

TOMASZ ŻAGLEWSKI

PEJZAŻ ELEKTRONICZNY – O ZNACZENIU MULTIMEDIALNYCH PARATEKSTÓW NA PRZYKŁADZIE FILMU *TRON: DZIEDZICTWO**

ABSTRACT. Żaglewski Tomasz, *Pejzaż elekTRONiczny – o znaczeniu multimedialnych paratekstów na przykładzie filmu: „TRON: Dziedzictwo”* [ElecTRONic Landscape – the Role of Multimedia Paratexts Based on the Example of *TRON: Legacy*] edited by M. Adamczak – „Człowiek i Społeczeństwo”, vol. XXXIV, Poznań 2012, pp. 109-129. Adam Mickiewicz University Press. ISBN 978-83-232-2518-8. ISSN 0239-3271.

In this article the author tries to deal with the common hypothesis about the growing role of multimedia paratexts in the modern film industry. By analyzing Disney’s highly paratextualized production *TRON: Legacy* this article attempts to reveal the very complex multimedia universe that surrounds the initial text (a movie) and immerses viewers in the fictional world. The main object of research is a specially designed website which is dedicated to the *TRON: Legacy* feature and represents all possible ways of extending cinematic entertainment to social practices, thus creating completely new ways of “using” a film production. Nonetheless, the question arises: are we dealing (in such a multiplatform entertainment system) with a new kind of cyberculture which incorporates our physical world into the imaginative dimension of popular culture? By referring to Derrick de Kerckhove’s well-known statement about the evolution of the electronic layer that covers our culture as we know it, the author intends to show *TRON: Legacy* not only as an entertaining space for paratextual play, but also as a paratext of the non-elecTRONic space of our existence.

Tomasz Żaglewski, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Instytut Kulturoznawstwa, Zakład Badań nad Kulturą Filomową i Audiowizualną, ul. Szamarzewskiego 89A, 60-568 Poznań, Poland.

Paradoksem, a może znakiem historycznej sprawiedliwości jest fakt, iż *TRON* (1982) Stevena Lisbergera do dziś pozostaje najbardziej udaną próbą zmierzenia się sztuki filmowej z tematyką komputerową. Ów paradoks bierze się z faktu, iż wspomniany film buduje rodzaj cybermitologii. Jest to bajkowa opowieść starająca się ubrać z zasady nienarracyjne procesy mechaniczne w szaty futurystycznej przypowieści. W przeciwieństwie do swoich poprzedników i następców *TRON* ani nie demonizuje technologii, ani też nie pokłada w niej zbawiennych nadziei. Zamiast tego widz otrzymuje

* W czasie pisania artykułu autor korzystał ze stypendium Fundacji UAM.

obraz nieuchronnego współlistnienia dwóch paralelnych rzeczywistości, tej fizycznej i tej bitowej, które nie tylko mają na siebie wpływ, ale wręcz przenikają się, w wyniku czego komputerowe programy przejawiają szereg typowo ludzkich zachowań, zaś iluminacja ludzkiej metropolii przypomina pracujący na najwyższych obrotach mikroprocesor. Pomimo zatem nieuchronnego infantylnizmu wyjściowej opowieści film Lisbergera (a w jeszcze większym stopniu jego sequel) stanowi doskonały przykład popkulturowego manifestu cyberkultury.

Zanim przejdę do meritum niniejszego tekstu, na które składać się będzie analiza formy i zawartości oficjalnej strony internetowej filmu *TRON: Dziedzictwo* (reż. J. Kosinski, 2010), pozwolę sobie pokrótce zapoznać czytelnika ze wspomnianą na wstępie cybermitologią, którą zarówno film Kosinskiego, jak i jego poprzednik starają się wykreować. Kiedy wspomnieć słowa jednego z pierwszych teoretyków kina, Ricciotto Canudo, iż film jest dzieckiem Maszyny i Sentymentu¹, mało który przykład zmierzenia się kinematografii z zagadnieniem maszyn czy też, idąc dalej, komputerów, okazuje się być w równym stopniu „technocentryczny” i utopijny zarazem, co *TRON*. Właściwie od pierwszych realizacji podobnych motywów, takich jak *Metropolis* (1927) Fritza Langa, w którym objawia się pierwsza filmowa ekranizacja technokultury, poprzez *2001: Odyseję kosmiczną* (1968) Stanleya Kubricka, *Gry wojenne* (1983) Johna Badhama czy *Terminatora* (1984) Jamesa Camerona, aż po erę *Matrixa* (reż. A. i L. Wachowscy, 1999) technologia – nawet jeśli pierwotnie mająca służyć człowiekowi – ostatecznie okazywała się zagrożeniem, sprowadzając wspomniane fabuły do binarnej opozycji CZŁOWIEK-MASZYNA. Jak pisał Andrzej Kołodyński: „[W] świecie SF [science fiction – T.Ż.] człowiek staje oko w oko z maszyną, która mu zagraża, gotowa zająć miejsce swojego kreatora. Ma do czynienia z mechanizmem tak doskonałym, że jego funkcjonowanie wymyka się kontroli”².

Symbolicznym momentem przejścia, w którym na ekranie zaczynają coraz częściej pojawiać się zwiastuny harmonijnej lub przynajmniej bezkonfliktowej egzystencji człowieka i tworców technologicznych jest dopiero początek XXI wieku. Doskonale znany nam krajobraz wszechobecności nowych mediów i wszechkonieczności komunikacji zapośredniczonej komputerowo wymusza niejako reorganizację spojrzenia filmowców. W finale trylogii *Matrix – Matrix Rewolucje* (reż. A. i L. Wachowscy, 2003) – ludzie i maszyny zgadzają się zaprzestać dalszych walk wkrótce po tym, jak człowiek – Neo – poświęca się, by uratować obie cywilizacje. W 2003 i 2009 roku pojawiają się kolejne odsłony *Terminatora* – odpowiednio *Terminator 3: Bunt*

¹ Zob. A. Helman, J. Ostaszewski, *Historia myśli filmowej. Podręcznik*, Gdańsk 2007, s. 14.

² A. Kołodyński, *Dziedzictwo wyobraźni. Historia filmu SF*, Warszawa 1989, s. 105.

maszyn (reż. J. Mostow) i *Terminator: Ocalenie* (reż. McG) – które kontynuują zapoczątkowaną przez samego Camerona w filmie *Terminator 2: Dzień Sądu* (1991) strategię „uczłowieczania” tytułowego bohatera. W rezultacie w ostatniej odsłonie cyklu mamy do czynienia już nie tyle z maszyną, która wygląda jak człowiek, ale z człowiekiem, któremu chirurgicznie zastępuje się naturalne organy wewnętrzne ich mechanicznymi odpowiednikami. Sam Cameron obecnie idzie już krok dalej i w swym przebojowym *Avatarze* (2009) kreśli wizję możliwości przenoszenia naszej świadomości w postbiologiczne ciało, a także powołuje do życia utopijną społeczność planety Pandora, która poprzez specjalny, naturalny bioport może dosłownie „podłączyć” się do otaczającego ją ekosystemu niczym do organicznej wersji mediów elektronicznych. W ten sposób dokonuje się zapowiadana od dawna, choć ostatecznie niewypowiedziana komunika człowieka i elektroniki w formie istoty cyberorganicznej. Jak komentuje w swym studium tego zagadnienia Magdalena Radkowska-Walkowicz: „Erę cyborgów zapowiada też przyjaciółka Sary [główniej bohaterki pierwszej części *Terminatora* – T.Ż.], która nie zdejmuje z uszu walkmana, nawet – co zostało w filmie zasugerowane – podczas uprawiania miłości ze swoim chłopakiem. Maszyny są niezbędnym elementem naszego życia, wszyscy mamy coś z cyborgów”³.

Na tle powyższych przykładów filmowych dzieło Stevena Lisbergera wyrasta na niemalże proroczą wizję – zarówno pod względem estetycznym, jak i tematycznym. *TRON* to historia młodego programisty, Kevina Flynna (Jeff Bridges), pracującego niegdyś dla potężnego międzynarodowego koncernu Encom. Flynn to mistrz w swoim fachu, twórca najbardziej przebojowych gier komputerowych, który zostaje jednak oszukany przez jednego ze swych współpracowników – Edwarda Dillingera (David Warner). Dillinger, przypisując sobie autorstwo takich komputerowych przebojów jak *Space Paranoids*, skazuje Flynna na odejście z firmy i ubogie życie właściciela salonu gier wideo. Bohater nie ustaje jednak w próbach dotarcia do cyfrowych plików świadczących o oszustwie obecnego szefa Encomu. Tworzy kolejne cyfrowe awatary – tzw. CLU (Codified Likeness Utility) – które mają za zadanie sforsować zabezpieczenia systemów Encomu, którymi kieruje MCP (Master Control Program). Szansa na dotarcie do prawdy otwiera się dzięki osobie Alana Bradleya (Bruce Boxleitner) – przyjaciela Flynna i pracownika Encomu, który wraz ze swoją dziewczyną Lorą (Cindy Morgan) pomaga bohaterowi w przedostaniu się do centrali firmy. Tam jednak MCP, który posiada samoświadomość, przenosi Flynna w cyfrową rzeczywistość swo-

³ M. Radkowska-Walkowicz, *Od Golema do Terminatora. Wizerunki sztucznego człowieka w kulturze*, Warszawa 2008, s. 284.

jego sytemu za pomocą tajemniczego lasera, o którym wiemy jedynie, iż służy eksperymentom z digitalizowaniem przedmiotów fizycznych. Umieszczony w świecie komputera człowiek przemierzyć musi bogate uniwersum zamieszkiwane przez antropomorfizowane programy, aby w finale, dzięki pomocy programu bezpieczeństwa o nazwie TRON, zakończyć tyranię MCP w cyberprzestrzeni i powrócić do naszej rzeczywistości z pożądanymi informacjami na temat fałszerstwa, które sprawiają, iż Flynn zajmuje kierownicze stanowisko Dillingera.

Jak widać, fabuła filmu Lisbergera jest co najmniej pretekstowa i wypełniona wieloma lukami logicznymi. Być może jednak z tego właśnie powodu *TRON* oglądany po latach okazuje się bardzo aktualną historią, ustanawiając coś na wzór zrębu mitu cyberprzestrzeni. Oddajmy w tym miejscu raz jeszcze głos Andrzejowi Kołodyńskiemu, który następująco komentuje omawiany tytuł: „Oto w graficznym świecie, w którym *energia żyje i oddycha*, świecie, który jest przestrzenną wizją zbudowaną ze świetlistych, nieustannie zmieniających się linii, komputerowe programy obdarzone są osobowością. Mają antropomorficzne kształty, ale ich *życiem* rządzą *prawidła gry*”⁴. Jak wspomniałem we wstępie, oryginalność pierwszego *TRONu* polega właśnie na zrównaniu ze sobą porządków rzeczywistości i cyberprzestrzeni. Na poziomie wizualnym dobitnym symbolem są tu oczywiście owe człekokształtne formy programów jak TRON, a nawet MCP, który posiada coś na kształt ludzkiej twarzy. Świat komputerowy okazuje się jednak o wiele dalej idącą kalką swego pierwowzoru. Pojawia się wątek walki o wolność komputerowych aplikacji (czyżby wczesna zapowiedź ruchu open source i wolnej kultury Lawrence’a Lessiga?) z tyranią MCP, funkcjonującego na podobnych zasadach, jak tajemnicza korporacja Encom „wysysająca” potrzebne jej dane i programy ze swych pracowników. Wreszcie w cyberświecie *TRONa* występuje także coś na kształt religii. Niektóre programy wierzą bowiem w istnienie swych użytkowników, z którymi można kontaktować się w specjalnych strumieniach informacji za pomocą posiadanych przez każdego digitalnego obywatela dysków. Głoszenie poglądów o obecności „pierwotnych poruszycieli”, czyli programistów jest największym przestępstwem w „oczach” MCP, który otwarcie deklaruje, iż stworzył się samodzielnie.

Film Lisbergera koncentruje się wreszcie na postaciach cybergeeków, przodkach dzisiejszych technofanów. Samego Flynn’a poznajemy w chwili, kiedy osiąga rekordowy wynik w jednej z oferowanych przez swój salon gier. Cała trójka głównych bohaterów zdaje się być uzależniona od technologii, która otacza ich – niczym nas samych współcześnie – ze wszystkich

⁴ A. Kołodyński, dz. cyt., s. 116.

stron. Prawdziwie niepokojącym obrazkiem jest jednak ostatnia scena filmu (której odtworzenie otwiera z kolei *TRON: Dziedzictwo*) ukazująca elektroniczną powłokę wielkiego miasta. „A więc żyjemy, nie zdając sobie z tego sprawy, w środku gigantycznego komputera? [...] Pesymizm tego wniosku zaskakuje w filmie, który jest produkcją wytwórni disneyowskiej”⁵ – podsumowuje Kołodyński. Znowu zatem Lisberger patrzy w przyszłość odważniej, niż chociażby samozwańczy wizjoner technologii James Cameron. Ostatnia sekwencja *TRONa* to wstęp do Augmented Reality i Google Earth, do multiplikowania warstw rzeczywistości i jej stopniowej dematerializacji, w wyniku której ostać się mogą jedynie opisywane przez Derricka de Kerckhove’a powłoki znanej nam kultury.

Nadrzędnym celem niniejszej analizy jest zaprezentowanie procesu kreowania specyficznej cyberkultury wokół multimedialnego tekstu, jakim jest oficjalna strona internetowa związana z filmem *TRON: Dziedzictwo*. Poniżej sprecyzuję, co rozumieć będę pod pojęciem „cyberkultury” i dlaczego przedmiotem badań uczyniłem właśnie witrynę sieci Web.

Jednym z pierwszych badaczy, który podjął się zadania zdefiniowania cyberkultury, jest przywołany już Derrick de Kerckhove. Na łamach swojej pracy *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości* zaproponował następującą definicję wspomnianego zagadnienia: „Cyberkultura jest wynikiem pomnożenia masowości przez szybkość”⁶. Cóż jednak oznacza to równanie? Dla de Kerckhove’a cyberkultura stanowi wypadkową technologii i jej użytkowników. Wraz z jakościowym i estetycznym rozwojem tej pierwszej, jej odbiorcy przyjmują rolę już nie tyle stricte użytkowników, ale naturalnych wręcz (i gorliwych) „posiadaczy” nowych technologii, która nie tylko jest przez nich wykorzystywana, ale przede wszystkim współtworzona⁷. Jak podkreśla badacz, immanentnymi składnikami tak pojmowanej cyberkultury są pojęcia głębi, zagładania oraz widzenia na wylot. Pierwsze z nich oznacza możliwość dotknięcia dowolnego obszaru tak ziemskiego, jak i pozaziemskiego (jako przykład de Kerckhove przytacza rolę sond kosmicznych badających odległe planety). Zagładanie oznacza możliwość eksploracji mikroświatów struktur atomowych, stanowiąc w ten sposób dopełnienie perspektywy strategii głębi. Widzenie na wylot to odniesienie do procesu globalizacji, gdzie tak pod względem ekonomicznym, jak i psychologicznym całość ludzkiego doświadczenia staje się informacyjną siatką nieograniczoną fizycznym wymiarem przestrzeni. Spra-

⁵ Tamże, s. 116-117.

⁶ D. de Kerckhove, *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, tłum. W. Sikorski, P. Nowakowski, Warszawa 1996, s. 142.

⁷ De Kerckhove stwierdza wręcz: „Yuppies zniknęli, zastąpieni przez cyberpunków” – tamże, s. 131.

wia ona, iż „Ziemia jest zawarta w naszych umysłach i sieciach”⁸. W tym swoiście postMcLuhanowskim projekcie rzeczywistości jako niekończącego się ciągu mediów na poziomach makro i mikro oraz cielesności i bezcielesności następuje zmasowanie szybkości i przyspieszenie umasawiania.

Obiecuje się nam informacje mające docierać z coraz intensywniejszą częstotliwością; jak głoszą ostatnie zapowiedzi, niebawem ogólnodostępny na terenie Polski ma stać się ultraszybki internet o prędkości 150 Mb/s. Jednocześnie ilość kanałów – autostrad nieustannego przepływu – nieustannie się multiplikuje w formie smartphone’ów, tabletek, a także oferujących połączenie z globalną siecią odbiorników telewizyjnych (jeśli takiego terminu można jeszcze w ogóle używać) i konsol do gier. To te zjawiska właśnie oferują głębię natychmiastowego kontaktu z dowolnym miejscem na Ziemi i nie tylko, posiadają bowiem również możliwość zaglądania do wnętrza dowolnego elementu kultury będącego częścią struktury sieci, kumulują wreszcie wrażenie widzenia na wylot, gdyż postępująca cyfryzacja przekształca materializm przestrzeni w rzeczywistość zero-jedynkową⁹. Jak zauważa autor *Powłoki kultury*: „W rzeczywistości, dzięki wszechobecnej interkonektywności wszystkiego, co zostanie przetłumaczone na kod zero-jedynkowy, całe cyfrowe otoczenie w multimediami staje się jednym spłotem wzajemnie odnoszących się do siebie danych [...] Dotyk to multimedia; wszystkie media spotykają się w usieciowionym środowisku. Obrazy cyfrowe stapiają się w totalnym otoczeniu (*total surround*)”¹⁰. Cyberkultura okazuje się zatem globalną *augmented reality* – obrazem nałożonym na fizyczny model rzeczywistości przekształcającym jednocześnie za pomocą najnowszych rozwiązań technicznych szereg zjawisk społeczno-ekonomicznych w każdej dziedzinie kultury.

Ponieważ tekst niniejszy traktuje o pewnym specyficznym wytworze kultury, którym jest film, wypadłoby odnieść powyższe konstatacje do tej właśnie formy artystycznej. Niezwykle atrakcyjną definicję tekstu filmowego w dobie ekspansji nowych mediów proponuje Lev Manovich: „W epoce komputerów kino, a także inne formy kulturowe, stają się kodami. Jest ono

⁸ Tamże, s. 143.

⁹ Stąd też Lev Manovich wyprowadza swój postulat traktowania kultury jako bazy danych (zapośredniczonej przez nowe media), pisząc: „Obiekty nowych mediów, bez względu na to, czy wykorzystują zaawansowane modele bazy danych, czy nie, z punktu widzenia doświadczeń użytkownika są bazami danych w bardziej ogólnym sensie. Wydają się zbiorami elementów, na których użytkownik może dokonywać operacji różnego rodzaju – oglądać, nawigować, wyszukiwać” – Zob. L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006, s. 334.

¹⁰ D. de Kerckhove, *Umysł dotyku. Obraz, ciało, taktylność, fotografia*, tłum. A. Maj, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice 2009, s. 49.

używane do komunikowania wszystkich typów danych i doświadczeń, a jego język kodowany jest w interfejsach, domyślnych ustawieniach programów i w sprzęcie komputerowym”¹¹. Na przykładzie współczesnego filmu – zwłaszcza tej jego formacji, którą zwykło się wciąż jeszcze nazywać kinem popularnym, choć w dobie nowych mediów rozróżnienie masowości i niszowości traci swój definitywny charakter – doskonale widać przekształcenia wynikające z rozwoju cyberkultury prowadzące do Manovichowskiej metafory kodu. Współczesne przeboje hollywoodzkie cechują się głębią oraz możliwością zagłądania i widzenia na wylot dowolnego tytułu, wykorzystując w tym celu najnowsze osiągnięcia technologiczne – nośniki DVD i Blu-ray, iPody oraz wszechobecny internet. Dla współczesnego widza film przestaje być mistycznym doświadczeniem wzmacnianym onirycznym dyspozytywem ciemnej sali kinowej i konstruującym sennopodobny akt projekcji. Dziś widz ma do dyspozycji dziesiątki najróżniejszych materiałów i aplikacji odsłaniających wszelkie możliwe tajniki filmowego rzemiosła. Płyty DVD i zakrojone na szeroką skalę internetowe strategie marketingowe oferują dokumenty typu „making of”, wywiady z twórcami, szczegółowe rekonstrukcje pojedynczych scen i globalnych wydarzeń związanych z określoną produkcją – od castingu do premiery.

Kolejne skoki technologiczne – jak Blu-ray – idą nawet jeszcze dalej w owym skracaniu dystansu między twórcami a odbiorcami oraz odbiorcami i samym tekstem. Aplikacja BD-Live umożliwia – dzięki posiadaniu odpowiednio telewizora z dostępem do sieci lub konsoli PlayStation 3 – wejście w bezpośrednią, choć oczywiście medialnie zapośredniczoną interakcję z ekipą filmową za pomocą internetowego komunikatora. Sam film wreszcie ostatecznie traci swą estetyczną nienaruszalność. Nieograniczona dostępność mniej lub bardziej wyrafinowanych filmowych edytorów wraz z mniej lub bardziej legalnymi kanałami dystrybucji filmów jako plików cyfrowych zachęcają do indywidualnej re-konstrukcji ich samych. Globalne kanały dystrybucji, jak YouTube, zapełniają się kolejnymi impresjami dotychczasowych widzów mieszających gatunki, motywy i fragmenty określonych dzieł. Jak piszą Jean Burgess i Joshua Green, „YouTube należy rozumieć jako system ciągłego edytowania; umieszczanie kolejnych filmików to proces tworzenia nowych znaczeń, a nie próba omijania oficjalnych mechanizmów dystrybucji. W szczególności poprzez praktykę umieszczania *cytatów*, YouTube funkcjonuje jako sposób [...] nadążania za wydarzeniami medialnymi, ale także jako źródło nowych pomysłów i zwiększanie uwagi”¹². Inaczej zresztą być nie może skoro – jak wyrokuje Manuel Castells –

¹¹ L. Manovich, dz. cyt., s. 474.

¹² J. Burgess, J. Green, *YouTube. Online video & Participatory Culture*, Cambridge 2009, s. 49.

zasadniczą cechą globalnego informacjonizmu jest to, iż nie tylko medium, ale i sam przekaz stają się potencjalnością tego ostatniego¹³.

Organizująca się współcześnie (cyber)kultura filmowa oznacza zatem drastyczną decentralizację tak treści, jak i formy przekazu filmowego rozbijającego się na szereg współwystępujących i wzajemnie dopowiadających się tekstów. Z tak skonstruowaną siatką nie może uporać się „klasyczny” widz oczekujący koherencji i samowystarczalności dzieła¹⁴. Funkcjonowanie instytucji kinematograficznej w dobie cyberkultury oznacza zatem znaczącą dewaluację dotychczasowych strategii marketingowych. Zainteresowanie twórców i widzów coraz częściej przenosi się bowiem z centrum (filmowego tekstu) na audiowizualne peryferia (DVD, internet), których medium okazuje się górować nad pierwotnym przekazem. Z taką właśnie sytuacją mamy do czynienia w przypadku filmu *TRON: Dziedzictwo*.

O tym, iż wkraczamy w epokę rosnącego znaczenia filmowych paratekstów, znakomicie świadczy wydana nie tak dawno publikacja pod redakcją Andrzeja Gwóźdźa *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Zbiorowym wnioskiem, jaki można by wyprowadzić po lekturze tego imponującego zbioru tekstów jest stwierdzenie, iż oto marginalizują się klasyczne, „dorosłe” kanały dystrybucji – kino, telewizja – a ich miejsce zajmują formy pośrednie, istniejące na granicy różnych form czy też wprost paratekstowe. Z jednej strony jest to konsekwencją przemian społeczno-psychologicznych, które podsumowuje w swoim artykule Kazimierz Krzysztofek pisząc o narodzinach tzw. *homo optionis*¹⁵, co z kolei ponownie odwołuje nas do pojęcia cyberkultury i jej wszechkonektywności. Z drugiej strony poszczególni autorzy podejmują się interesującej próby charakterystyki paratekstów audiowizualnych i określenia ich wyjątkowego statusu w oczach dzisiejszego odbiorcy. Andrzej Gwóźdź proponuje zatem następującą definicję: „Chodzi, najkrócej mówiąc, o bliższe lub dalsze otoczenia tekstu, które, podobne kręgom koncentrycznym, rozniecają jego istnienie (życie) na coś, co już samym tekstem nie jest, a co funkcjonuje obok bądź

¹³ Zob. M. Castells, *Spółczesność sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Warszawa 2008, s. 373.

¹⁴ Jak zauważa Henry Jenkins, tego typu postawa była przyczyną negatywnych recenzji pierwszej części filmowego *Matrixa*. Autor stwierdza: „Większość krytyków uczyła się myśleć według schematu prostej struktury opowieści – coraz bardziej zwracają więc uwagę na upadek narracji [...] Kinomani wychowani na nieliniarnych formach medialnych, jak gry wideo, oczekiwali zupełnie nowych form rozrywki. Jeśli ocenimy te filmy według starych kryteriów, mogą się nam wydać bardziej poszatkowane, ale te fragmenty istnieją po to, by widz mógł je złożyć w całość w swoim czasie i na swój sposób”. Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 117.

¹⁵ Zob. K. Krzysztofek, *Paratekst jako postfabrykat kultury*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010, s. 32.

wokół na prawach dodatku, przydatku, aneksu, features, bonusu, mających (bądź mogących mieć) wpływ na jego odbiór. Tak więc paratekst jest zawsze heteronomiczny wobec tekstu pierwotnego [...] i nieuchronnie odśrodkowy”¹⁶. Z kolei Marcin Składanek wskazuje: „Kluczową kwestią – w moim przekonaniu – staje się tu już nie tyle konstatacja i identyfikacja palimpsestowej natury wszelkich tekstów kultury (ona wydaje się dziś nieunikniona i wyraźnie widoczna), ile analiza złożonych praktyk komunikacyjnych, które ów aspekt intensyfikują, sprawiając zarazem, iż intertekstualność staje się cechą definicyjną współczesnej – cyfrowej w znacznym zakresie – kultury”¹⁷.

Oba cytaty dobrze obrazują naturę zjawisk paratekstowych jako „odśrodkowych” wydarzeń kierujących uwagę na przywoływany tekst, funkcjonując jednocześnie nie na prawach podrzędności, ale intertekstualnej współzależności (co szczególnie akcentuje Składanek). Inaczej zresztą być nie może, skoro dzisiejsze strategie marketingowe wysokobudżetowych blockbusterek chcą objąć swym zasięgiem jak największą liczbę mediów traktowanych już nie jako dodatki, ale niezbędne wręcz prologi lub epilogi do fabuł filmowych. Przykłady gier komputerowych jak *Enter the Matrix* czy też ostatnio *TRON: Evolution* (o którym więcej za chwilę) ukazują stopniowe wybijanie się na niepodległość tekstów do tej pory podrzędnych, które w nowym paradygmacie zyskują rolę bazy danych niezbędnych dla dokładnego zrozumienia sensu filmowych wydarzeń. „Ten, kto sądzi, iż *Park Jurajski* jest filmem, myli się. *Park Jurajski* to artykuł, towar, którego warta miliardy dolarów akcja promocyjna jako swoistego bodźca napędowego potrzebowała jedynie wydarzenia kinowego, [...] dwugodzinnego filmu reklamowego służącego wyłącznie wylansowaniu produktu [podkreślenie moje – T.Ż.]”¹⁸ – pisze Florian Krautkrämer za Meili Dschen. Jak wobec takiego założenia utrzymać można tezę o „centralnym” charakterze kinowego pokazu i „marginalnym” występowaniu jego paratekstów? Na tle najnowszych superprodukcji należałoby raz jeszcze przemyśleć rolę „dodatków” filmowych. Oto bowiem okazuje się, iż nie tylko służą one dopowiedzeniu filmowego uniwersum, ale stanowią samowystarczalne, o wiele od filmu bogatszy przekaz, którego zasobów informacji dzieło filmowe nie jest w stanie prześcignąć.

¹⁶ A. Gwóźdź, *Obok filmu, między mediami*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010, s. 38.

¹⁷ M. Składanek, *Parateksty w środowiskach informacyjnych mediów interaktywnych*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010, s. 400.

¹⁸ F. Krautkrämer, *Poszerzenie strefy granicznej – paratekst w filmie*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010, s. 239.

Taki właśnie charakter ma oficjalna strona internetowa filmu *TRON: Dziedzictwo* – disney.go.com/tron. W moim przekonaniu jest to najambitniejszy projekt tego rodzaju, jaki ujrzał światło dzienne na przestrzeni ostatnich kilku lat. Stanowi bowiem doskonały przykład usamodzielniania się tekstu – do tej pory ewidentnie bonusowego, jakim była internetowa witryna, a jednocześnie okazuje się być o wiele bogatszy informacyjnie od swego „bazowego” tytułu. Webpage *TRONa* spełnia bowiem nie tylko funkcję informacyjną (podobnie jak najprostsze nawet przykłady tego typu materiałów promocyjnych, zawiera informacje o ekipie realizującej film kinowy i szereg promocyjnych gadżetów), ale tworzy również coś na kształt pseudointeraktywnego środowiska. Określenia „pseudointeraktywność” używam tu celowo, choć zdaję sobie sprawę z jego nieprzystawalności do formy, którą stanowi strona internetowa. Ta bowiem, podobnie jak gry komputerowe, nie powinna być rozpatrywana jako przestrzeń działań interaktywnych. Ze swej natury stanowi ona zamknięty we własnym kodzie zbiór dopuszczalnych, a nie dowolnych zachowań i nawigacji – podobnie jak potencjalnie nieskończone uniwersum gry jest faktycznie ograniczoną mapą programistów jej samej i dostępnych rozszerzeń. Do tego typu fenomenów stosować należy kategorię ergodyczności, która – jak zauważa Ryszard W. Kluszczyński – „odnosi się w zasadzie wyłącznie do sfery operacji na znaczeniach”¹⁹.

Mirosław Filiciak pisze z kolei: „Opisuje [ergodyczność – T.Ż.] sytuację, w której odbiorca/użytkownik porusza się w zorganizowanym na kształt labiryntu tekście i poprzez pracę – aktywny wybór drogi, którą w tekście podąża – tworzy znaczenia [...] Co jednak najważniejsze, termin ergodyczność podkreśla istnienie pewnego schematu aktualizowanego przez odbiorcę, dokonującego pewnych wyborów w ramach istniejącego programu”²⁰. Czytelnik ma prawo dostrzec w tym miejscu paradoks – czy można mówić o ergodyczności wobec przekazu składającego się najczęściej z uszeregowanych hiperlinków odwołujących nas do poszczególnych informacji o prezentowanym filmie? Przy „klasycznej” formie takiego przekazu rzeczywiście budzą się wątpliwości. Tym większa okazuje się jednak innowacyjność witryny filmu *TRON: Dziedzictwo* ukazując, iż – jak głosi hasło reklamowe omawianego filmu – „zmieniły się reguły gry”.

Akcja *TRON-u: Dziedzictwo* rozpoczyna się kilka lat po wydarzeniach znanych z pierwszej części. Dobrze znany publiczności Kevin Flynn, wciąż będący szefem potężnego Encomu, ma teraz syna – Sama (Garrett Hed-

¹⁹ R.W. Kluszczyński, *Sztuka interaktywna. Od dzieła instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Warszawa 2010, s. 10.

²⁰ M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, Warszawa 2006, s. 51-52.

lund), który uwielbia wysłuchiwać opowieści ojca o cudownym cyfrowym świecie komputerów. Pewnego dnia Kevin Flynn znika bez wieści. Młody Sam, czując się porzucony przez ojca, odsuwa się od spraw Encomu, co nie przeszkadza mu jednak zostać specjalistą w dziedzinie komputerów. Swoją wiedzę wykorzystuje jednak w celu ośmieszenia nowego zarządu firmy, który stara się zbić majątek na dokonaniach swego byłego prezesa. Zamiast ulepszać i udostępniać za darmo kolejne cyfrowe programy, Encom nieustannie powiela stare – i wadliwe – rozwiązania swoich systemów operacyjnych (dość czytelna i zgryźliwa aluzja do działań Microsoftu). Dorosły już Sam spotyka znanego również z pierwszej części Bradleya. Ten informuje go o tajemniczej wiadomości, którą otrzymał z salonu gier, który był niegdyś własnością Flynnna seniora. Podążając tym tropem chłopak odkrywa ukryty w salonie pokój do badań nad cyberprzestrzenią, w którym znajduje się także laser umożliwiający przenoszenie się do wirtualnej rzeczywistości. Przeglądając pliki komputerowe, Sam zostaje „wrzucony” w rzeczywistość komputera i tam, podobnie jak niegdyś jego rodzic, stawia czoła różnorodnym niebezpieczeństwom.

W swojej warstwie fabularnej film Josepha Kosinskiego jest niemalże wierną kopią historii opowiedzianej w pierwszym *TRONie* Lisbergera. Novum jest tu w zasadzie jedynie wprowadzenie wątku relacji ojca i syna, rozwiązanego zgodnie z prawidłami rodzinnego widowiska o międzypokoleniowym pojednaniu. O wiele wyraźniej jednak, niż w przypadku filmu z 1982 roku, *TRON: Dziedzictwo* okazuje się być interesującym zjawiskiem nie na poziomie samej historii, ale sieci najróżniejszych paratekstów, które wobec ostatecznej miałkości filmowego przesłania wyrastają na – jak to zaznaczyłem wcześniej – teksty nadrzędne względem filmu. Głównym punktem dla owych paratekstów okazuje się oficjalna strona internetowa filmu. Po wpisaniu odpowiedniego adresu użytkownik otrzymuje tzw. stronę wstępną. Jej centralnym elementem jest znany choćby z filmowych plakatów wizerunek głównego bohatera – Sama, jadącego na słynnym filmowym pojeździe – tzw. światłocyklu. Z lewej strony obrazu znajduje się logo filmu, pod nim zaś wyświetlane są entuzjastyczne wycinki z amerykańskiej prasy zachwalające głównie wizualną warstwę nowego *TRONa*. Po prawej stronie znajduje się aplikacja umożliwiająca rezerwację biletów w dowolnie wybranym kinie, poniżej zaś umieszczono okienko odsyłające do oficjalnego zwiastuna filmu. Na wstępie odwiedzający stronę otrzymuje zatem zbiór podstawowych informacji nie rozwijających w znacznym stopniu jego wiedzy o filmie. Ta kształtuje się dopiero po opuszczeniu swoistej „strony tytułowej” poprzez wybranie jednej z dwóch opcji znajdujących się u dołu ekranu. Widnieją tam komendy *Enter Site* oraz *Lite Version*. Pierwsza z nich kieruje nas do głównego ośrodka atrakcji, któremu poświęcona bę-

dzie dalsza część analizy. *Lite Version* uruchamia natomiast „klasyczną” wersję strony pozbawioną wielu przygotowanych przez programistów dodatków.

Klikając *Enter Site* obserwujemy jak powitalny obraz przedstawiający Sama Flynna stopniowo rozmazuje się, sprawiając wrażenie, jakby było to spowodowane jakimś rodzajem technicznych zakłóceń. Kiedy strona początkowa znika, ekran wypełnia znany z filmu dysk – atrybut wszystkich programów zaludniających świat *TRONa*, będący jednocześnie oknem typu *Loading* ładującym zawartość strony głównej. Kiedy ten proces kończy się, dysk znika, pojawia się natomiast krótka animacja odwzorowująca filmową sekwencję „wkraczania” do świata komputerów za pomocą tajemniczego dematerializującego lasera. Oczom użytkownika ukazuje się zaś główna strona, której centralnym elementem jest gra typu TPP (*third person perspective*). Widzimy odtworzony krajobraz znany z filmowej wizji cyfrowego świata oraz sylwetkę bohatera, którego poczynaniami mamy pokierować. Aby jeszcze wierniej odtworzyć wrażenia filmowe, podkład muzyczny stanowi tu ścieżka dźwiękowa użyta w *TRON: Dziedzictwo* autorstwa duetu Daft Punk. Po lewej stronie ekranu widzimy kolumnę składającą się z 17 haseł odsyłających do wszelkich możliwych zagadnień związanych z filmem. Po prawej stronie znajdują się trzy dodatkowe okienka. Pierwsze to odtwarzacz muzyczny, za pomocą którego możemy wyłączyć towarzyszącą nam muzykę lub zmienić aktualnie odtwarzany utwór. W drugim pojawiają się wizualizacje umieszczonych obok haseł głównych. Trzecie okno stanowi odpowiednik tylko jednego ze wskazanych wcześniej aplikacji – *Ride Light Cycle*, o którym wspomnę za chwilę.

Pierwszą komendą, z którą spotyka się internauta po wejściu na główną stronę, jest *Create Program*. Aby móc sterować naszym wirtualnym awatarem w ramach proponowanej gry, musimy stworzyć swojego cyfrowego odpowiednika. Pomóc nam ma w tym szereg kilku pytań, po których wykreowany zostaje bohater, którego poczynaniami możemy kierować. Ten swoisty „test” obejmuje pytania o „pleć” naszego programu, cechy jego charakteru (np. indywidualista, przywódca) czy przydatne umiejętności (jak walka wręcz czy opcja „demon szybkości”). Zakończenie procesu kreacji wymaga stworzenia swojego profilu na portalu Disney Accounts. Kiedy dokonamy już wszystkich formalności, możemy eksplorować cyfrowy świat w ramach dość ograniczonej reprezentacji filmowej rzeczywistości. Eksplorowanie wydaje się tu terminem najwłaściwszym, albowiem nie wymaga się od nas – jak w rasowej grze – wykonania żadnych zadań. Mamy jedynie poruszać się po komputerowym świecie i poznawać go niejako od wewnątrz. Podobnie działa wspomniana wcześniej aplikacja *Ride Light Cycle*. Klikając tę opcję możemy wybrać jedną z pięciu lokalizacji, po której

poruszać się będziemy za pomocą tytułowego światłocyklu. Nie bez powodu podtytułem tej atrakcji jest *Explore the System*, bowiem i tu naszym jedynym celem jest podróżowanie po komputerowym świecie.

Zapoznawszy się już z główną aplikacją, można skierować uwagę na wspomniane już hasła odnoszące się do kolejnych aspektów świata *TRON-a*. Stanowią one kopalnię wiedzy, do której sam film, z oczywistych względów, nie może odnieść się w całości. Pierwsza komenda, *Home*, służy jako odsyłacz do głównej strony, na której znajduje się opisana już gra typu TPP. Tuż pod nią znajduje się, także już wspomniana, aplikacja *Ride Light Cycle*. Trzecie hasło to *Create your program*, które pozwala nam zmodyfikować lub stworzyć od podstaw bohatera naszej cyfrowej wędrówki. Kolejna pozycja to *Games*. Za jej pomocą kierujemy się do podstrony oferującej nam kilka prostych zręcznościowych gier oraz zawierającej informacje o przygotowanej na konsole i komputery PC grze *TRON: Evolution*. Proponowane gry internetowe to:

1) *Disc Battle* – kierujemy w niej zawodnikiem biorącym udział w filmowym pojedynku na dyski mającym na celu wyeliminować (zdezintegrować) przeciwnika poprzez trafienie go naszą bronią;

2) *Classic TRON* – ta gra nawiązuje do prostych gier zręcznościowych z archaicznych już dziś automatów, polega na poruszaniu naszym światłocyklem w sposób znany chociażby z popularnej „komórkowej” gry *Wąż* – zadaniem gracza jest wyeliminowanie konkurencyjnego pojazdu poprzez skierowanie go na ciągnący się za naszą maszyną świetlisty ogon;

3) *TRON Legacy Digital DJ* – to prosta gra muzyczna, w której musimy odtworzyć atmosferę filmowego klubu *End Of Line* poprzez klikanie w odpowiednim momencie na konsolę DJ-a;

4) *TRON Legacy Light Cycle* – to bardziej zaawansowana graficznie wersja *Classic TRON*. Tym razem kierujemy trójwymiarowym modelem światłocyklu, biorąc udział w wyścigach i eliminując naszych przeciwników;

5) *Discs of TRON* – to z kolei prostsza, ponownie nawiązująca do znaczącej dla filmu złotej ery gier na automatach, dwuwymiarowa wersja gry *Disc Battle*.

Informacje dotyczące gry *TRON: Evolution* składają się z kolei na pięć głównych kategorii:

1) *Details* – pojawia się tu trailer gry, plik *Mythology* prezentujący historyczne tło dla wydarzeń znanych z gry (a także z filmu) oraz opisy specyfiki wydań tytułu na poszczególnych konsolach;

2) *Videos* – to pięć materiałów filmowych: *War is Coming* (krótki trailer), *Game Trailer* (wersja dłuższa) oraz *Evolution* (kolejny krótki klip promocyjny), *In the Game* (drugi dłuższy zwiastun) oraz *E3 2010* – relacja z targów E3 i krótki wywiad z twórcami gry;

- 3) *Images* – tapety i screenshoty z gry do pobrania;
- 4) *News* – ciekawostki związane z grą;
- 5) *Order* – odsyłacze do internetowych witryn sklepów, na których można dokonać zakupu produktu.

Dodatkowo w dziale *Games* znajdują się informacje o przeznaczonej dla najmłodszych graczy propozycji komputerowej rozrywki *TRON: Evolution For Family* dostępnej na konsolach Nintendo Wii oraz Nintendo DS. Kolejny dział strony głównej to *Videos*. Znajdziemy tutaj takie podkategorie jak:

- a) *Trailers* (zwiastuny),
- b) *Exclusives* (klipy promocyjne – np. klip *Derezzed* Daft Punk promujący filmowy soundtrack, wideo *Light Painting* ukazujący proces kreowania efektów świetlnych w filmie, filmik *Electronica* prezentujący element parku rozrywki Disneya poświęcony *TRONowi*),
- c) *Behind the scenes* (krótkie wywiady z twórcami i aktorami omawiającymi różnorakie elementy filmu – od scenariusza po broń bohaterów),
- d) *Clips* (krótki filmik prezentujący wybrane sceny z filmu).

Następne hasło głównego menu to *Movies*. Znajduje się tu szczegółowy opis fabuły pierwszej i drugiej części filmu oraz towarzyszących im wydarzeń okołofilmowych, takich jak przyznane dziełu nagrody i wyróżnienia. Uzupełnieniem tych informacji jest dział *Cast*, który prezentuje sylwetki głównych aktorów. Dopełnieniem tych informacji jest z kolei kategoria *Characters*. W niej odnaleźć możemy szczegółowe informacje na temat każdego z bohaterów. Prezentowane są one w formie swoistej kartoteki – na przykład wybierając postać Kevina Flynna otrzymujemy dane o tym, w których odcinkach filmu się pojawił oraz kogo należy uznać za jego „sprzymierzeńców” i „wrogów” wraz ze skrótowną „biografią”.

Prawdziwym almanachem wiedzy o świecie stworzonym przez twórców *TRONa* jest dział *World of TRON*. Znajdziemy tu szczegółowe opisy wszystkich pojazdów, broni i lokalizacji. Całość uzupełniona jest specjalnym leksykonem wszystkich kluczowych dla filmu terminów, chronologiczną osią najważniejszych wydarzeń (ukazanych w filmach i nie) wraz z zarysem najważniejszych wydarzeń całej historii. Dla fanów przebojowego albumu Daft Punk z muzyką pochodzącą z filmu *TRON: Dziedzictwo* przewidziano aplikację *Daft Punk Music*. Można dzięki niej zapoznać się z historią duetu, odsłuchać wybrane utwory pochodzące z albumu oraz obejrzeć teledysk *Derezzed*²¹ wraz z filmowym teaserem, w którym wykorzystany został specjalnie napisany dla tego materiału temat muzyczny. Po

²¹ Co ciekawe, sam teledysk to tego utworu dodaje nowe elementy do mitologii *TRON-a* (także dzięki obecnej w nim odtwórczyni filmowej postaci Quorry – Olivii Wilde).

zaspokojeniu apetytów audialnych użytkownik wraz z kolejną kategorią materiałów otrzymuje obfitą galerię zdjęć i plakatów promujących film. Zabawnym zbiorem ciekawostek jest natomiast dział *Activities*. Jest to lista kilku „aktywności”, na które składają się m.in.: możliwość wydrukowania, a następnie samodzielnego sklejenia prostych modeli filmowych światłocykli oraz sylwetek głównych bohaterów, a także plansz, które po wydrukowaniu służą jako kolorowanki, zawieszki na drzwi i do kluczy czy też... uroczystościowe zaproszenia z sylwetkami Sama Flynna i pozostałych postaci.

Downloads to dział, w którym odnaleźć możemy plakaty, tapety czy też wygaszacze ekranu przeznaczone do ściągnięcia na komputer i iPhone’a, ale także specjalne bannery, za pomocą których możemy ozdobić nasze Facebookowe konto motywami filmowymi. *News* to kategoria odnosząca się do najnowszych informacji związanych z filmem. *Products* jest z kolei obszernym katalogiem produktów związanych z *TRONem*. Odszukać tu możemy dowolny gadżet w działach *Books*, *Electronics* (dostępny jest na przykład fotel dla graczy zawierający motyw filmowego kostiumu programów), *Toys*, *Mobile* (gry na telefony komórkowe) i *Apparel* (koszulki, czapeczki, buty, kolczyki, okulary, a nawet stroje dla motocyklistów à la *TRON*). Ostatnie dwa hasła głównego menu to *Partners* (zawierający listę koncertów promujących film, jak Coca-Cola, Asus czy VISA) oraz *Sweepstakes* (zbiór konkursów z nagrodami).

Pisząc o oryginalnym *TRONie* z roku 1982 wspomniałem, iż film ten odczytywany jest dziś jako zapowiedź współczesnych refleksji dotyczących funkcjonowania technologii w naszym życiu. Nawet jeśli filmowa metafora ludzi-programów wciąż wydaje się jeszcze zbyt dosłowna, to i tak można odnieść ją do opisywanej przez de Kerckhove’a ery wszechkonektywności – zrównania świata naturalnego i świata wirtualnego jako źródła wzorców. Jak ironicznie podsumowuje ten aspekt Kazimierz Krzysztofek: „Wszystko ma być *smart*: domy, samochody, zmywarki, spłuczki klozetowe i tym podobne – każde z tych urządzeń ma być samo w sobie *bogate w media*”²². Wszechobecność mediów, w oryginalnym *TRONie* traktowana jeszcze jako coś fantastycznego, jest udziałem naszej codzienności. Dlatego też *TRON: Dziedzictwo* okazuje się być doskonałym wytworem swoich czasów. Już nie tyle zapowiada, ale po prostu jest fenomenem multimedialnym, zarazem stwarzającym i wykorzystującym potrzebę swojego własnego eksplorowania za pomocą najróżniejszych mediów i nieustannego reprodukowania informacji składających się na jego własny mit. Film, a właściwie zjawisko

²² K. Krzysztofek, *Zdekodowane kody*, [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice 2009, s. 18.

(czy też – jak coraz częściej mówi się à propos blockbusterów w ramach kampanii promocyjnych – wydarzenie), którego elementem jest dzieło Josepha Kosinskiego to kod; zbiór artefaktów, których wzajemne zestawianie powierza się działalności widzów czy też raczej prosumentów.

Jaki więc obraz cyberkultury wyłania się z pojedynczego zaledwie artefaktu produktu pt. *TRON: Dziedzictwo*, którym jest jego oficjalna strona internetowa? Bez trudu można by odnieść poczynione wcześniej konstatacje na temat głębi czy widzenia na wyłot do konkretnych aplikacji. Strona oferuje swemu użytkownikowi kompleksową wiedzę na temat każdego aspektu świata *TRON-a* – od biografii aktorów po filmy o realizacji efektów specjalnych. Ale świat ten staje się jednocześnie światem dostępnym na wyciągnięcie ręki właściwie wszędzie. Dzięki aplikacjom komórkowym, gadżetom, wycinankom przestaje być abstrakcyjnym kinowym bytem, a staje się rodzajem aktywności, czymś co robimy dla przyjemności. Jednocześnie zaprasza się nas do tego, aby bawić się proponowanym uniwersum – stąd proste gry oraz klipy audio i wideo, które pozwalają raz jeszcze zbliżyć się do oferowanej marki wprost informującej, iż to co widzieliśmy w kinie, to dopiero początek przygody. Powyższe wnioski kierują na ważne zagadnienie cyberkultury związanej z przemysłem kultury popularnej. Chcąc zdefiniować uczestnika tej społeczności, należałoby powołać do życia figurę (pseudo-?) fana jako właściwego adresata witryny *TRON-a*. Jak pisał o działaniach stricte fanowskich Piotr Siuda: „Skupieni w fandomach fani to grupa odbiorców tekstów medialnych niezwykle zaangażowana w proces odbioru. Po pierwsze, mają oni ogromną wiedzę na temat ulubionego produktu, wielokrotnie go odczytują, obcują z nim nie raz czy dwa, ale wręcz kilkadziesiąt, jeśli nie więcej. Po drugie, fan jest idealnym konsumentem, starającym się zakupić wszystko lub prawie wszystko, co z danym produktem jest związane. Po trzecie, fan poprzez wtórną produkcję dąży do intensyfikacji swojej przyjemności wynikającej z kontaktu z danym tekstem – jest nie tylko konsumentem, ale i twórcą”²³.

Od gości portalu filmu *TRON: Dziedzictwo* wymaga się takiego właśnie zaangażowanego odbioru. Nie należy zaglądać tu na chwilę, aby obejrzeć zwiastun czy przeczytać opis fabuły. Zamiast tego czeka nas odkrywanie kolejnych pokładów fikcyjnego świata, jego „wielokrotne odczytywanie”, totalna konsumpcja czy współkonstruowanie poprzez kreowanie swych własnych bohaterów proponowanej gry. *TRON* okazuje się wreszcie wszechmedialny – ostatecznie może wylądować równocześnie na pulpitych komputerów, w pamięciach telefonów i na biurkach dzieci jako wykonany

²³ P. Siuda, *Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2008, s. 239.

z papieru model. Nawiązujące się w ten sposób niezwykle przywiązanie do marki jest załączkiem specyficznej, zaprojektowanej w celach konsumpcyjnych cyberkultury, która staje się kolejną siatką/powłoką multimedialnych tekstów nakładaną na świat materialny. T-shirty z logo filmu, zaprojektowane zgodnie z jego estetyką fotele czy akcesoria komputerowe to widoczny przykład wzorcowania świata naturalnego na modłę tego cyfrowego. Jako mniej lub bardziej świadomi fani, nie tylko *TRON-a*, ale każdego praktycznie tekstu popularnego docierającego do nas poprzez kanały multimedialne i włączanego w obręb naszej codzienności, konstruujemy dziś wokół siebie kolejne cyberkultury. Są to wypadkowe naszych własnych aktywności oraz technicznie zapośredniczonych i dostarczanych nam produktów zwiększających na nie popyt. Jeśli zatem wspomnieć słowa Henry'ego Jenkinsa, który głosi, iż to fani są pierwszą i najprężniej działającą grupą użytkowników nowych technologii, nie dziwi fakt, że nowomiedialne przekazy konstruowane są właśnie jako teksty pro-fanowskie.

TRON należałoby uznać za modelowy wręcz przykład opowieści transmedialnej, opisywanej przez Henry'ego Jenkinsa. Mamy tu bowiem do czynienia z potencjalnie nieskończoną historią, którą różne media mogą rozwijać w dowolnych kierunkach i która dociera do odbiorców poprzez wszelkie możliwe platformy medialne. Z jednej strony miłośnicy marki w ramach ekspansji wyjściowego świata otrzymać mają chociażby serial *TRON: Uprising*, zapowiadany na rok 2012, a przedstawiający wydarzenia dziejące się pomiędzy pierwszą a drugą częścią filmowej sagi. Z drugiej natomiast proponuje się im „markową” odzież czy napoje Coca-Cola Zero ozdobione logotypem filmu. Ów multimedialny marketing opiera się na nieskończonej paratekstualizacji historii, na wytwarzaniu kolejnych obszarów przeznaczonych do jej kontemplowania. Zjawisko to najlepiej daje się opisać za pomocą terminu „długi ogon” zaproponowanego przez Chrisa Andersona²⁴. Korporacja Disneya – promując swój produkt, jakim jest *TRON* – korzysta z dokładnie tych samych mechanizmów, które opisuje w swej książce Anderson. Istnieje zatem produkt główny, jakim jest film – film, należy dodać, adresowany do każdej grupy wiekowej i społecznej. Znajdują się w nim elementy melodramatu, sensacji i fantastycznej przygody, a całość okraszona zostaje wątkiem mistycyzmu (obecnego w relacji Kevina Flynna – prezentowanego jako postać boska – i jego adwersarza, programu CLU prezentowanego jako postać szatańska) i przebojową muzyką Daft Punk.

²⁴ Zob. Ch. Anderson, *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, tłum. B. Ludwiczak, Poznań 2008.

W ślad za filmem (będącym, podobnie jak wspomniany wcześniej *Park Jurajski*, zaledwie pretekstem) podążają produkty kierowane do bardzo specyficznych grup odbiorców – graczy, posiadaczy iPhone'ów, młodych czytelników czy najbardziej zagorzałych fanów serii chcących posiadać stroje głównych bohaterów. Kontynuowana w ten sposób paratekstualizacja wyraźnie widoczna jest także na przykładzie omówionej strony internetowej. Znajdują się tu kategorie odnoszące się do każdego pojedynczego elementu marki, przez co zarówno gracze, jak i miłośnicy muzyki Daft Punk odnajdują coś dla siebie. Tę eksplozję gadżetów po raz kolejny trafnie definiuje Jenkins, pisząc o kluczowej dla dzisiejszego Hollywood strategii konstruowania światów²⁵. Jak zauważa autor – twórcy współczesnych przebojów filmowych najwięcej uwagi poświęcają wykreowaniu możliwie jak najbogatszego środowiska filmowego. Celem nie staje się już skonstruowanie logicznej, zamkniętej historii, ale wręcz przeciwnie – maksymalnie otwartej i wymagającej dopowiedzenia konstrukcji. Ową konstrukcją jest świat (*TRONa*, *Władcy Pierścieni*, *Avatara*), który ma wydawać się na tyle interesujący, by odbiorca zechciał zatrzymać się w nim na dłużej²⁶.

Kategoria „zatopienia się” jest tu wyjątkowo trafnym terminem. Jak napisałem wcześniej, dzisiejsze głośne filmy zapowiada się już nie w formie typowo kinowych atrakcji, ale jako multimedialne wydarzenia. Sformułowania tego używa się w szczególności w odniesieniu do filmów 3D – a takim jest właśnie *TRON: Dziedzictwo*. Trójwymiarowe kina IMAX stają się wręcz nowymi świątyniami takich właśnie filmów-wydarzeń, w których widz nie „ogłąda”, ale „doświadcza” filmu²⁷. Trop ten, wywiedziony z dzisiejszego renesansu technologii stereoskopowej, stanowi interesującą metaforę szerszej kategorii procesów składających się na kulturę popularną. Opisaną wyżej „sztukę budowania światów” opowieści transmedialnych również można odczytać jako przestrzeń „doświadczenia”, a nie wyłącznie korzystania z określonych marek medialnych. Poruszanie się w ramach gęstej siatki paratekstów staje się pseudointeraktywnym i pseudoimmersywnym (to kolejna kategoria powielana podczas promocji filmów 3D) doświadczeniem. Odbiorca znajduje się w roli gracza (podobnie jak w *TRO-Nie*) „wepchniętego” w świat różnorodnych produktów wymagających od niego określonych aktywności.

²⁵ H. Jenkins, dz. cyt., s. 111.

²⁶ W licznych wywiadach Joseph Kosinski podkreślał, iż największym wyzwaniem dla realizującej *TRON: Dziedzictwo* ekipy było właśnie zbudowanie od podstaw fantastycznej i wciągającej rzeczywistości.

²⁷ Na plakatach filmów wyświetlanych w kinach IMAX niemal zawsze stosuje się sformułowanie „Experience it in IMAX”.

Po raz kolejny powłoka cyberkultury zdaje się dominować, zmuszając osoby chcące zgłębić świat *TRONa* do aktywnych działań sensotwórczych. Dlatego też, tuż przed przejściem do opisu omówionej strony internetowej określiłem ją jako przestrzeń ergodyczną lub pseudointeraktywną. W oczywisty sposób nie oferuje ona interakcji, nie umożliwia kontaktu z jakąś cyfrową świadomością, ale otwiera przed nami siatkę potencjalnych informacji wymagających eksploracji i operacji na znaczeniach. Za kluczowy uważam tutaj pomysł wykorzystujący poetykę gry TPP, dzięki któremu odwiedzający stronę może aktywnie poruszać się po zrekonstruowanych przestrzeniach znanych z filmu. Tego typu zabieg wysyła wyraźny sygnał zapraszający do poszerzenia naszej wiedzy o marce *TRON*, ale ma także sprawiać wrażenie, jakbyśmy stali się częścią opowiadanego przez nią świata. Seans 3D, przygoda z grą komputerową czy nawigacja po wirtualnej bazie danych filmu służyć mają „wrzuceniu” nas do środka fikcyjnej opowieści. Wszechogarniające gadżety, sprzyjające wyrabianiu w nas zachowań profanowskich, mają zwiększać wrażenie immersji, otaczania nas przez rzeczywistość *TRONa*. Tak oto zaprojektowana w celach marketingowych cyberkultura ostatecznie przybiera postać nie tylko narzucanych nam odgórnie norm, ale i chętnie przez nas samych realizowanych (i współkonstruowanych) dyrektyw medialnie zapośredniczonych.

W przeciwieństwie do swego poprzednika, *TRON: Dziedzictwo* kończy się pozytywnym akcentem. Jeśli Lisberger żegnał się z widzami dwuznaczną aluzją na temat komputeryzacji naszego świata, to Kosinski proponuje w tym miejscu z gruntu odmienną scenę. Sam Flynn opuszcza cyfrowy wymiar, ale nie sam. Wraz z nim na drugą stronę lustra przechodzi także Quorra – program o kobiecym wyglądzie, który w wyniku niewyjaśnionych okoliczności – a jakże! – staje się człowiekiem²⁸. Ostatnia sekwencja, w której Sam i Quorra podziwiają wschód słońca jadąc na motorze, to odwrócenie metafory Lisbergera. Bo skoro program dostrzega naturalne piękno naszej rzeczywistości, to może nie jest z nią jeszcze tak najgorzej? Przypomina się w tym miejscu ostatnie zdanie, które pada w finale drugiej części *Terminatora* Jamesa Camerona tuż po tym, jak przysłany z przyszłości cyborg popełnia „samobójstwo”, aby uniemożliwić dalszy rozwój śmiercionośnej technologii: „Skoro maszyna nauczyła się doceniać ludzkie życie, to może my też potrafimy?”.

²⁸ Quorra nie jest jednak typowym programem napisanym przez zewnętrznego użytkownika. Z filmu dowiadujemy się, iż jest ona tzw. ISO – Izomorficznym Algorytmem, czyli programem, który narodził się sam, a nie został stworzony. W tym względzie bohaterka stanowi próbę pogodzenia elementu natury oraz technologii i dlatego – prawdopodobnie – może ona przenieść się do świata rzeczywistego.

TRON: Dziedzictwo nie straszy hegemonią technologii, gdyż sam bierze udział w jej projektowaniu. Jako opisany powyżej produkt nastawiony na totalną konsumpcję, film Kosinskiego osiąga swój cel – powołuje do życia własny wycinek cyberkultury. O to, że będzie ona trwać, można być spokojnym – za chwilę ruszy kampania promocyjna wydań DVD i Blu-ray, pojawią się kolejne gry i komiksy, a już teraz mówi się o planach realizacji następnej części kinowego filmu. Świadomość marki będzie zatem podtrzymywana, a wraz z nią nie przeminie kolejny popkulturowy rezerwuuar treści, która wracać będzie do nas na YouTube. Fikcyjna fabuła o człowieku zdolnym przenosić się do świata komputerów nie jest już zatem wyłącznie fantazją, ale niemalże reporterskim sprawozdaniem z zachowań coraz młodszych, „otoczonych przez media” pokoleń. Niniejszej analizy jako – co nieuniknione – kolejnego fragmentu otaczającego *TRON* dyskursu nie można zatem zakończyć inaczej, niż jedynie cytując charakterystyczną formułę, której używał znany z pierwszej części Master Control Program: *end of line* – koniec przekazu.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson Ch. (2008), *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, tłum. B. Ludwiczak, Poznań
- Burgess J., Green J. (2009), *YouTube. Online video & Participatory Culture*, Cambridge
- Castells M. (2008), *Spółczesność sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Warszawa
- de Kerckhove D. (1996), *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, tłum. W. Sikorski, P. Nowakowski, Warszawa
- Filiciak M. (2006), *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, Warszawa
- Gwóźdź A. (2010), *Obok filmu, między mediami*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków
- Helman A., Ostaszewski J. (2007), *Historia myśli filmowej. Podręcznik*, Gdańsk
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa
- Kluszczyński R.W. (2010), *Sztuka interaktywna. Od dzieła instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Warszawa
- Kołodziej A. (1989), *Dziedzictwo wyobraźni. Historia filmu SF*, Warszawa
- Krautkrämer F. (2010), *Poszerzenie strefy granicznej – paratekst w filmie*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków
- Krzysztofek K. (2010), *Paratekst jako postfabrykat kultury*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków
- *Zdekodowane kody* (2009), [w:] *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*, red. A. Maj, M. Derda-Nowakowski, Katowice
- Manovich L. (2006), *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Warszawa

-
- Radkowska-Walkowicz M. (2008), *Od Golema do Terminatora. Wizerunki sztucznego człowieka w kulturze*, Warszawa
- Siuda P. (2008), *Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń
- Składanek M. (2010), *Parateksty w środowiskach informacyjnych mediów interaktywnych*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków