziły duże zainteresowanie nauczycieli, pracowników naukowych wyższych uczelni, organizatorów dyskusyjnych klubów filmowych. Wobec zainteresowań i preferencji młodzieży, jej wychowawcy nie mogą przechodzić obojętnie, odrzucając fenomen popularności gier komputerowych, wideo czy Internetu.

Na II etapie edukacyjnym (kształcenie blokowe) w klasach IV-VI wprowadzono tzw. ścieżki edukacyjne. Wśród nich znalazła się „edukacja czytelnicza i medialna”, która powinna przygotowywać młodego czytelnika zarówno do samodzielnego zdobywania informacji, jak też świadomego ich wyboru. Animatora i autorka koncepcji merytorycznej sesji, prof. dr hab. Ewelina Nurczyńska-Fidelska i organizatorzy z Centralnego Gabinetu Edukacji Filmowej w Centrum Zajęć Pozaszkolnych nr 1 i Zakładu Kultury Audiovizualnej Uniwersytetu Łódzkiego wykazali niezwykle zrozumienie dla potrzeb reformowanej szkoły. Edukacja medialna to zupełnie nowe wyzwanie dla szkoły. Z realizacją tej ścieżki ze względu na braki w przygotowaniu nauczycieli i bazy nie jest dobrze.

Tymczasem te treści pojawiają się również w innych przedmiotach. Szkoła staje przed niezwykle trudnym zadaniem.

Sesję „Inwazja mediów” stworzyła prof. Nurczyńska podkreślając, że zaproszenie na sesję jako autorzy referatów przyjęli wybiniń specjalści z różnych ośrodków uniwersyteckich, zajmujący się problematyką medialną.

Wykład „O życiu obrazów w kinie na przełomie wieków” wygłosił prof. dr hab. Andrzej Gwóźdź (UŚ-UK). Film, według profesora, kilka lat temu wyszedł z kina, a obecnie wraca do niego odnieniony, otwarty na oddziaływanie innych mediów. Film jest poddawany elektronicznej, wprowadza do ikonosfery nowe porządki widzialności. Kino jest dziś intermedialne, jest dokumentem, gdyż

zapisuje się świat mediów współczesnych czasów. Już łączy się film wideo. Internet – takie filmy, są laboratorium nowych widzialności.

Dr hab. Ryszard Kluszczyński (UŁ) mówił na temat: „Historia i estetyka sztuki wideo”. Obecnie w niektórych środowiskach wyprzedzająca kaset staje się głównym nośnikiem treści kultury wobec zamykania bibliotek. Współczesna „biblia pauperum” (jak nazywają wideo niektórzy krytycy) przyjęła schodę po części po technologii filmowej, ale jest to nowy sposób odbioru. W wypadku oglądania wideo pozostaje się w świecie wirtualnym i fizycznym. Od początku sztuka wideo miała różnicowany charakter intermedialny. Wideo nie daje się wytłumaczyć przez fakt przypisania mu tylko cech właściwych dla niego. Dla współczesnej kultury charakterystyczny jest dyskurs mozaikowy.

We współczesnej sztuce artysta coraz częściej wyznacza ramy, przestrzeń i kontekst dla odbiorcy. W przypadku multimedialnych istnieje coś, co się tworzy z odbiorcą. Wideo nie produkuje fabuły, koncentruje się na obrazie, każe się interpretować zupełnie inaczej niż kino. Wideo taśmy, wideo instalacje, wideo performance (aktywne działania) są to odmiennie obszary sztuki. Przyszłość to prawdopodobnie teleputer, połączenie telefonu i komputera. Bez wychodzenia z domu zamówimy przez telefon i obejrzymy film na komputerze. Czy można mówić o sztuce wideo? Tym pytaniem zakończył swój wykład dr hab. R. Kluszczyński.

Członek rady programowej telewizji, prof. dr hab. Wiesław Godzic (UJ), mówił na temat: „Rozumieć telewizję, zrozumieć telewidza”. Profesor przytoczył obiegowe sądy o telewizji, że sztucznie oddcina od świata, ogranicza kontakty towarzyskie. Widz ogląda telewizję najczęściej w domu, ale w sposób wybiórczy, mechaniczny. Badania prowadzone w USA i Anglii dowodzą, że telewizję ogląda się np. podczas pisania listów, odkurzania. Istnieje również coś takiego, jak strategia męska! „Włączam telewizor, dajcie mi spokój”. Telewizja zakłada wiele znaczeń – wybieraj!

Edukacja, informacja, rozrywka to trzy cele telewizji publicznej, której budżet w 70% pochodzi z reklam. Jednak oświeceniowy system BBC legł w gruzach, a wśród oglądających „Świat według Kiepskich” 40% to ludzie z wyższym wykształceniem. „W moim świecie nie musisz się niczego bać” – mówi twórca programu. Telewizja jest częścią naszego życia.

Dr hab. Ryszard Kluszczyński mówił też o „artystyczno-kulturowym” znaczeniu Internetu, który nazywa się globalną lub światową pajęczyną. U podstaw leży marzenie o niezależnym komunikowaniu

się. W świecie globalnej komunikacji internetowej możemy obserwować wiele przeobrażeń kulturowych. Zmienia się np. sytuacja sztuki. Galerie, muzea mają coraz częściej swoje strony internetowe i ludzie przy komputerach wpatrzni w ekran oglądają obrazy zamiast pójść do muzeum.

Wielu artystów zaczęło tworzyć swe prace w Internecie. Dzieło internetowe nie ma określonej struktury. Wchodzimy w dowolnym momencie i poruszamy się w różnych kierunkach. Tradycyjne kryteria wartościowania tu nie funkcjonują, bo jest to narzędzie do komunikowania się, gwarancja wolności słowa.

W dyskusji po wykładzie słuchacze zgłosili wątpliwość, czy obcowanie z Internetem nie odbierze młodemu człowiekowi zdolności do życia w społeczeństwie, do wyboru wartości. Prof. Nurczyńska zwróciła uwagę, że starsze pokolenie nauczycieli musi dogonić ucznia. Przypomniała sąd Z Baumaną, że w dzisiejszym świecie nie możemy się czuć prawodawcami, jak żyć, tylko tłumaczami. Głównym problemem naszego świata będzie wiele systemów wartości, spośród których trzeba wybierać.

Dr hab. Ryszard Kluszczyński mówił też o świecie multimedów. Wobec dzieła multimedialnego odbiorca musi przyjąć aktywną postawę, gdyż dzieło bez niego nie istnieje. Jeżeli sobie założymy jakąś całość, to będzie nasza całość, ktoś inny stworzy inną. Sztuka i nauka zachodzą tu na siebie. Obserwujemy zacieranie się granic między różnymi dziedzinami aktywności ludzkiej. Połączenie Internetu z przestrzenią wirtualną – w tym kierunku idą poszukiwania.

Temat tak popularnego wśród młodzieży komiksu omówił dr Jerzy Szyjak (UG) w referacie „Komiks i okolice kina”.

Znany teoretyk filmu, Aleksander Jackiewicz powiedział, że „komiks krąży we krwi współczesnego kina”. Komiks to historia opowiedziana za pomocą ciągu obrazków. Od literatury wziętą fabułę, od sztuk plastycznych rysunek. Zarzuty wobec komiksu, że zubaża wyobraźnię, że rysunki w podręcznikach są zbyt uproszczone, formułowane są przez pedagogów i krytyków. Obrońcy zaś stwierdzają, że komiks uczy obcowania z rysunkiem, dostarcza pewnej usystematyzowanej wiedzy, wypukła niektóre cechy, operuje skrótem, symbolem.

Wśród twórców komiksu są wybitni rysownicy, np. Mieczko czy Mrozek. Komiks jest medium rysowanym, wchodzi w sferę rozmowności, dlatego nie udaje się przeniesienie komiksu na ekran. Może natomiast służyć do uczenia języka filmu i uczenia analizy obrazów.

Ukazuje się obecnie literatura w wydaniu komiksowym, ale komiks jako adaptacja literatury nie sprawdza się. Niemcy zrobili komiksowe wydanie prozy Schulza, gdzie oryginalny tekst zderzył z obrazem i nie wyszła z tego spójna całość. Anglicy zrobili utwory Szekspira w wydaniu komiksowym z pełnym tekstem. Przykłady nieudanych komiksów u nas to: „Awantura o Basię” i „Satan z siódmej klasy”. Trwa praca nad komiksowym wydaniem „Quo vadis”. Nauczyciel musi znać to zagadnienie, żeby móc dyskutować z uczniami, tymczasem w podręcznikach szkolnych na temat komiksów jest bardzo mało materiałów.

Niezwykle istotne sprawy reklamy poruszył dr Andrzej Pitrus (UJ) w referacie „Rozumienie reklamy”. W Polsce o reklamie mówi się od 11 lat, jest to zjawisko nowe, ale fenomen kulturowy, gdyż funkcjonuje jako tekst kultury. Reklama to układ między sprzedawcą i kupującym. Rynek jest przepełniony produktami i trudno się przebić, stąd potrzeba reklamy. Kilka lat temu nikt nie określał się przez konsumpcję. Dziś reklama pokazuje świat konsumpcyjnego spełnienia, aktualizuje potrzeby człowieka. Jest to komunikacja masowa, ale stara się dotrzeć do indywidualnego odbiorcy. Aby była skuteczna, musi być określony odbiorca, utracone medium i czas emisji. Świat reklamy jest wyidealizowany, ale skuteczna powinna odnosić się do rzeczywistości. Odbiorcy są już zmęczeni nadmiarem reklam w czasopiśmie, przerywanym nimi filmów, wyświetlaniem przed filmami dla dzieci reklam nie dla nich przeznaczonych, np. piwa czy papierosów. Isnięją też istotne problemy związane z etycznym aspektem reklamy, np. czy reklamować papierosy?

Ostatni wykład mgr Konrada Klejsy (UJ) „Czy naprawdę trzeba grać, żeby wygrać? O fenomenie gier komputerowych” obalił pewne stereotypy funkcjonujące wśród pokolenia dorosłych. Gry zaczynają dominować na granicy kultury popularnej, przyciągają się do przełamania konwencji oglądania świata. Użytkownikowi pozostawiona jest swoboda w kreowaniu świata przedstawionego. Referent dostrzegł związki między ewolucją kina a rozwojem gier komputerowych. Gracz uzyskuje wpływ na to, co ogląda, ma przywilej ingerencji w obraz. Hipertekst nie istnieje, jeśli go odbiorca nie uruchomi. Oglądamy ten wariant, który postanowimy stworzyć w ramach programu. Możliwość swobody gracza jest wobec tego złudzeniem. Kierunki rozwoju gier są nieprzewidywalne. Mogłyby one być pomocą dydaktyczną, ale jak dotąd przeważają gry brutalne, chociaż ostatnio

zaczęły docierać także dla odbiorców bardziej wymagających. Dla uczniów jest to raczej tylko zabawa. Mogą wypracować szybszą decyzyjność, ale nie zastąpią one żywych relacji jednostki i grupy.

W dyskusji uczestnicy sesji zwracali uwagę, że w nowych programach dla szkoły podstawowej i gimnazjum brak jest koncepcji kształcenia kulturalnego, a natomiast nowej kultury ma być komputer. Program preferuje umiejętności posługiwania się nowymi mediami, zapomniano natomiast o sztuce kina, teatru uczyniono jednym z mediów. Szkołę może opuścić uczeń posługujący się komputerem i „wewnętrznie pusty”.

Cała nadzieja znowu w polonistach, na których spada główna odpowiedzialność za przygotowanie do uczestnictwa w kulturze. Z programów szkolnych wyłania się uproszczony model kształcenia kulturalnego. Dyskurtanci mówili, że hasła programowe trudno dają się przełożyć na działania, które mógłby podjąć nauczyciel, bo są zbyt ogólne. Potrzebne są szkolenia dla nauczycieli prowadzone przez wyspecjalizowane ośrodki akademickie. Na razie oferta jest bardzo skromna, a granty dostają nie zawsze te instytucje, które mogą sprostać wymogom kształcenia nauczycieli w zakresie edukacji kulturalnej. Potrzebny jest też podrechnik dla nauczycieli i uczniów, zawierający wiedzę o mediach.

Sesja w Borkach poświęcona mediom to przykład konkretnej pomocy udzielonej środowisku nauczycielskiemu. Podjęcie tematu mediów, omówienie go przez profesjonalistów, możliwość wymiany doświadczeń, uwagi i postulatów przez ludzi z różnych środowisk to godne podsumowanie 10-letniej działalności prof. Eweliny Nurczyńskiej-Fidelskiej i nieustrudzonych organizatorów sesji filmoznawczo-metodycznych. Takich spotkań potrzeba nauczycielom realizującym trudne zadania związane z reformą oświaty.