

Marek Bernacki

Akademia Techniczno-Humanistyczna, Bielsko-Biała

Maryla Hopfinger, *Literatura i media. Po 1989 roku.*

Warszawa 2010, ss. 300

Co najmniej od dwóch dekad „tekstowy świat” przechodzi gwałtowny rozwój spowodowany ogromną, postępującą w zawrotnym tempie ewolucją nowych mediów, wśród których prym wiodzie Internet rozumiany nie tylko jako medium i nośnik przekazywanych treści, ale także jako nowe, w zasadzie niczym niegraniczone środowisko, gdzie tradycyjnie rozumiana literatura nabierać może zupełnie nieoczekiwanych kształtów. Zagadnienie mariażu literatury z Internetem stało się już tematem wielu wartościowych opracowań naukowych, wśród których wymienić należy także książkę prof. Maryli Hopfinger *Literatura i media. Po 1989 roku*. Publikacja, która powstała na bazie wykładów prowadzonych przez autorkę w Instytucie Kultury Polskiej UW, Collegium Civitas, Szkole Wyższej Psychologii Społecznej oraz Warszawskiej Wyższej Szkole Humanistycznej im. Bolesława Prusa, podzielona została na trzy części. W pierwszej, zatytułowanej *Współczesny kontekst kulturowy. Po dwóch dekadach* Hopfinger zastanawia się nad współczesną sytuacją literatury i mediów, swoje rozważania kończąc dywagacjami nad wspólnym językiem – płaszczyzną komunikacyjną, która łączy dzisiaj świat literacki i świat medialny. W części drugiej, zatytułowanej *Odmianny literatury. Książka literacka dzisiaj*, autorka w trzech osobnych rozdziałach omawia zagadnienia literatury drukowanej (a więc tej tradycyjnej, na której wychowywały się całe pokolenia), literatury audialnej (która rozpoczęła swój żywot wraz z pojawieniem się i upowszechnieniem radia) i literatury elektronicznej (której głównymi wyróżnikami są hiperfikcja i hipertekstualność obecne w multimedialnym środowisku Internetu i zmieniające w sposób radykalny zarówno sposób kreowania jak i recepcji dzieła literackiego). W części trzeciej książki, zatytułowanej *Paralele audiowizualne*, Maryla Hopfinger więcej miejsca poświęca omówieniu narracyjnych konstrukcji paraliterackich, obecnych z dużym nasileniem w mediach starszej i najnowszej generacji: filmu autorskiego, seriali telewizyjnych i gier komputerowych.

We wprowadzeniu do książki autorka stawia śmiałą tezę, która wyraża się w następujących słowach:

„Na podstawie rekonstrukcji obecnej sytuacji literatury i mediów formułuję pytania o zmianę miejsca literatury w kulturze oraz **stawiam tezę o rekonfiguracji komunikacji społecznej i całej kultury**. [...] W tezie [tej] zawarta jest sugestia o kształtującej się na naszych oczach nowej, wspólnej platformie – digitalnej”¹.

Lejtmotywnym omawianej książki jest próba opisu dziejącego się na naszych oczach dynamicznego procesu przechodzenia od kultury werbalnej (opartej na słowie) do modelu kultury audiowizualnej (w której słowo niezmiennie towarzyszą obrazy) i kultury digitalnej (gdzie zapis cyfrowy coraz powszechniej wypiera inne sposoby rejestrowania znaków kultury).

Badaczka zajmuje się współczesną kulturą, patrząc na nią przez pryzmat dwóch głównych komponentów – literatury i mediów. W swoich diagnozach posługuje się metodą opisu socjolingwistycznego, traktując wymiar kulturowy jako istotny składnik na scenie komunikacji interpersonalnej. Stawiając tezę o zmianie paradygmatu współczesnej kultury, Maryla Hopfinger upatruje przyczyn tego zjawiska w ogromnym postępie technologicznym zachodzącym w komunikacji społecznej, co w dużym stopniu wymusza nowe sposoby uczestnictwa w kulturze, jej powstawania, przetwarzania i rozumienia. Za Stefanem Żółkiewskim, autorem pionierskiej pracy *Wiedza o kulturze literackiej. Główne pojęcia* (1980), autorka wyodrębnia dwie główne kategorie kultury: kategorię stylu i kategorię typu. W pierwszej z nich skumulowane są wszystkie treści i wartości kultury w danej epoce historycznej, podlegające różnicowaniu i zmianom. W kategorii drugiej natomiast upatrywać należy „bazy” technologicznej kultury, jej infrastruktury pojmowanej jako „rzeczowe wyposażenie”. Śledząc przemiany współczesnego paradygmatu kulturowego, Hopfinger zajmuje się przede wszystkim opisem głównych przemian zachodzących w obrębie typu kultury. Innymi słowy, najbardziej interesuje ją to, jak literatura zmienia się na naszych oczach, ewoluując w kontekście takich nośników, jakimi są: radio, kino, telewizja, Internet, w końcu – platforma digitalna. Autorka wyciąga ze swoich obserwacji ważne wnioski. Jeden z nich brzmi tak:

„Dominacja przekazów audiowizualnych nie wyklucza funkcjonowania dawniej wypracowanych sposobów wypowiedzi, zmienia natomiast ich miejsce w nowej konfiguracji oraz funkcje, jakie one dzisiaj pełnią. Nie mamy zatem do czynienia z zerwaniem doświadczeń komunikacyjnych. Scena komunikacyjna jest kumulatywna”.

Inny ważny wniosek został przez autorkę sformułowany w sposób następujący:

„Przeobrażenia komunikacyjne wpływają na sytuację literatury (sztuki słowa): zyskuje ona nowe nośniki, wkracza na nowe obszary i znajduje nowych odbiorców”.

Sporo miejsca Maryla Hopfinger poświęca Internetowi jako nowemu nośnikowi literatury. Przypomina i omawia szerzej dwa ważne terminy: „literatura w sieci”

¹ M. Hopfinger, *Literatura i media. Po 1989 roku*, Warszawa 2010, s. 12-13.

i „literatura sieci” (tzw. liternet). Zauważa, że istotą liternetowych hipertekstów jest ich alinearna i wielolinearna konstrukcja oraz fragmentaryczność, będąca zbiorem leksji, czyli w miarę spójnych fragmentów cząstkowych połączonych ze sobą siecią wielopoziomowych odniesień i synergicznych „wzmocnień”. Wśród przykładów klasycznych już dzisiaj powieści hipertekstowych autorka wymienia m.in. *afternoon. a story* (1986) Michaela Joyce’a, *Patchwork Girl* Shelley Jackson, a z polskich realizacji tej formy wskazuje na *Blok* Sławomira Shuty’ego oraz *Koniec świata według Emeryka* Radosława Nowakowskiego. Hopfinger wymienia także inne popularne gatunki liternetowe, które zrewolucjonizowały tradycyjne rozumienie dzieła literackiego i jego recepcji wśród odbiorców. Są to: tekstowe gry przygodowe, hipermedialne formy narracyjne łączące film i telewizję, cyfrowy performance i kinetyczna poezja. Podsumowując ten fragment swoich rozważań autorka dochodzi do wniosku, który warto zapamiętać ze względu na jego dalekosiężne skutki. Otóż jeśli tradycyjny utwór literacki (książka) powiązany był siecią relacji intertekstualnych tworząc z innymi utworami przestrzeń BIBLIOTEKI, to utwór digitalny (tworzony w interaktywnym środowisku multimedialnym i w platformie cyfrowej) staje się hipertekstem wpisującym się w potencjalne zależności wirtualne, gdzie autor przyjmuje rolę demiurga (sprawcy), zaś odbiorca (już nie tylko „czytelnik”!) staje się aktywnym współtwórcą tak tworzonego dzieła. Hopfinger przywołuje pogląd Michaela Heima, który przejście od piśmienności opartej na piśmie ręcznym i druku do piśmienności komputerowej opartej na digitalizacji pisma i procesorze tekstu uważał za przejaw końca tradycyjnych modeli podmiotowości, wiedzy i języka, za koniec epoki Guttenberga.

Omawiając szerzej zagadnienie nowych obszarów, w których tworzona jest współczesna literatura, badaczka zauważa, że wpisuje się ona w następującą od początku XX wieku radykalną zmianę polegającą na tym, iż tradycyjną fikcją literacką (znaną np. z powieści Balzaka czy Sienkiewicza) opartą na Arystotelesowskiej istocie prawdopodobieństwa – zastępuje tzw. literatura dokumentu osobistego, wśród której dominują takie gatunki, jak: pamiętniki, dzienniki, autobiografie, listy, wspomnienia, reportaże czy eseje. Jak zauważa autorka:

„Na naszych oczach dokonuje się zmiana kryteriów literackości. Karierę robią teksty oparte na niefikcji, tzw. literatura faktu, literatura dokumentalna – pisana często przez nieprofesjonalistów”.

Na przełomie XX i XXI wieku (po 1989 r.) dostrzeżona tendencja rozwojowa wzmocniona została przez otoczenie internetowe, gdzie ogromną popularnością cieszą się dzienniki internetowe: blogi, fotoblogi, wideoblogi.

Przyglądając się nowym uczestnikom tworzącym przestrzeń polskiej kultury literackiej po 1989 roku, Maryla Hopfinger nie zgadza się z pesymistyczną diagnozą, jakoby pożyteczny zwyczaj czytania literatury wyparty został na naszych oczach przez współczesny model kultury audiowizualnej. Według niej, dynamizacja życia kulturalnego, rozwój rynku książki, rosnący poziom wykształcenia powiększając liczbę potencjalnych i realnych czytelników najnowszej produkcji literackiej. Dzieje się tak,

gdyż łatwiejszy stał się dostęp do informacji o książce i do samych książek (lub tekstów). Autorka zauważa, że do elitarnego grona publiczności czytającej tradycyjną literaturę fikcyjną dołączyli uczestnicy różnych innych popularnych praktyk i nurtów literackich – np. miłośnicy literatury faktu (reportażu), literatury dokumentu osobistego (np. dzienników), fantasy, słuchacze piosenek czy czytelnicy scenariuszy. Co więcej, Hopfinger nie zgadza się z obowiązującym jeszcze w połowie ub. stulecia podziałem na literaturę wysoką (elitarną, autoteliczną) i tzw. literaturę masową (egalitarną, popularną). Uważa, iż diagnoza taka ma charakter arystokratyczny i jest w dzisiejszych czasach anachroniczna, po prostu nieaktualna! Obecnie, konkluduje badaczka, tylko niewielki odsetek czytelników interesuje się literaturą dla niej samej – większość zaś czyta z innych powodów: ludycznych, poznawczych, praktycznych, politycznych czy ideologicznych. Innymi słowy, współczesna sytuacja w obszarze kultury literackiej znosi nowoczesny paradygmat dumnej oryginalności i hermetycznej struktury dzieła literackiego, czyniąc z niego w coraz większym stopniu użyteczne narzędzie komunikacji społecznej rozgrywającej się w nowym środowisku technologicznym. Mimo dostrzeżonych zmian i przewartościowań autorka książki, wychowana przecież w tradycyjnym paradygmacie odbioru literatury, z ufnością spogląda na zachodzące zmiany, dowodząc, iż po upadku salonów literatura rozwijać się będzie nadal – być może w nieprzewidywalny dla nas sposób – w galeriach i marketach cyberswiata.

Książkę Maryli Hopfinger powinni przeczytać wszyscy ci, dla których radykalne zmiany paradygmatu kultury literackiej budzą uzasadnione obawy, ale są także dowodem na nieśmiertelność literatury jako narzędzia poznania istoty i kondycji współczesnego człowieka.