

24. Film jako medium globalne

Kontekst globalny jest wpisany w film od momentu powstania. Po pierwszych projekcjach braci Lumière we Francji oraz Thomasa A. Edisona w USA (koniec XIX wieku) filmy szybko rozprzestrzeniły się na cały świat, przyczyniając się do rozpowszechniania nowych wzorców kultury i komunikacji. Film był pierwszym prawdziwie egalitarnym medium. Rozbijał zarówno podziały klasowe, ponieważ filmy oglądali w tym samym miejscu ludzie z różnych grup społecznych, jak i międzykulturowe, ponieważ od samego początku te same filmy można było oglądać w różnych krajach świata. Sprzyjały temu już filmy nieme, które początkowo nie miały nawet napisów, dzięki czemu mogły być zrozumiałe. Wraz z międzynarodowym obiegiem film ujednolicał się także pod względem formy. Filmy głównego nurtu realizowane w różnych krajach stawały się do siebie podobne. Mirosław Przyłipiak nazwał tę formułę stylem zerowym. Oznacza to, że widz ma się skupiać na treści, a nie na formie, która powinna być dla niego przezroczysta⁴. Najbardziej charakterystycznym wyrazem tej tendencji pozostaje kino hollywoodzkie. Jak twierdzi Rafał Syska, jego kosmopolityzm na początku unifikował wielonarodowe społeczeństwo, a potem stał się zrozumiałym dla wszystkich na świecie kodem komunikacji⁵.

⁴ M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego. Z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1994.

⁵ R. Syska, *Początki kina amerykańskiego*, [w:] *Historia kina*, T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska (red.), t. 1, *Kino nieme*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2009, s. 204–209.

W początkowej fazie refleksji teoretycznej nad filmem wielu badaczy podkreślało, iż film to rodzaj uniwersalnego języka ludzkości. Tacy teoretycy, jak Vachel Lindsay czy Riciotto Canudo, porównywali film do starożytnych hieroglifów i do ideograficznego języka chińskiego. Ich zdaniem film to medium uniwersalne, ponieważ wraca do pierwotnych, obrazowych podstaw komunikacji. Odmienną perspektywę zaproponowało wielu antropologów kina, którzy zwrócili uwagę, że film oraz jego odbiór są zawsze kulturowo uwikłane. Jak podkreśla Maryla Hopfinger, filmy są „źródłami naszej wiedzy i samowiedzy. Potrafią bowiem uświadomić uczestnikom kultury XX stulecia inność obcych kultur, a zarazem obrazy tożsamości swoich, odmiennosc i zróżnicowanie kultur czy podkultur innych społeczności oraz oblicze kultury własnej, swojskiej, cechy mniej czy bardziej egzotyczne obcych i rysy charakterystyczne swoich” (zob. ramka).

Powyższe uwagi pozwalają rozpoznać dwa główne wymiary filmu jako medium globalnego. Z jednej strony mamy do czynienia z grupą filmów, które dominują w skali światowej pod kątem popularności, wpływu kulturowego, znaczenia ekonomicznego. Z drugiej strony kultura to arena zderzenia się różnych, także lokalnych kultur, między sobą oraz z kulturą dominującą (zob. rozdz. *Kultura w czasach globalizacji*).

Kino Hollywood – homogenizacja czy różnorodność?

Synonimem kina globalnego jest od wielu lat kino hollywoodzkie. Znamienne jest, że ten sam, najczęściej wysokobudżetowy, film możemy w tym samym czasie zobaczyć w USA, Polsce, Indiach, RPA, czy w Hong Kongu. Niektóre z takich dzieł to prawdziwe globalne fenomeny, które niczym światowe marki są rozpoznawalne na wszystkich kontynentach (np. seria filmowa *Harry Potter*, superbohaterowie Marvella albo uniwersum *Gwiezdnych Wojen*). Już klasyczny wariant kina hollywoodzkiego opierał się na modelu produkcji, w ramach którego wizja artystyczna jest podporządkowana mechanizmowi rynkowemu, a film jest towarem przeznaczonym do obrotu handlowego i konsumpcji. Od początku też strategie biznesowe łączono z chęcią wpływu na płaszczyź-

nie kulturowej, by tym bardziej skutecznie docierać do ludzi. Tendencje te od lat 80. XX wieku jeszcze się nasiliły wraz z dynamiką globalnego kapitalizmu. Daniel P. Franklin wskazał w tym względzie kilka tendencji⁶.

Po pierwsze, istotne stało się generowanie większych zysków przez rynek międzynarodowy niż amerykański. Dobrze obrazuje to przykład filmu *Avatar*, który jak dotąd zarobił najwięcej w skali światowej. Z czego nieco ponad 760 mln dolarów w USA, a ponad 2 mld dolarów poza tym krajem. Po drugie, nastąpiło integrowanie się wielu platform medialnych w dystrybucji filmów. Pojawiły się także nowe formuły, jak *video on demand*, których znaczenie wzrosło wraz z rozwojem Internetu. Franklin zauważył, że w tym okresie zaczęła pojawiać się tendencja do pomijania kina w dystrybucji filmowej, co sprawia, że powoli przestaje być ono najważniejszym

medium dla filmu. Starano się raczej docierać bezpośrednio do widza za pomocą platform telewizyjnych. W latach 90. ubiegłego wieku pojawił się także nowy system międzynarodowych gwiazd filmowych, które stały się rozpoznawalne na całym świecie. Istotne były także zmia-

Koncentracja kapitału na globalnym rynku medialnym

Wprawdzie istnieje wiele firm medialnych odpowiedzialnych za produkcję i dystrybucję filmową, ale w wyniku koncentrowania kapitału na rynku globalnym zostało tylko kilku dużych medialnych graczy, którzy zaczęli biznesowo przejmować inne, nierazko bardzo znane, firmy. Przykładem może być firma WarnerMedia, do której należą takie stacje telewizyjne, jak opiniotwórcze CNN, ale i telewizyjno-filmowe, jak HBO; korporacja posiada również wytwórnię filmową Warner Bros, a także prestiżowy tytuł prasowy „Time” oraz wydawnictwo komiksów DC, które jest właścicielem praw do takich postaci, jak Superman i Batman. Z kolei NBCUniversal posiada telewizję NBC oraz wytwórnię Universal Pictures. Co więcej, sam NBCUniversal należy do innego giganta telekomunikacyjnego, jakim jest Comcast, będący operatorem telewizji kablowej oraz dostawcą usług internetowych oraz telefonicznych. Z kolei The Disney Company – oprócz samej grupy Disneya (nie tylko filmy, ale i np. parki rozrywki) – posiada legendarne studio filmowe 20th Century Fox, a także firmy z zakresu animacji, jak Pixar oraz Marvel. W ten sposób u podstaw walk, jakie symbolicznie toczą w popkulturze Batman z Iron Manem, stoją przede wszystkim strategie ekonomiczne wielkich firm, którą dążą do tego, żeby opanować każdy możliwy segment rynku i konkurować na nim z innymi korporacjami.

⁶ Zob. D. P. Franklin, *Politics and Film. The Political Culture of Film in the United States*, Rowman and Littlefield Publishers, Lanham–Boulder–New York–Oxford 2006.

Bamako, reż. Abderrahmane'a Sissako, 2006

Jednym z najciekawszych przykładów filmowych zderzenia globalnego i lokalnego kontekstu jest malijski film Abderrahmane'a Sissako *Bamako* (2006). W filmie przyglądamy się perypetiom małżeństwa Mele i Chaki. Ona śpiewa w barze, on zaś jest bezrobotny. Relacje małżonków są napięte, w związku z czym Mele postanawia odejść od męża. Ta sztampowa, wydawałoby się, fabuła jest jednak powiązana z procesem sądowym, jaki społeczeństwo malijskie symbolicznie wytoczyło międzynarodowym organizacjom typu Bank Światowy czy Międzynarodowy Fundusz Walutowy, oskarżając te instytucje o to, że globalizacja ekonomiczna w ich wydaniu doprowadziła kraje afrykańskie do skrajnej biedy. Jeden z bohaterów mówi w filmie: „Człowiek, który jest głodny, pozbawiony opieki medycznej, niewykształcony, który jest pozostawiony samemu sobie, to człowiek, który zostanie wyalienowany, zagubiony i zdeprawowany”. Ta deklaracja przypomina jeden z najsłynniejszych manifestów zaangażowanego kina Południa, który stanął u podstaw tzw. Trzeciego Kina. Manifestem tym była brazylijska *Estetyka głodu* Glaubera Rochy (1965). Zderzenie ukazanego w filmie *Bamako* procesu sądowego z realiami życia bohaterów uświadamia widzowi, że procesy globalne, za które odpowiada Zachód, wpływają na zwykłych ludzi w krajach Południa, a zarazem, że ludzie ci nie do końca rozumieją mechanizmy tych procesów i co więcej nie mają na nie wpływu.

ny w zarządzaniu przemysłem filmowym, a więc swego rodzaju rewolucja menedżerów, czyli przejście od własności prywatnej do menadżerskiego zarządzania.

Zmiany w zarządzaniu sprawiły, że amerykański przemysł filmowy stawał się prawdziwie globalny nie tylko za sprawą samych filmów, ale także organizacji filmowych przedsiębiorstw. W rezultacie amerykańskie firmy z rynku filmowego zaczęły łączyć się z innymi firmami medialnymi. Istotą tego typu działania jest dążenie do zdominowania rynku na każdym możliwym poziomie: produkcji, dystrybucji, tworzenia parków rozrywki, dostarczania usług internetowych albo usług telewizji kablowej, a także praw do danego uniwersum i jego bohaterów, co wiąże się następnie ze sprzedażą gadżetów. W ten sposób

powstały wielkie konglomeraty medialne, jak NBCUniversal, WarnerMedia i The Disney Company. Ich struktura właścicielska jest bardzo złożona i obejmuje wiele znanych na całym świecie marek medialnych, które do momentu przejścia biznesowego działały samodzielnie (zob. ramka). Wszystkie one osadzone są w USA, ale mają zarazem międzynarodowy charakter. Takie firmy, jak HBO, Universal Picture, Netflix, The Disney Company, mają swoje oddziały w wielu krajach poza USA. W przypadku HBO jest to Polska, Singapur, Brazylia. Służą to zarówno celom dystrybucyjnym, jak i produkcji (np. polskie seriale: *1983* wypro-

dukowany i dostępny na platformie internetowej Netflix albo *Rojst* – wyprodukowany przez Showmax, firmę z RPA). Procesy te doprowadziły do koncentracji kapitału i opanowania większej części rynku przez niewielką liczbę medialnych gigantów, a także jego umiędzynarodowienia. W rezultacie ciężko dzisiaj mówić, że dana produkcja jest amerykańska ponieważ dominującym paradygmatem stały się koprodukcje.

Jeszcze większy przełom dokonał się w ostatnich latach za sprawą rewolucji internetowej oraz w zakresie mediów mobilnych. Przede wszystkim pojawili się nowi gracze na rynku filmowym. Chodzi tu o stacje telewizyjne, jak HBO, które przestały prezentować wyłącznie filmy kinowe, ale zaczęły realizować swoje produkcje. Drugą grupą podmiotów, która również poszła w kierunku produkcji, okazały się platformy *streamingowe*, jak Netflix czy Showmax. Szczególnym, wręcz globalnym fenomenem, okazał się Netflix, który rozpoczął jako wypożyczalnia filmów, a obecnie jest jedną z najważniejszych platform filmowych na świecie. Te nowe dynamiczne podmioty stoją też za zmianą strategii działania. Przykładem może być wzrost popularności seriali w stosunku do filmów kinowych. Ponieważ takie platformy, jak Netflix czy HBO, zaczęły udostępniać swoje usługi w różnych krajach, ich produkcje, jak *House of Cards* czy *Gra o tron*, same w sobie stawały się globalnymi fenomenami, a koszt realizacji jednego odcinka potrafił oscylować wokół 10 mln dolarów. Przy okazji, nowe podmioty wprowadzały zupełnie nowe formy docierania do widza. W przypadku *House of Cards* Netflix po raz pierwszy wypuścił cały sezon od razu, w jednym czasie. Nowe firmy zastosowały także nowe możliwości, jakie daje Internet, np. stosowanie metod przetwarzania danych za pomocą algorytmów w celu precyzyjnego rekomendowania produktów, podobnie jak dzieje się to w mediach społecznościowych.

Analiza struktury organizacyjnej kina amerykańskiego jest istotna także w odniesieniu do treści filmów. Z punktu widzenia studiów globalnych istotne jest następujące pytanie: czy filmy hollywoodzkie, pomimo różnorodności tematów i gatunków, reprezentują jakiś jeden zwarty ideologicznie punkt widzenia? Zdania na ten temat wśród badaczy są podzielone. Jedni uznają, że skoro bossowie Hollywood mają liberalno-lewicowe poglądy, to ich kino także zawiera takie skrzywienie. Stanley Rothman, Stephen Powers i David Rothman zakładają, że wy-

raża się to w krytycznym prezentowaniu wojska, policji, biznesu, zorganizowanej religii, a w pozytywnym stosunku do kobiet i mniejszości⁷. John W. Cones uznał z kolei, że filmowcy hollywoodzcy, szczególnie w okresie klasycznym, byli konserwatywni i przyczynili się do wygenerowania wielu stereotypów etnicznych i genderowych⁸. Daniel Franklin podkreśla natomiast, że globalizacja wymusza na filmowcach trzymanie się ideologicznego środka. Producent, który chce zarobić, nie ryzykuje tematyką zrozumiałą wyłącznie dla Amerykanina (np. problemy rasowe czy etniczne), ale nie będzie też lansować treści, które w krajach autorytarnych mogą uchodzić za wywrotowe. To powoduje, że przesłanie amerykańskich blockbasterów nie narusza konsensusu ideologicznego i jest możliwe do zaakceptowania przez szerokie grono odbiorców. O wiele bardziej dynamiczne podejście zaproponowali Michael Ryan i Douglas Kellner, wedle których Hollywood nigdy nie stanowił ideologicznego monolitu, a filmom konserwatywnym zawsze towarzyszyły filmy progresywne⁹.

Należy podkreślić, że globalne filmy hollywoodzkie funkcjonują w różnych lokalnych kontekstach i stanowią wyzwanie dla widzów odmiennych kulturowo. Przykładowo, film *Rambo: Pierwsza krew*, opowiadający o losach zapomnianego weterana wojny wietnamskiej, okazywał się, jak twierdzi John Fiske, ważnym filmem dla australijskich Aborygenów – ponieważ odczytywany był przez nich jako wyraz ich politycznej walki z białymi.

W kierunku Trzeciego Kina

Byłoby jednak ogromnym uproszczeniem stwierdzić, że globalny wymiar kina wiąże się wyłącznie z kinem hollywoodzkim. Współczesna

⁷ S. Rothman, S. Powers, D. Rothman, *Feminism in films*, „Society” 1993, 30, s. 66–72.

⁸ J. W. Cones, *What's really going on in Hollywood*, Rivas Canyon Press, Los Angeles 1997.

⁹ M. Ryan, D. Kellner, *Camera Politica. The Politics and Ideology of Contemporary Hollywood Film*, Indiana University Press, Indianapolis 1990.

Światowy zasięg dostępności oferty firmy Netflix



Źródło: Netflix.

■ dostępny; ■ nie dostępny

W czasach globalizacji dochodzi do upowszechniania i standaryzowania narzędzi, za pomocą których korporacje dostarczają tych samych treści na całym świecie. Tak jak w dziedzinie wyszukiwania informacji takim narzędziem jest Google, a portali społecznościowych – Facebook, tak też w dziedzinie filmów i seriali w Internecie takim rozwiązaniem stał się Netflix. Jak pokazuje mapa, jest on obecnie dostępny już niemal na całym świecie. Ciekawa sytuacja jest z rynkiem chińskim. W 2017 roku firma weszła na ten rynek, ale pośrednio. W tym celu władze Netflixu podpisały umowę licencyjną na oryginalne treści, które za pośrednictwem iQiyi będą udostępniane na chińskim rynku. iQiyi.com jest jedną z największych usług streamingowych w Chinach. Jej właścicielem jest firma Baidu Inc., twórca największej chińskiej wyszukiwarki.

globalna kultura pozwala nam zderzyć się z dziełami pochodzącymi z różnych, czasami bardzo różnych, kultur. W ten sposób nie tylko filmy hollywoodzkie docierają wszędzie, ale widz polski czy holenderski może zobaczyć filmy z krajów afrykańskich czy południowoamerykańskich, a widz z Indii czy Chin ma możliwość zobaczenia filmu polskiego czy islandzkiego. Globalizacja sprawiła, że niektóre kraje Południa w ogóle mogły zaistnieć na filmowej mapie świata. Tak było z filmem *Himalaya*, który był pierwszym nepalskim filmem nominowanym do Oscara, zrealizowanym na dodatek w lokalnym dialekcie. Można wręcz mówić o pewnych modach na niektóre kinematografie krajów Południa,

Fuck for forest

Kadr z głośnego filmu *Fuck for forest*
Zdjęcie dzięki uprzejmości Against Gravity

Kadr z filmu *Fuck for forest* (reż. M. Marczak, 2012). To film o prawdziwie globalnych powiązaniach. Zrobiony przez Polaka, traktuje o grupie aktywistów z Berlina, którzy chcą ratować lasy w Amazonii. A pomysł na to mają oryginalny. Realizują mianowicie swoje własne amatorskie porno. Za pieniądze z dystrybucji chcą kupić ziemię i oddać ją Indianom w Amazonii. Produkcja doskonale pokazuje paradoksy współczesnego globalnego świata. Kontestatorzy chcą walczyć z systemem jego własną bronią (seksem i pieniędzmi), niemniej oni sami ulegają wielu złudzeniom, które sprawiają, że ich akcja ma w dużej mierze charakter utopijny.

jak chińska, wietnamska, irańska, turecka, chociaż mają one często zamknięty festiwalowy obieg. Niemniej zdarzają się prawdziwie globalne, także w sensie popularności, fenomeny lokalnych kinematografii. W ten sposób jeszcze w latach 70. XX wieku zostały wylansowane filmy karate, pierwotnie realizowane w krajach Dalekiego Wschodu, następnie trend ten zaadoptował Hollywood, a nazwiskiem łączącym oba te obszary są filmy z Bruceem Lee. Niezwykłą popularnością na świecie cieszą się również filmy z Bollywood, pełne śpiewów i tańców, przełamujących płynność opowieści, która jest kanonem w kinie zachodnim.

Szczególnie interesująca grupa filmów, które pochodzą z krajów Południa, została zrealizowana w celu ukazywania napięć i sprzeczności w ramach globalnej ekonomii. To filmy zaangażowane społecznie i politycznie, poprzez które twórcy pragną przemawiać zgodnie z własnymi kodami kulturowymi, uciekając od wzorców głównego nurtu. Zbiorczo ta grupa filmów określana jest etykietą Trzecie Kino. Termin ten wywodzi się z manifestu argentyńskich filmowców (1969): Fernanda Solanasa i Octavia Getina. Autorzy krytykują w nim zarówno amerykańskie kino komercyjne (Pierwsze Kino), jak i artystyczne, wyalienowane kino europejskie (Drugie Kino). Trzecie Kino ma być autentycznie zaangażowane w zmianę położenia ludzi ubogich w krajach Południa. Ludzie ci cierpią z powodu zachodniego kapitalizmu i dlatego kino to musi być uwolnione od jego mechanizmu. W ten sposób ludzie z krajów wykluczonych przemówią własnym głosem. Praktycznym wyrazem tych założeń był jeden z najważniejszych filmów dokumentalnych opowiadających o systemie globalnego kapitalizmu *Godzina pieców* Solanasa i Getino (1969). Omawiając te kwestie, współcześnie Mike Wayne stwierdza, że istotą tego typu kina jest zaangażowanie na rzecz społecznej emancypacji, która nie może być zrealizowana wyłącznie w królestwie oficjalnej polityki. Polem bitwy o wyzwolenie grup wykluczonych staje się kultura. I jeżeli kino ma wnieść swój wkład w tę walkę, progresywna treść musi iść w parze z niezależną formą produkcji, która wykracza poza hollywoodzkie standardy¹⁰. Współczesne Trzecie Kino wyrasta z analiz obecnego stadium globalizacji. Nicola Marzano podkreśla, że Trzecie Kino upomina się o imigrantów, o ludzi żyjących w diasporach, gettach, wykluczonych etnicznie czy genderowo w zglobalizowanym świecie. W ten sposób kino to nie odnosi się już wyłącznie do wymiaru socjoekonomicznego. Istotniejsze są kryteria tożsamościowe. To próba zbudowania prawdziwie globalizacyjnego wymiaru kina, w ramach którego nie odrzuca się lokalności, a wręcz przeciwnie stara się ulokować lokalne tożsamości w ramach globalnego kontekstu¹¹.

¹⁰ M. Wayne, *Political Film. The Dialectics of Third Cinema*, Pluto Press, London–Sterling 2001.

¹¹ N. Marzano, *Third Cinema Today*, „Off Screen” 2009, Vol. 13, Issue 6.

Złota era Trzeciego Kina przypadła na czasy dekolonizacji w latach 60. i 70. XX wieku (np. brazylijska *Susza*, boliwijska *Krew kondora*, argentyński *Czas pieców*, senegalska *Xala*). Filmy te powstawały poza profesjonalną machiną przemysłu filmowego, a dystrybucja miała miejsce w szkołach, fabrykach, w wioskach i na artystycznych festiwalach. Współczesne filmy z tego nurtu nie są już tak radykalne, niemniej ich przekaz ciągle jest drapieżny. Interesującą tendencją we współczesnym Trzecim Kinie jest pokazywanie niesprawiedliwości społecznych w krajach Południa przez reżyserów wywodzących się z tego kręgu kulturowego. Przykładem może być film *Moolaade* Senegalczyka Ousmana Sembene na temat okrutnych praktykach damskiego obrzezania, który przyczynił się do międzynarodowej debaty na ten temat. Innym przykładem jest *Timbuktu* malijskiego reżysera Abderrahmane'a Sissako, który dowiódł, że fundamentaliści islamscy nie zagrażają tylko białym ludziom Zachodu, ale także zwykłym mieszkańcom Afryki, którzy chcą normalnie żyć. Po odważne kino zaangażowane w krajach Południa sięgają także kobiety, jak Iranka Samira Makhmalbaf (*Jabłko, Tablice*), Induska Deepa Mehta (*Woda*) albo Libanka Nadine Labaki. Ta ostatnia zrealizowała w 2018 roku film *Kafarnaum*, który ukazał z perspektywy dziecka kryzys migracyjny związany z wojną domową w Syrii. Akcja została osadzona we współczesnym Bejrucie.

Filmowa edukacja globalna

Odrębną grupę filmów stanowią utwory bezpośrednio opowiadające o globalizacji, działaniach korporacji transnarodowych, sprzecznościach i napięciach współczesnego kapitalizmu, problemach globalnych, różnorodności kulturowej, dylematach rozwojowych krajów Południa oraz o eksploatacji ekonomicznej tych krajów przez Zachód. Pierwsza grupa tych filmów to utwory dokumentalne, najczęściej o społecznie zaangażowanym ostrzu. Wśród przykładów można wymienić: *Super Size Me* (o niebezpieczeństwach *fastfoodowej* korporacji McDonald's); *Korporacja* (o tym, jak korporacje transnarodowe stały się kluczowymi podmiotami w światowej gospodarce); *Yes-Meni naprawiają świat* (o dwój-

ce aktywistów realizujących prowokacje przeciwko korporacjom); *True Cost* (o globalnych mechanizmach handlu odzieżą, a szczególnie o cenie tego, że możemy kupować tanio i szybko); *Niewygodna prawda* (dokument byłego wiceprezydenta Ala Gore'a o zagrożeniu katastrofą ekologiczną z powodu ocieplania się klimatu).

Druga grupa filmów to filmy fabularne, wysokobudżetowe, które są źródłem wysokich zysków dla producentów z powodu atrakcyjnej konwencji gatunkowej czy występu popularnego aktora. Zarazem to te dzieła są często dla zwykłych ludzi jedyną formą spotkania z problematyką globalną, ponieważ filmy dokumentalne tak naprawdę mają charakter niszowy i docierają do nielicznych. Wśród interesujących obrazów fabularnych ostatnich lat, które podjęły problematykę globalną, wymienić można takie dzieła, jak: *Wierny ogrodnik* (testowanie niebezpiecznych leków na ludziach w Afryce przez korporacje farmaceutyczne); *Fast Food Nation* (patologie branży *fastfoodowej*); *Big Short* (złożone meandry globalnego kryzysu ekonomicznego, w którym niewielka garstka osób zarobiła ogromne pieniądze dzięki finansowym spekulacjom na światowych rynkach); *Krwawy diament* (eksploatacja dzieci w kopalniach diamentów w Afryce, które są następnie wykorzystywane do produkcji biżuterii dostępnej na Zachodzie).

Wszystkie wymienione filmy pełnią funkcję edukacyjną, ponieważ uczą i w przystępny sposób wyjaśniają, na czym polega globalizacja – jakie są jej zalety, ale również, jakie są koszty i dysfunkcje. Filmy te są wykorzystywane do poszerzania globalnej świadomości ludzi i kształtowania debaty publicznej wokół problemów globalnych, a także do wpływu na władzę, by skutecznie przeciwdziałać negatywnym tendencjom. Ogromne znaczenie praktyczne w filmowej edukacji globalnej mają organizacje pozarządowe, takie jak HumanDoc, czy progresywne firmy, jak Against Gravity, które popularyzują filmy o procesach i zjawiskach globalnych poprzez ich dystrybucję oraz organizację festiwalu filmowych.

Eksperyment Navajo

Zastanawiając się nad filmem jako medium globalnym, zderzamy się z fundamentalnym problemem, na ile film sam w sobie jest uniwersalny, a na ile jest on uwikłany w lokalny kontekst kulturowy? Jedną z najciekawszych prac badawczych na ten temat z mnóstwem przykładów i inspiracji, jest książka *Through Navajo Eyes. An Exploration in Film Communication and Anthropology* (1972) autorstwa antropologa Johna Adaira i komunikologa Sola Wortha. Monografia stanowi naukowe opracowanie serii słynnych eksperymentów nad antropologicznymi uwarunkowaniami komunikowania się ludzi, z których najsłynniejszy okazał się tzw. eksperyment Navajo. Adair z Worthem nauczyli grupkę Indian Navajo z rezerwatu posługiwania się sprzętem filmowym, a następnie polecili im wykonać filmy za jego pomocą (tzw. biodokumenty). Z badań wynikało, że Indianie z łatwością przyswoili sobie te umiejętności, mimo tego, iż nie mieli wcześniej do czynienia z filmami. Szczególnie wysokie okazały się ich kwalifikacje w dziedzinie montażu filmowego. Z badań Adaira i Wortha wynikało, że uniwersalna prostota w posługiwaniu się filmem jako medium powszechnie rozumiałym idzie w parze z kulturowymi uwikłaniami, aby przekazać treści z własnego punktu widzenia. Indianie bez problemu potrafili przekazać filmowo te pojęcia, których nie potrafili wyrazić werbalnie, o wiele szybciej przyswajali sobie także język filmu niż inne formy ekspresji artystycznej. Worth i Adair oraz ich współpracownicy przeprowadzali podobne badania wśród innych grup, np. białych i czarnych nastolatków, każdorazowo dbając o to, by były to grupy koleżeńskie. I tak na przykład w filmach czarnych nastolatków występował często temat picia alkoholu, podczas gdy u Indian Navajo, którzy również borykali się z problemem alkoholizmu, zjawisko to nie zostało w ogóle zwizualizowane. Zasadnicza różnica, zdaniem badaczy, polega na tym, że przedstawiciele Navajo nie akceptowali takich wzorców i nie uważali tych zjawisk za naturalne dla ich grupy.

Worth i Adair przedstawili przekonujące wnioski, że film nie tyle jest sztuką czy rozrywką, co przede wszystkim systemem komunikacji, a więc stanowi medium służące przekazywaniu znaczeń. Uniwersalne jest to, że nie odzwierciedlamy rzeczywistości społecznej jako takiej, ale zawsze czynimy to przez pryzmat znaczeń uzyskiwanych dzięki ruchom i kątom kamery albo specyficznemu montażowi. Ale treść znaczeń oraz sposób ich organizowania jest rozmaity w różnych kulturach. Często to właśnie odmienności kulturowe są cięższe do zrozumienia dla ludzi niż sama specyfika języka filmu.



Słowniczek

Hollywood – dzielnica Los Angeles, w której znajdują się najważniejsze studia produkcji filmów; to zarazem symbol i wzorzec powszechnie znanego na całym świecie kina głównego nurtu, którego zasadniczym celem jest dostarczenie widzowi rozrywki.

Trzecie Kino – zaangażowane społecznie i politycznie filmy z krajów Południa, a także reprezentujące mniejszości etniczne w krajach Północy, w których

radykalna treść idzie w parze z niekonwencjonalną formą. Filmy wykraczają poza główny nurt kina popularnego.



Kalendarium

- 1895 – bracia Lumière prezentują swoją wersję kinematografu, która okazuje się początkiem kina jako nowej formy sztuki i rozrywki; ruchome obrazy bardzo szybko rozprzestrzeniają się na cały świat.
- 1927 – pierwszy film, częściowo udźwiękowiony, który daje początek złotej erze Hollywood; od tego czasu stabilizuje się klasyczny język filmowy, którego główną właściwością jest przezroczystość formy względem opowiadania; ten typ filmowej narracji i dramaturgii przetrwał do czasów współczesnych i stał się mową codzienną kina głównego nurtu na całym świecie.
- 1969 – filmowcy argentyńscy, Fernando Solanas oraz Octavio Getino, tworzą film *Godzina pieców*, w którym poddają gruntownej analizie światowy system ekonomiczny; to jeden z pierwszych filmów społecznie zaangażowanych, zgłębiających procesy globalizacji ekonomicznej i jej wpływ na biedne kraje Południa. Autorzy podkreślali, że neokolonializm opiera się na przemocy. Film był praktycznym wyrazem słynnego Manifestu Trzeciego Kina.
- 2011 – firma telekomunikacyjna Comcast przejmuje NBCUniversal, tworząc jeden z największych na świecie konglomeratów medialnych; początkowo Comcast współdzielił udziały z General Electric; od 2013 roku jest samodzielnym właścicielem.



Problemy do dyskusji

1. Jak rozumiesz pojęcie filmu jako medium globalnego? Powiąż tę kategorię z konkretnymi przykładami znanymi z Twojej praktyki widza filmowego.
2. Czy Twoim zdaniem globalizacja filmu idzie w kierunku homogenizacji (ujednoczenia) kulturowego, czy wręcz przeciwnie – kulturowej różnorodności? Postaraj się przywołać przykłady obu tych tendencji.

3. Czy Twoim zdaniem komercyjny charakter filmu (np. wysoki budżet, znany aktor), który opowiada o problemach globalnych, podważa jego wiarygodność, czy wręcz przeciwnie, dzięki swojej popularności film taki może dotrzeć do większego grona odbiorców z pozytywnym przekazem?
4. Jak są obrazowani przedstawiciele kultur odmiennych od zachodniej w amerykańskich filmach głównego nurtu? Jeżeli widziałeś(aś) jakieś filmy pochodzące z krajów Południa, to postaraj się pokazać różnice w tym przedstawianiu.



Dodatkowa literatura

- Gawrycki M. F., *Uwikłane obrazy. Hollywoodzki film a stosunki międzynarodowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
- Hill J., Kawashima N., *Introduction: film policy in a globalised cultural economy*, „International Journal of Cultural Policy” 2016, Vol. 22, No. 5, s. 667–672.
- Moran A. (red.), *Film policy. International, National and Regional Perspectives*, Routledge, New York 1996.
- Pietrzak J., *Współczesne kino Ameryki Łacińskiej jako kino polityczne*, Wydawnictwo Książka i Prasa, Warszawa 2016.