

IWONA MOROZOW

NOWA POLITYKA REPREZENTACJI RÓŻNORODNOŚCI
W AMERYKAŃSKIM PRZEMYŚLE AUDIOWIZUALNYM
JAKO PRZYKŁAD NEGOCJACJI ZNACZEŃ

THE NEW POLICY FOR REPRESENTING DIVERSITY
IN THE AMERICAN AUDIOVISUAL INDUSTRY
AS AN EXAMPLE OF THE NEGOTIATED CODE

Abstract. The audiovisual industry in the so-called “post-Weinstein era”, proposed a number of solutions concerning women in everyday working practice. What is more, those changes can be visible in the contemporary narratives about women, presented in terms of emancipation and inclusivity, but also as an effect of the monetization of feminist trends. It results in programmatic increase of the number of female characters in the roles of protagonists but also in less stereotypical creation and diverse representations within genres. In the article, I would like to focus on the analysis of discourses related to the new diversity policy in the audiovisual industry, focusing on the analysis of the film “Wonder Woman”, dir. Patty Jenkins, often referred to as the beginning of a new, subversive feminism. In this article I’ll be using mainly British cultural study proposition of encoding and decoding to determine the relationship of selected content to the hegemonic narrative, and finally to look at and draw conclusions about the effects of program changes so far.

Keywords: Wonder Woman; “post-Weinstein era”; #metoo; diversity policy; inclusivity.

WPROWADZENIE

Niniejszy artykuł stanowi krytyczny głos w toczącej się dyskusji na temat zmian zachodzących w przemyśle audiowizualnym w tzw. erze „post-Weinstein”. Celem będzie sprawdzenie, jak (i czy w ogóle) deklaracje branżowe związane z nową polityką reprezentacji różnorodności przekładają się na efekty w postaci zagrożenia dla hegemonicznego dyskursu. Próba będzie uwzględniała zestawienie

Dr IWONA MOROZOW – Uniwersytet SWPS, Wydział Prawa i Komunikacji Społecznej, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej; adres do korespondencji: ul. Aleksandra Ostrowskiego 30b, 53-238 Wrocław; e-mail: imorozow@swps.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8806-6439>.

projektowanego i ogłaszanego w mediach kierunku przeobrażania się wartości w obszarze paradygmatu funkcjonowania anglosaskiego przemysłu audiowizualnego z zawartością samych produkcji oraz ich społecznym odbiorem.

Kluczową metodą będzie krytyczna analiza dyskursu, którą za Teunem van Dijkiem można określić jako badanie wypowiedzi i tekstu w kontekście ze szczególnym zwróceniem uwagi na aspekt reprodukcji władzy i dominacji, które to siły są częścią specyficznych społecznych domen, takich jak: polityka, media, prawo, edukacja, nauka itd. W ten sposób np. komunikat medialny nie tyle jest produktem rzeczywistości, ile efektem oddziaływania politycznych, ekonomicznych i kulturowych sił (van Dijk, 2001). Celem refleksji będzie zatem ukierunkowanie analizy na kontekstowe treści komunikatu, które wpływają na jego znaczenie, i odczytywanie oraz wypuklenie połączenia między tekstem a społeczeństwem. Pojęcie hegemonii będzie tu traktowane za Antoniem Gramscim jako odnoszące się do dominacji lub przywództwa jednej grupy lub klasy społecznej nad innymi oraz zdolności tej grupy do reprodukcji przekazów, które wspierają jej interesy i ideologię. W interesującym nam obszarze odnosi się ono nie tylko do kontroli politycznej i ekonomicznej, ale również pola społeczno-kulturowego, a w tym do kształtowania norm, wartości i sposobów postrzegania rzeczywistości (Gramsci, 1991, s. 145).

W analizach przedstawicieli brytyjskich studiów kulturowych hegemonia jest równa dyskursowi dominującemu, czyli takiemu, który co prawda nie stanowi przykładu przymusu i siły, ale charakteryzuje się umiejętnością przedstawienia własnej partykularnej rzeczywistości jako naturalnej, oczywistej i uniwersalnej. W ten sposób wytwarzany jest konsensus i zgoda grup podporządkowanych na określoną wizję rzeczywistości, jednak konsensus nie jest dany raz na zawsze i staje się przestrzenią walki, którą można zauważyć choćby w obszarze kultury popularnej (zob. Fiske, 1998, s. 270-281), na gruncie której graczem jest z jednej strony przemysł medialny jako kluczowy, dominujący nadawca, a z drugiej – szereg grup społecznych pełniących rolę odbiorczą, reprezentującą zróżnicowane interesy i wartości. Efekt spotkania się tych sił zdaje się, m.in., obrazować spór wokół niektórych nowszych produkcji hollywoodzkich, wpisywanych w obręb tzw. kultury *woke* lub *cancel culture* (kultury przebudzonych i kultury unieważniania). Pojęcia te za Meredith D. Clark można odnieść do formy bojkotu dotyczącego chęci dochodzenia sprawiedliwości społecznej, a jej początków można doszukiwać się w latach 60. XX wieku w USA, która związana była z polityką równościową i tzw. „dekolonizacją wewnętrzną” (za: M. Krajewski, 2022, s. 187). Wiązało się to – jak pisał Marek Krajewski – z eliminacją „wszelkich form dyskryminacji, wykluczenia, społeczno-kulturowych konsekwencji dominacji białych, zachodnich monokultur. [...] *cancel culture*

to takie formy bojkotu, które dotyczą osoby i instytucje praktykujące klasizm, rasizm, seksizm, lookizm, transfobię i wiele innych form uprzedzeń” (tamże). Warto zaznaczyć, że choć współcześnie pojęcia te coraz częściej nabierają znaczenia pejoratywnego i bywają wykorzystywane sarkastycznie, również przy analizie treści filmów i seriali uwzględniających choćby tzw. silne postaci kobiece jako kluczowy, negatywny kierunek zmian w obrębie narracji hollywoodzkich (zob. *The Critical Drinker*, 2023; Czajka-Kominiarczuk, 2021), to stają się też narzędziem monetyzacji i pozycjonowania na rynku produkcji audiowizualnych, wykorzystywanych przez przemysł medialny.

W tym miejscu należy jeszcze określić specyfikę dyskursu dominującego, powiązanego z przemysłem audiowizualnym, który w wymienionych ruchach społecznych i rewizjonistycznych inicjatywach branżowych określany jest jako patriarchyzm, czyli taki, który uznaje hierarchiczny model konstrukcji rzeczywistości społecznej z dominującą rolą mężczyzny jako przedstawiciela świata zachodniego, białego, skupiającego się na takich wartościach, jak: męskość, indywidualizm, współzawodnictwo, siła, dominacja, kontrola itp. Zestawiając ze sobą hegemoniczny model z tym proponowanym przez nową politykę różnorodności w przemyśle audiowizualnym, ten nowy jawi się jako zdecydowanie opozycyjny wobec starego, przez co w zróżnicowanych, reprezentujących odmienne interesy społecznościach nazwana przez Fiskego „walka o znaczenia” wydaje się naturalną konsekwencją zmieniającej się rzeczywistości w dziedzinie kultury popularnej (zob. Fiske, 1998, s. 261) lub koniecznością asymilacji różnorodności poprzez negocjację znaczeń w celu podtrzymania dominującego ładu.

Ze względu na mnogość potencjalnych obszarów tematycznych w zakresie opisywanej polityki różnorodności, konieczne jest dokonanie wyboru, który może stanowić przykład dla dalszych analiz. Artykuł skupi się na przykładzie reprezentacji postaci kobiecej, a konkretnie *Wonder Woman*, jako tej, która w wielu omówieniach pozycjonowana była jako symboliczny krok ku kształtowaniu nowych, zmienionych, bardziej feministycznych treści popkultury. Co ciekawe, *Wonder Woman*, mimo otwartego pozycjonowania się na rynku w kategorii silnej postaci kobiecej, zdaje się być względnie niekontrowersyjną i akceptowaną postacią w obrębie przedstawicieli różnych społeczności w zakresie wspomnianego pola walki (w przeciwieństwie choćby do *Kapitan Marvel*). To sprawia, że warto się jej przyjrzeć również w kontekście potencjalnego wyznaczania granic negocjacji treści i wartości w ramach nowych narracji hollywoodzkich. Wybór wątku kobiecego związany jest z tym, że diskutowane współcześnie zmiany w polityce funkcjonowania, obok mniejszości etnicznych, łączą się przede wszystkim z debatą na temat reprezentacji kobiet w branży,

co zostanie uwzględnione w formie kontekstu wiążącego ogłaszaną politykę różnorodności w przemyśle i potencjału na realizację deklarowanych rewolucyjnych wartości w formie przekazu trafiającego do odbiorcy. Choć z całą pewnością w Stanach Zjednoczonych produkcję i dystrybucję medialną można uważać za przemysł hegemoniczny, gdzie wszelkie zmiany w obszarze praktyk i polityki mają wpływ na ekonomię innych lokalnych rynków w świecie zachodnim, to jednak nie wszystkie problemy dotyczą wszystkich w tym samym zakresie w polu oddziaływań globalnego Hollywood. W tym kontekście wątek reprezentacji kobiet wydaje się problemem najbardziej uniwersalnym. Gdyby zresztą spojrzeć choćby na debaty toczące się w rodzimej branży (zob. Talarczyk, 2018; Staszczyszyn, 2017; Wiśniewska, 2018), to tylko w kwestii dotyczącej pozycji kobiet (zakulisowo i w obrębie narracji) można zaobserwować dyfuzję na tyle, aby dokonywać ewentualnych porównań i przełożeń na sytuację polskiego kina i telewizji.

KONTEKST: NOWA POLITYKA REPREZENTACJI W ANGLOSASKIM PRZEMYŚLE AUDIOWIZUALNYM

W narracjach opowiadanych w ostatnich kilku latach przez przemysł hollywoodzki można dostrzec pewną zmianę formalną, skutkującą widocznym i dyskutowanym medialnie poszerzeniem spektrum bohaterów o postaci kobiece i nie-białe. W tym kontekście dwa wydarzenia mocno wpłynęły na zmianę paradygmatu amerykańskiej branży audiowizualnej. Pierwszym był bojkot Oscarów w 2016 roku, opatrzony hasztagiem „Oscars So White”, będącym głosem społeczności afroamerykańskiej w branży kinematograficznej, wycelowanym w hegemoniczny dyskurs „białych narracji”. Drugim był istotniejszy dla kontekstu tego artykułu głośny ruch obywatelski #metoo, rozpoczęty w 2017 roku, skupiający się na nagłośnieniu problemów mizoginii, dyskryminacji i przemocy wobec kobiet (i w miarę rozwoju również mężczyzn) w branży. Choć początkowo mogło się wydawać, że po błyskawicznym, medialnym pochodzie wspomnianych narracji, z ich deklaracjami i publicznymi oświadczeniami oba ruchy, poza nagłośnieniem przemocy i zwróceniem uwagi na istnienie niedoprezentowania określonych grup społecznych, swoją sprawczość ograniczą do elementów czysto symbolicznych. Pewnym zaskoczeniem był zatem historyczny już proces kluczowego producenta – Harveya Weinsteina, który zdawał się symbolicznie rozliczać przemysł audiowizualny z lat nadużyć i przemocy wobec kobiet, czy niechęć do współpracy i blokowanie, właściwie z dnia na dzień, kariery oskarżonym o przemoc seksualną artystów, w tym choćby nagłe zerwanie

kontraktów z Kevinem Spaceym, po oskarżeniu go przez innego aktora – Anthony’ego Rappa – o napaść. Pewną koniecznością w obliczu zaistniałego kryzysu była zmiana paradygmatu, ogłoszona w sierpniu 2020 roku jako nowa polityka różnorodności i inkluzji, której celem stało się zerwanie z oskarżeniami o dyskursywnie patriarchalny model funkcjonowania globalnego Hollywood. W oświadczeniu wystosowanym przez Amerykańską Akademię Sztuki i Wiedzy Filmowej wskazano, że jej kluczowym celem powinno być odzwierciedlenie zróżnicowania zarówno wśród twórców filmów, jak i ich widzów. Inicjatywa została określona jako „Przesłona Akademii 2025” (*Academy Aperture 2025*), a jej ideę streścił prezydent Akademii, David Rubin, pisząc: „Przesłona musi otworzyć się szerzej, aby odzwierciedlać naszą zdywersyfikowaną, globalną populację, zarówno w tworzeniu filmów, jak i w widowni, z którą się komunikują. Akademia chce odegrać kluczową rolę w urzeczywistnieniu tego planu”, CEO – Dawn Hudson – dodał: „Wierzimy, że te standardy inkluzywności staną się katalizatorami długotrwałej i zasadniczej zmiany w naszej branży” ([oscars.org](https://www.oscars.org), 12.06.2023).

Przedstawiona inicjatywa opiera się na czterech standardach reprezentacji różnorodności (określanych jako A, B, C, D), a jej podmiotami są niedostatecznie reprezentowane grupy, do których zaliczają się: kobiety, grupy etniczne, osoby LGBTQ+, a także osoby z niepełnosprawnościami kognytywnymi lub fizycznymi. Aby móc ubiegać się o Oscara w 2024 roku w najważniejszej kategorii „Best Picture”, film musi spełnić dwa z czterech warunków. Standard A skupia się na reprezentacji, motywach i narracji, zakłada, że co najmniej 30% wszystkich aktorów/aktorek w rolach drugoplanowych i epizodycznych będzie pochodziło z przynajmniej dwóch niedostatecznie reprezentowanych grup, lub temat, narracja czy główny motyw filmu ma uwzględniać ich obecność. Standard B dotyczy ekip twórczych, w tym wymagania, aby wśród osób zajmujących najważniejsze pozycje w procesie twórczym, chociaż dwie wywodziły się ze wskazanych grup lub że przynajmniej 30% ekipy filmowej ma składać się z kobiet, mniejszości etnicznych, osób LGBTQ+ lub z niepełnosprawnościami. Standard C opiera się na dostępie do środowiska i szansach, proponując takie rozwiązania, jak nakłanianie producenta lub dystrybutora do oferowania płatnych staży lub możliwości rozwoju podstawowych umiejętności filmowych, oczywiście w ramach polityki różnorodności. Standard D odnosi się do rozwoju widowni i zakłada uwzględnianie przez studio i producenta, że w zespole zajmujących się marketingiem, dystrybucją, promocją co najmniej kilka osób na kierowniczych stanowiskach będzie pochodziło z niedostatecznie reprezentowanych grup (zob. [oscars.org](https://www.oscars.org), 12.06.2023).

Zwrócenie uwagi na kwestie niewystarczającego reprezentowania kobiet w przemyśle audiowizualnym, w efekcie przedstawionej inicjatywy, stało się informacją oficjalną i wiązało się z koniecznością wdrożenia konkretnych zmian, skutkujących ich większym udziałem w produkcjach – zarówno w formie zakulisowej, jak i na ekranie. W tym miejscu oczywiście można by sobie zadać pytanie, jakim (i czy w ogóle) prestiżem dysponują jeszcze Oscary, i czy branża w jakikolwiek sposób dostosuje się do zaprojektowanych standardów? Niech odpowiedzią na pierwszą część pytania będzie dowód anegdotyczny w postaci Netflixa, który chcąc umieścić swoją „Romę” (reż. Alfonso Cuarón, Meksyk 2018) w wyścigu po ekonomię prestiżu, zdecydował się na nietypowy dla siebie krok, mianowicie dystrybucję w kinach wraz z jednoczesnym jej wyświetlaniem na własnej platformie, podporządkowując się zasadom Akademii, czy, nieoficjalnie, chęć inwestycji w sieć własnych kin, aby nie wypaść z prestiżowego klubu nominacji (zob. Dobrzyński, 2018). Odpowiedzi na drugą część pytania zdaje się natomiast głośno udzielać sama branża i media, które świadomie pozycjonują swoje nagłówki z Oscarów 2022, wskazując choćby na „pierwszą latynoską producentkę z Oscarem”, „pierwszego niesłyszącego aktora ze statuetką” czy nagrodzoną „queerową Latynoską z West Side Story”. Ponadto w trakcie samej gali oscarowej coraz wyraźniej słychać manifesty popierające obrany kierunek zmian. Wystarczy wspomnieć choćby przemówienie Frances MacDormand w trakcie odbierania Oscara za „Trzy billboardy za Ebbing, Missouri” (reż. Martin McDonagh, USA, Wielka Brytania 2017) w 2018 roku, czyli jeszcze przed ogłoszeniem standardów, w którym powiedziała: „Mam dla was dwa słowa: inclusion rider”. Słowa te odnosiły się do propozycji zawierania zastrzeżenia w kontrakcie, że będzie się pracowało tylko z ekipami, które stosują się do omówionych zasad różnorodności (Mętrak-Ruda, 2020). Również w Oscarach z 2023 roku nie zabrakło wyraźnych akcentów potwierdzających deklarowaną politykę Hollywood, jeszcze na rok przed wdrożeniem zasad. Wystarczy przywołać choćby przykład niekwestionowanego lidera wyścigu po Oscary w roku 2023, czyli filmu „Wszystko wszędzie naraz” w reżyserii Daniela Kwana i Daniela Scheinerta, przy okazji którego zwyczajowo podkreślano, że laureatka w kategorii głównej roli kobiecej, Michelle Yeoh, zdobyła tę nagrodę jako pierwsza w historii kobieta azjatyckiego pochodzenia (Ossowska, 2023).

Poza wskazanymi przykładami poparcia w formie publicznych oświadczeń i omówionych propozycji nowych standardów branżowych, warto zwrócić jeszcze uwagę na zmiany, które przekroczyły już próg projektu czy manifestu, stając się integralnym elementem branży anglosaskiej, będąc jednocześnie symbolem zmiany i chęci stworzenia nowej rzeczywistości w przemyśle audiowizualnym.

W tym kontekście dobrym przykładem może być koordynacja intymności jako nowa obowiązkowa funkcja na planach filmowych, które uwzględniają wątek szeroko rozumianej seksualności. Choć wątek ten zdaje się mieć charakter ogólny, to nie sposób tego działania nie powiązać bezpośrednio z kontekstem ruchu #metoo i nadużyciami o charakterze seksualnym wobec kobiet w branży audiowizualnej. Rola koordynatora intymności sprowadza się w dużym skrócie do nadzoru nad scenami, które zawierają seks, intymność i nagość. Praca polega na skupieniu się na praktycznych, fizycznych i psychologicznych aspektach związanych z przygotowaniem się aktorów, ekipy, reżysera i producenta do odgrywania intymności z uwzględnieniem negocjacji i mediacji. Jak pisze Inge Ejbye Sørensen, obecność koordynatora intymności ma na celu zbudowanie profesjonalnego, funkcjonującego środowiska pracy, w którym panują zasady transparentne, przemyślane i osadzone w poczuciu bezpieczeństwa i godności obsady i ekipy (2021, s. 5). Co istotne, Sørensen – we wstępie do artykułu – wyraźnie podkreśla, że ten nowy zawód, sposób jego określenia i obecność na planach produkcji audiowizualnych są związane ze społeczno-politycznymi debatami, inicjatywami i ruchami w przemyśle, zapoczątkowanymi przez inicjatywę #metoo, które to działania – za Shelley Cobb i Tanyą Horeck – nazywa erą „post-Weinstein”. Dodatkowo wskazuje, że funkcja koordynatora intymności wpisuje się w szerszy zestaw inicjatyw regulacyjnych oraz zmian strukturalnych w obszarze finansowania, produkcji, dystrybucji, ale także zasad funkcjonowania branży VOD. W tym pierwszym kontekście ma to związek z trendem, który wiąże się – według niej – ze sprzeciwem wobec nękania, spowodowanym „instytucjonalnym seksizmem i nierównością w branży audiowizualnej” (Sørensen, 2021, s. 2).

Wspomniane zmiany w obszarze polityki pracy i zasad funkcjonowania branży zwykle nie budzą sprzeciwu i wątpliwości ze strony opinii społecznej. Polityka różnorodności obok kwestii zakulisowych uwzględnia również konkretne rozwiązania w obrębie filmowej narracji, a przez to treści, które będą trafiać do widzów. Jak wskazuje Natalia Mętrak-Ruda, „w prawicowym internecie wrze” od obaw, że Oscary od tej pory przyznawane będą tylko za filmy, w których problemy i obsada będą reprezentować mniejszości etniczne, seksualne, kobiety i osoby z niepełnosprawnościami, a na twórców zostanie założony „kaganiec kreatywności”. Tu sama autorka optymistycznie stwierdza, że „nowe zasady Akademii to taki inclusion rider (jeździec inkluzywności) dla całej branży”, z którego można się tylko cieszyć (Mętrak-Ruda, 2020). To, co jest jednak mocno widoczne na tę chwilę w kontekście efektu nowej polityki, to wpływ, jaki ma ona na pozycjonowanie określonych filmów na rynku medialnym, a także to, jak różnorodność i inkluzywność staje się swoistym tokenem lub

fetyszem, która to polityka niekoniecznie musi się wiązać z faktyczną zmianą hegemonicznego dyskursu, lecz może stanowić formę kamuflażu i narzędzia sprzedażowego dla treści, które w swej istocie wcale nie niosą zbyt rewolucyjnego potencjału.

KODOWANIE I DEKODOWANIE

W artykule zostanie wykorzystany klasyczny model kodowania i dekodowania Stuarta Halla, aby przyjrzeć się potencjalnym zmianom w obrębie dotychczasowego dyskursu hegemonicznego w przemyśle filmowym. Brytyjski teoretyk przyjmuje, że kultura nie stanowi zamkniętego systemu/struktury, lecz jest praktyką społeczną, w której o znaczeniach nie decydują stabilne struktury, lecz faktyczne użycie języka, które w tym opracowaniu przekładać się będą na konkretne produkcje filmowe traktowane jako komunikaty, które kodowane są przez twórców oraz dekodowane w formie odbioru społecznego. Znaczenia w takim procesie są tworzone w formie ciągłej, aktywnej interpretacji o charakterze dyskursywnym, uwikłanym w relacje władzy. Oznacza to, że nie stanowią rezultatu tego, co „realne”, a znaczeń nie można utożsamiać z intencją nadawcy (Hall, 1987, s. 58-59), co ostatecznie sprowadzić można do utartego w branży truizmu, że nikt do końca nie wie, jaki efekt wywoła określone dzieło filmowe i jak będzie odczytywane przez widownię. W tym kontekście warto dodać za Hallem, że choć każdy znak w przekazie audiowizualnym ma charakter wieloznaczny i konotuje (czyli ma odniesienia kontekstualne) znaczenia i skojarzenia uruchamiane przez dyskurs, stanowiący obszar odwołujący do wieloznacznych kodów kultury, to jednak w sferze czytania komunikatów istnieje pewien stały punkt odniesienia, którym jest dominujący ład kulturowy. Choć nie ma on charakteru bezdyskusyjnego i niepodważalnego, to w ramach procesu komunikacyjnego funkcjonuje „dominująca struktura dyskursów”, wyznaczająca preferowane znaczenia stanowiące odzwierciedlenie ładu instytucjonalno-polityczno-ideologicznego. W ten sposób tworzone są znaczenia dominujące, których celem jest narzucenie i nakłonienie do przyjęcia i przekonania o słuszności dekodowania programu znaczącego w modelu hegemonicznym, który to przedstawiciele brytyjskich studiów wprowadzili za A. Gramscim (Hall, 1987, s. 65-67).

W kontekście obecnych zmian w branży niezwykle istotne jest to, że w ramach brytyjskich studiów kulturowych kultura popularna nie stanowiła przykładu odgórnie zmechanizowanej produkcji elit do manipulacji masami, a przybierała charakter zarówno odgórnej, jak i oddolnej, pełnej sprzeczności, zawierającej

w sobie elementy władzy i oporu (zob. Fiske, 1998, s. 270-281). Tak ukształtowany, procesualny, skomplikowany model funkcjonowania obszaru kultury popularnej pozwala spojrzeć szerzej, kontekstowo na zawartość poszczególnych produkcji (filmów i seriali), jako przykład sprzężenia zwrotnego pomiędzy przemysłem audiowizualnym (producentem), odbiorcą (wraz z jego uwikłaniem społeczno-kulturowym) oraz ich stosunkiem do wspomnianego dyskursu dominującego, którego zadaniem jest podtrzymanie ładu kulturowego. Z tego względu, że analiza skupia się na przemyśle amerykańskim, to dyskurs zostanie tu określony jako zachodni, zdefiniowany przez Fiskego jako patriarchy (zob. Fiske, 1998, s. 263), co w kontekście wspomnianej reakcji branży i wdrażanej polityki różnorodności w odpowiedzi na przemoc i dominację modelu patriarchalnego można uznać wciąż za aktualny.

Aby ocenić rewolucyjny potencjał współczesnych zmian w przemyśle audiowizualnym, można skorzystać z jeszcze jednego narzędzia Halla, a mianowicie modeli dekodowania. Ich celem jest ustalenie stosunku odbiorców do treści zawartych w przekazie, w ramach obiegu komunikacyjnego będącego cyrkulacją między nadającym i odbierającym. Sam proces produkcyjny ma swój aspekt dyskursywny, który jest formowany przez rozumienie i wyobrażenie (ideologie, wiedzę, definicje i sądy, w tym te dotyczące widowni), które następnie przekładają się na program znaczący (Hall, 1987, s. 58-59). Co istotne, „struktury produkcyjne, które uruchamiają dyskurs telewizyjny, nie stanowią systemu zamkniętego. Tematy, sposoby ich traktowania, hierarchię ważności zagadnień, fakty, personel, wyobrażenia o widowni, »definicje sytuacji« – wszystko czerpią z innych źródeł i formacji dyskursywnych w ramach szerszej struktury społecznej, kulturalnej i politycznej, której są częścią” (tamże, s. 60). Hall podkreśla, że kody kodowania i dekodowania nie mogą być całkowicie symetryczne, a rezultatem braku ekwiwalencji między uczestnikami wymiany komunikacyjnej są granice względnej autonomii oraz zdeterminowania przekazu w momentach wchodzenia i wychodzenia poza dyskurs (tamże, s. 60-61).

NEGOCJACJA ZNACZEŃ

Z uwagi na możliwe zaburzenia w procesie cyrkulacji treści Hall podał trzy hipotetyczne nastawienia określające sposób dekodowania dyskursu telewizyjnego. Choć jego propozycja w tekście skierowana była do konkretnego medium, to wskazany model można zdecydowanie zastosować do badań komunikatów płynących z kultury popularnej w ogóle, co zresztą stosował w ramach szkoły

choćby John Fiske, analizując twórczość i wizerunek Madonny na podstawie wspomnianych pól negocjacji znaczeń (zob. Fiske, 1998, s. 281-295). Pierwsze z hipotetycznych nastawień zostało nazwane stanowiskiem dominująco-hegemonicznym, w którym widz odbiera w sposób pełny i bezpośredni konotowane znaczenie, poruszając się wewnątrz kodu dominującego, czyli preferowanego systemowo. Drugie podejście określało dekodowanie w sposób negocjowany, gdzie widz odbiera przekaz ambiwalentnie, czyli akceptuje a zarazem stawia opór. Przyznaje dominującym definicjom prawo określenia znaczeń ogólnych (globalnych, ale i abstrakcyjnych), natomiast na poziomie bardziej konkretnym tworzy własne interpretacje, godząc się na uprzywilejowaną pozycję dominujących definicji, a jednocześnie rezerwuje sobie prawo do przystosowania ich do warunków lokalnych i zajmowania stanowiska, które będzie bardziej odpowiadające własnej zbiorowości. W ten sposób wynegocjowana wersja przekazu jest splotem sprzeczności, które nie zawsze są widoczne na pierwszy rzut oka. Trzeci sposób to czytanie opozycyjne, gdzie pozycja widza jest w kontrze do dominującego przekazu. Odbiorca odrzuca treść oraz interpretuje je w sposób podważający hegemoniczne znaczenie. Taki model czytania jest niejako oznaką kryzysu w organizacjach nadawczych w momencie, kiedy treści wyrażane i dekodowane w modelu wynegocjowanym zaczynają być czytane opozycyjnie (zob. Hall, 1987, s. 69-71). Opisywana i analizowana przez przedstawicieli brytyjskich studiów kulturowych pozycja negocjująca wydaje się bezpiecznym i odpowiednim narzędziem tworzenia treści kultury popularnej, które z jednej strony umożliwia podtrzymanie hegemonicznego ładu, a z drugiej – dzięki uznaniu dynamiki struktury społecznej jest modelem przygotowanym na uwzględnienie zmian w obrębie stylu myślenia, jak również pozwala na poszerzenie kręgu odbiorców o grupy dotychczas marginalizowane.

Podsumowując zatem najważniejsze aspekty modelu Halla, między kodowaniem a dekodowaniem nie musi zachodzić odpowiedniość, a kodujący może się starać, ale nie może zagwarantować dekodowania, bo to ostatnie wynika z kontekstu i różnic w obrębie audytorium. Jednak kodowanie wyznacza pewne granice i parametry, w ramach których proces dekodowania może się dokonywać. Jak zauważa badacz, „gdyby nie funkcjonowały żadne ograniczenia, wówczas audytorium mogłoby odczytywać każdy przekaz według własnego widzimisię” (Hall, 1987, s. 68). Taka sytuacja jest możliwa, ale gdyby była obowiązująca, trudno byłoby mówić o jakichkolwiek skutecznych procesach komunikacyjnych, a przez to o jakimkolwiek badaniu procesu czytania treści medialnych.

WSPÓŁCZESNA (SUPER)BOHATERKA
I JEJ MODELE KODOWANIA I DEKODOWANIA

Analizowanie kodowania i dekodowania postaci Wonder Woman zostanie ograniczone przede wszystkim do filmów w reżyserii Patty Jenkins z 2017 roku („Wonder Woman”) i 2020 roku („Wonder Woman 1984”). Choć ten pierwszy swoją premierę światową miał w maju 2017 roku, czyli jeszcze przed nagłośnieniem ruchu #metoo, to trudno zaprzeczyć, że postać stworzona jako ikona feminizmu, inspirowana oryginalnie ruchem sufrażystek, znów pojawiła się we właściwym czasie i miejscu. Podobnie zresztą pisano o postaci Supermana po tragedii WTC. W kontekście tego nawiązania Tomasz Żaglewski, analizując popularność kina komiksowego, zwrócił uwagę na paratekstualne rozszerzenia znajdujące się wokół tekstu filmowego, w tym w materiałach promocyjnych i informacyjnych. Wskazując na kategorie nostalgii, eskapizmu, ale i myślenia życzeniowego, posiłkuje się spostrzeżeniami Liama Burkego dotyczącego okładki wydania DVD filmu „Superman: Powrót” z 2006 roku, na której znajdował się następujący opis: „On wrócił! Bohater naszego tysiąclecia. I zjawił się w doskonałym momencie, ponieważ w ciągu ostatnich pięciu lat [...]. Superman szukał swej ojczystej planety, a w międzyczasie wszystko zmieniło się na jego świecie [...]. Reżyser Bryan Singer daje nam Supermana, którego potrzebujemy” (za: Żaglewski, 2017, s. 38). Żaglewski zwraca w ten sposób uwagę, że jedną z funkcji współczesnego kina komiksowego jest kreowanie opowieści o niepokonanych bohaterach, którzy w ten sposób oswiają i wyjaśniają świat. „Abstrakcyjne istoty starają się uporządkować oraz nadać sens coraz bardziej chaotycznej rzeczywistości. Dlatego właśnie tak wiele tego rodzaju opowieści wprost mierzy się ze złożonością i z niejednoznacznością problemów dnia dzisiejszego [...]” (tamże, s. 38-39). Swoją analizę dotyczącą superbohatera kończy słowami słynnego twórcy komiksów – Granta Morrisona: „Straszne czasy i superbohaterowie idą w parze jak brud i mydło” (tamże, s. 41). Czy można zatem uznać, że Wonder Woman na fali feministycznych ruchów antyprzemocowych pojawiła się w dokładnie odpowiednim momencie, w chwili, w której była najbardziej potrzebna? Kiedy mogła stanąć na sztandarach jako symbol kobiecej siły?

„Wonder Woman to start, ale Hollywood potrzebuje więcej kobiet i herošek w kinie akcji” – mówiła Bidisha Mamata, dziennikarka i krytyczka BBC, Channel 4 i Sky News, niejako potwierdzając moc myślenia życzeniowego jako kluczowej funkcji kina (The Guardian, 30.06.2017). Jednakże, czy czytanie Wonder Woman w kluczu rewolucyjnym jest jedynie efektem silnych emocji i symbolicznych manifestów towarzyszących procesom rewizjonistycznym

zachodzącym w branży amerykańskiej? Czy Wonder Woman rzeczywiście można uznać za ikonę nowego feminizmu, a może jednak wciąż stanowi ona produkt hegemonicznego dyskursu? Choć analiza dotyczyć będzie najnowszego wcielenia superbohaterki, odegranej przez izraelską aktorkę i modelkę – Gal Gadot, to należy krótko wspomnieć o komiksowym oryginale i jego wcześniejszych telewizyjnych ekranizacjach, aby nakreślić pewną ciągłość cyrkulacji społecznych odczytań tej postaci.

Diana Prince po raz pierwszy pojawiła się jako postać DC w komiksie z 1941 roku, a jej twórcy (psycholog William Moulton Marston i rysownik Harry G. Peter) podobno inspirowali się ruchami feministycznymi z tamtych czasów, będąc m.in. pod silnym wpływem Margaret Sanger, czyli m.in. aktywistki na rzecz świadomego macierzyństwa. W ten sposób powstała kobieca odpowiedź na Supermana, która w komiksowej wersji była postacią funkcjonującą w matriarchalnym społeczeństwie, stworzonym i zdefiniowanym przez kobiety (w sposób dosłowny, bowiem została ulepiona z gliny), i jawiła się jako postać subwersywna wobec patriarchy. Ten potencjał czytania towarzyszył jej w każdej kolejnej interpretacji. W latach 1976-1979 telewizja ABC wyprodukowała trzy serie serialu o Wonder Woman, gdzie tytułową postać odegrała Lynda Carter, finalistka konkursu piękności w Ameryce oraz Miss World 1972. Jak pisze Zoe Williams, telewizyjna wersja postaci utraciła feministyczny rys, zmieniając superbohaterkę w amerykańską laleczkę (Williams, 2017). Pomimo pewnego odejścia od rewolucyjnego potencjału postaci komiksowej, w latach 70. Wonder Woman wciąż traktowana była jako „maskotka” kolejnej fali feminizmu, choć skądinąd faktycznie zaskakujące wydaje się połączenie sufrażystki z modelką pin-up jako uosobienia nowych kobiecych wartości. Zoe Williams, w swoim artykule, stanowczo zresztą formułuje opinię, że to dopiero wariant postaci odegrany przez Gal Gadot jest pierwszą filmową inkarnacją, która zachowała pierwotną obietnicę klasycznej wojowniczkii ulepionej wokół mitu o samostanowiącej kobiecie, chroniącej świat przed męską przemocą. Publicystka co prawda sama zaznacza, że w filmie dużo jest nagości, ale daleko jej do uprzedmiotowienia z wersji telewizyjnej, a sama budowa ciała Gadot i jej przygotowanie do roli o wiele bardziej kojarzy się z bohaterką. Jak pisze: „ma uda, prawdziwe uda, które mogą kopać, a nie te, wyglądające jak ręce”, co wpisuje w feministyczny akt i formę kulturowego resetu (Williams, 2017).

Obok interpretacji w duchu feministycznym, w sposób naturalny wyrastały również analizy reprezentujące opozycyjny model czytania filmu Jenkins. Warto w tym miejscu dodać jeszcze, że oficjalna promocja filmu zdecydowanie opierała się na dyskursach feministycznych, podkreślając, że Patty Jenkins jest pierwszą

kobietą reżyserką, która otrzymała możliwość pracy przy wysokobudżetowym filmie superbohaterskim. Sama Jenkins przy okazji promocji, zarówno pierwszej, jak i drugiej części „Wonder Woman”, bazowała na hasłach empowermentu, równości w reprezentacjach postaci kobiecych i męskich, konieczności opowiadania kobiecych historii, poruszając również kwestie zakulisowe dotyczące seksizmu i przemocy w branży filmowej (zob. Setoodeh, 2017; Cornish, 2017; Lopez, 2019). Jak sama powiedziała w jednym z wywiadów: „Zawsze chciałam reprezentować ostatnią falę feminizmu, czyli taką, w której możesz być feministką, nawet o tym nie myśląc” (Setoodeh, 2017).

Oficjalnie wykreowany dyskurs jednak musiał spotkać się z krytyczną lekturą, gdzie Wonder Woman wprost określano „słabą reprezentacją feminizmu”. Tak zresztą jest dokładnie zatytułowany esej studencki opublikowany w czasopiśmie „The Hundred River Review”, w którym można znaleźć – według ich opisu – przykłady wybitnych prac studenckich, które powstały jako efekt kursów z obszaru pisania prowadzonych na NYU Shanghai. Esaj autorstwa Yuxuan Li został zbudowany na zasadzie tekstu jako twierdzy, gdzie poprzez odwołania do adekwatnej literatury feministycznej autorka stara się udowodnić, że nowa wersja Wonder Woman w wariacie Gal Gadot i Patty Jenkins ma się nijak do postulatów feministycznych. Posługując się teoriami Simone de Beauvoir dotyczących konstrukcji podmiotu kobiecego przez pryzmat męskiej dominacji, Li przychyliła się do feministycznego rodowodu postaci komiksowej – kobiety urodzonej i wychowanej w świecie, w którym nie ma mężczyzn, przez co w całości ulepionej i będącej efektem kobiecych relacji, stanowiąc w ten sposób przykład subwersji patriarchy. Zaraz potem przytoczony zostaje rodowód Diany z Themysciry w wersji hollywoodzkiej, gdzie – jak słusznie podkreśla – wymowa ta ulega znacznemu osłabieniu. U Jenkins bowiem Diana nie zostaje ulepiona z gliny przez matkę, a dusza nie zostaje w nią tchnięta przez kobiece bóstwa, zamiast tego bohaterka staje się owocem romansu Odyne i królowej Hippolity, a swoje moce zawdzięcza właśnie ojcu. Podczas gdy – pisze autorka – w oryginalnej wersji złamana zostaje zasada, że tylko mężczyzna może posiadać władzę, to wersja filmowa przywraca patriarchalną normę, w której kobieta zyskuje większą moc dzięki temu, że poznaje tożsamość swojego ojca, i to od niego pochodzi źródło jej siły. Myśl zwieńcza idea Beauvoir: „kobietom dane jest tylko to, co mężczyźni są skłonni im dać” (Li, 2020).

Obok przekazów oficjalnych, żerujących na „trendującym feminizmie”, potwierdzających je w omówieniach medialnych i tych udowadniających powrót męskiego spojrzenia, musiały pojawić się i te negocjujące obecność dyskursów. Jak twierdzi Hope Abel, „Wonder Woman” zaraz po premierze stała się kulturowym

fenomenem, zyskując ogromną rozpoznawalność wśród widowni, ale też będąc ogromnym sukcesem komercyjnym studia (właściwie jedynym prawdziwym dla kuźni DC). Według Abel film jest co prawda ogromnym przełomem w kontekście kobiecego empowermentu w branży rozrywkowej, jednak sama prezentacja feminizmu zawarta w jego treści jest nieco bardziej złożona. Autorka zatem przyznaje, że sama postać jest ukazywana w sposób zbyt często seksualizowany, jej obiekcje budzi kostium, relacja z męskimi bohaterami, w tym również ta związana z postacią ogniskująca wątek romantyczny w filmie, czyli Steve'em Trevorem, jednak zaraz potem stwierdza, że w wyglądzie Diany – jej kostiumach, uczesaniu, makijażu oraz prezentacji ciała – uwzględnione zostało zarówno męskie spojrzenie, jak i pewna osobliwa, kobieca władza, siła płynąca z reprezentacji tej postaci. Abel jako dowód przytacza sekwencję, z której wynika owa dwuznaczność. Kiedy Diana i Steve docierają do Londynu, muszą znaleźć dla niej nowe ubrania, aby nie wyróżniała się z tłumu. Wtedy pojawia się komediowa wstawka, w której Diana narzeka na normy obowiązujące w kobiecej garderobie, decydując się ostatecznie na androgeniczny strój, ukrywający jej figurę. Abel interpretuje powyższą scenę w kluczu chęci ukrycia swojej kobiecości, a przez to prawdy o sobie, a następnie zestawia ją z jedną z najbardziej ikonicznych scen, w której Diana zmierza przez „No Man's Land”, aby uratować miasto pomimo sprzeciwu Steve'a. W tym punkcie fabularnym Diana decyduje się zrzucić swoje przebranie, rozpuścić włosy i ujawnić prawdziwą siebie jako Wonder Woman, czyli postać, która nie boi się pokazywać swojej kobiecości, gdyż to ona jest tym, co stanowi o jej sile. „Diana nie jest silna, pomimo bycia kobietą, ale raczej jest silna, ponieważ jest kobietą, a jej fizyczność powinna odzwierciedlać tę ideę”. Na uwagę autorki zasługuje również fakt, że choć wątek romantyczny jest dość klasyczny, to wyróżnia go decyzja o zamianie konwencjonalnych ról. Tu bowiem to kobieta jest główną postacią, a to mężczyzna jest definiowany przez bycie jej obiektem westchnień, a cała ich relacja przypomina jednak bardziej związek partnerski niż tę typowo hierarchiczną. Bardzo ciekawym spostrzeżeniem autorki jest również fakt umiejscowienia fabuły filmu w przeszłości, przez co film zdaje się nie odnosić do współczesnych problemów poruszanych przez ruchy kobiece. Zamiast tego mamy podejście do dyskryminacji i narzucania ról na poziomie ogólnym, opierając się na mocno przestarzałych normach, które dziś są raczej kwestiami oswojonymi i bezpiecznymi. W ten sposób, jak twierdzi Abel, również męskim odbiorcom łatwiej jest przyjąć perspektywę narracji, ponieważ nie uderza ona w obecne przywileje patriarchy, przez co postać Wonder Woman nie wydaje się tak rewolucyjna (Abel, 2022).

Zoe Williams określa „Wonder Woman” Patty Jenkins jako mistrzowski przykład subwersywnego feminizmu. Jak pisze, film w żaden sposób nie jest doskonały, a kobieta, która potrafi walczyć, nie jest w końcu niczym nowym. Wystarczyłoby wskazać choćby Sigourney Weaver w roli Ripley czy Lindę Hamilton w roli Sarah Connor. Wszystkie wymienione bohaterki są w końcu czymś pobocznym do męskiej władzy, ale od innych postaci odróżnia je jednak to, że stoją po innej stronie dychotomii „matka/dziwka”. Williams następnie zwraca uwagę, że w filmach akcji, zwłaszcza w tych, w których pojawia się kobieta, zawsze znajdzie się miejsce na męskie spojrzenie, a kobieca wojowniczką stanie się obiektem seksualnym. Napięcie między pożądaniem a akcją to sedno tego typu kina. Moment, w którym rzecz staje się mniej oczywista, to fakt, że to w końcu kobieta-protagonistka zwycięża, wykazuje się większą siłą, sprytem i wolą przetrwania, co w kontekście ról płciowych i stereotypowego kina akcji można uznać za subwersywne (Williams, 2017). Czytając zatem „Wonder Woman” w modelu negocjującym, niczym w analizie Fiskego na temat wizerunku Madonny (Fiske, 1997, s. 281-297), sednem walki o znaczenia nie jest otwarta krytyka *status quo* czy jednoznaczne odrzucenie patriarchalnych wartości. Sztuką jest tu działanie nieoczywiste, w którym obala się proste podziały, schematy, binarne modele myślenia, zostawiając pole interpretacji, możliwe do uwzględnienia z różnych pozycji odbiorczych. W końcu obok zaangażowanych i kulturotwórczych idei należy jeszcze pozostawić miejsce na biznes i szanse na dotarcie do jak największej widowni.

OPOZYCJA CZY NEGOCJACJA?

Emilia Dłużewska na łamach „Gazety Wyborczej” pyta, czy poppatriotyzm potrzebuje bohaterek? W artykule wielokrotnie cytowany jest prof. Maciej Gdula, socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego, który zauważa, że obecność kobiet w narracjach o wojnie może być traktowana wieloznacznie. Podstawowe pytanie brzmi, jakie treści zasadniczo wnoszą te bohaterki? Fakt, że pojawiają się często (albo że w ogóle zaczynają się pojawiać w narracjach bohaterskich), niekoniecznie wiąże się z wprowadzeniem nowej, feministycznej perspektywy. „Tu mamy raczej do czynienia z poszerzaniem spektrum bohaterów w ramach tej samej historii. W wojennej popkulturze kobiety zyskują cechy, które wcześniej przypisywane były mężczyznom, jak stawianie na pierwszym miejscu narodu i gotowość do poświęcenia” (za: Dłużewska, 2017). W ten sposób „walczące, ofiarne bohaterki są nie tylko wzorem, który proponuje się współczesnym

kobietom, ale też wizją, która trafia do prawicowych mężczyzn” (tamże). Choć cytowany artykuł skupia się przede wszystkim na analizie polskich produkcji, to zdaje się, że interpretacja może zostać przeniesiona również na sferę omawianego fragmentu popkultury. Wonder Woman w końcu uosabia wiele cech, które równie dobrze pasowałyby do męskiej narracji o bohaterstwie. W tym wszystkim jednak od pozostałych superbohaterów wyróżnia ją obecność cech stereotypowo kobiecych, takich jak: piękno, wrażliwość, przeświadczenie o wartości miłości, i to ta dwuznaczność skutecznie przemycia feminizm, ale taki akceptowany w obrębie hegemonicznej narracji, nie zaprzeczając konserwatywnym wartościom. Obecność i widoczność kobiet w opowieściach, które wcześniej były zarezerwowane dla mężczyzn, są oczywiście symbolem zmiany, jednak wcale nie stanowią zwiastuna rewolucji, który w branży wydaje się tak szumnie zapowiadany, a być może adekwatniej byłoby powiedzieć, który jest tak medialnie interpretowany i nagłaśniany.

Pojawia się zatem pytanie, dlaczego i w czym interesie jest ogłaszanie rewolucji w miejscu, w którym ona nie ma miejsca? I tu pomocny może być Arjun Appadurai ze swoją koncepcją fetysyzmu lokalności i konsumenta, które mogą wyrażać tożsamość i różnice, odgrywając w ten sposób rolę kamuflażu dla skomplikowanych procesów decydujących o zasadach funkcjonowania dzisiejszego rynku. Ten amerykański antropolog, analizując złożone i płynne relacje globalności i lokalności, wprowadził dwa terminy: „fetyszym produkcyjny” i „fetyszym konsumpcyjny”, inspirowany klasycznym poglądem Marksa na temat towarowego fetysyzmu. Pierwszy z nich Appadurai rozumie jako złudzenie tworzone w dzisiejszej transnarodowej gospodarce, który maskuje ponadlokalne elementy funkcjonowania rynku (kapitał, transfer zysków, zarządzanie) przez – jak to określa – idiom i spektakl lokalnej kontroli. W fetysyzmie konsumenta natomiast uwagę zwraca na transformację tego ostatniego w znak, który jedynie asymptotycznie zbliża się do postaci realnego aktora społecznego, a w rzeczywistości jego rzekoma sprawczość tylko ukrywa faktyczne relacje w produkcji, gdzie to nie konsument, a wciąż producent decyduje. W tym aspekcie wspomniany antropolog podkreśla rolę reklamy operującej kreatywnymi i dobrze dobranymi pod kątem kulturowym obrazami, które utrzymują konsumenta w przeświadczeniu o byciu aktorem, a nie tym, który w najlepszym przypadku ma prawo dokonywać wyboru. Podsumowując zatem istotę pojęcia fetysyzacji w ujęciu amerykańskiego badacza, określa ona zasady działania dzisiejszej globalnej ekonomii kulturowej, w której rolą jest kamuflaż innych rozproszonych aspektów funkcjonowania rynku i sprawczości poszczególnych aktorów procesu rozpowszechniania, obiegu produktu i pozycjonowania konsumenta.

Jak pisze Appadurai w odniesieniu do procesu globalizacji dzisiejszej kultury, nie jest ona równoznaczna z jej homogenizacją, a stanowi przykład polityki „wzajemnego pożerania się tożsamości i różnicy” (2005, s. 64-65).

Choć jego refleksje dotyczą po części innych obszarów badawczych, to można zauważyć, że wprowadzone przez niego kategorie fetyszyzacji mogą stanowić inspirującą kategorię analityczną, użyteczną przy rozpatrywaniu zjawiska polityki różnorodności, która w swym modelu zmuszona jest łączyć deklarowane interesy społeczne z komercyjnym, koniecznym aspektem funkcjonowania przemysłów audiowizualnych, aby podtrzymać istotny z punktu widzenia interesów hegemonicznych ład kulturowy. W ten sposób opisywany przez Appaduraira fetyszym wydaje się po prostu skutecznym narzędziem negocjacji znaczeń na semiotycznym polu walki. Bunt sprzedaje – nie od dziś jest atrakcyjną kategorią komercyjną, dlatego – jak pisała Dorota Masłowska – „nawet rastaman ma więc kontrakt z firmą produkującą dredy i superduet w Play” (2017, s. 167). Bunt w wersji feministycznej wydaje się dodatkowo idealnym fetyszym w czasach, w których ogłasza go sama Akademia, a samo hasło polityki różnorodności ma moc algorytmicznego dzielenia widzów i kreowania zaangażowanego uczestnictwa wokół wybranych tytułów. W rzeczywistości, w nowych kobiecych narracjach widać nie tyle opozycję/bunt, ile negocjację. Nawet rewolucyjna June Osbourne w ikonicznym serialu „Opowieść podręcznej” na podstawie powieści Margaret Atwood, ostatecznie z uprzywilejowanej, raczej skupionej na sobie, przedstawicielki wielkomiejskiej klasy średniej zmienia się w prawdziwą bohaterkę, gotową do poświęceń i walczącą w imię idei wolności, choć rozumianej feministycznie, to, co najważniejsze, skoncentrowanej również wokół roli matki i jej wartości. W ten sposób współczesna popkultura sprytnie podsuwa nowy wzór współczesnym kobietom, poszerzając spektrum gatunkowych opowieści, ale jednocześnie kreując wizje, które mogą trafić do wciąż bardziej konserwatywnie nastawionego odbiorcy i tego bardziej umiarkowanego. Negocjacja pozostaje najbezpieczniejszą drogą, a – jak pisze Dłużewska – ostatecznie przecież chodzi o to, „by w popkulturze kobiety mogły być różne” (2017).

WNIOSKI

W branży świadomość istnienia zróżnicowanego audytorium choć funkcjonowała od wielu lat, to zdaje się, że dopiero ogromne sukcesy komercyjne produkcji, które wydawały się potencjalnie nierentowne z uwagi na ich skierowanie do tzw. grup mniejszościowych (tu warto wskazać przede wszystkim

„Czarną Panterę”), ostatecznie przekonały Hollywood, że różnorodność albo lokalność może stanowić atrakcyjną kategorię marketingową/sprzedażową. Jednak obserwując współczesny rynek medialny i przyglądając się z bliska proponowanym treściom, trudno znaleźć tu w istocie oznaki zagrożenia dla ładu kulturowego, a jedynie próby mniej lub bardziej udanych form włączenia różnorodności w obręb hegemonii poprzez asymilację. Stuart Hall podkreślał zresztą, że choć kod profesjonalny (branży medialnej) jest względnie niezależny od kodu dominującego, stosując własne kryteria i przekształcenia, to niejako zmuszony jest działać wewnątrz hegemonii i w rzeczy samej służy jej reprodukowaniu z uwagi na instytucjonalne usytuowanie działalności nadawczej jako aparatu ideologicznego i struktury dostępu do branży. Całość zatem operuje własnymi, niezależnymi kodami i równocześnie reprodukuje hegemonistyczne dyskursy niejako nieumyślnie, przy okazji. W kontekście potencjału rewolucyjnego kody profesjonalne skupiają się zwykle na rzeczach drugoplanowych, takich jak walory wizualne, selekcja postaci, dobór obrazów, inscenizacji dyskusji, słowem – na doborze i sposobie przedstawienia, co pozwala uniknąć ostentacyjnie widocznej stronniczości (Hall, 1987, s. 69-70). Docelowym i jednocześnie bezpiecznym kodem stosowanym w branży jest zatem model negocjacji, w którym zachowuje się dyskursy hegemoniczne w ich najistotniejszym wymiarze, a zarazem zakłada się pewne „ulokowanie” treści celem uniknięcia nachalności, jednak z możliwością trafienia do zróżnicowanego audytorium. W analizowanym przykładzie ulokowanie czy też potencjał na negocjacje znaczeń wydaje się kluczowym elementem organizującym treść produkcji i rys charakterologiczny głównej postaci – Wonder Woman. Mamy zatem silną bohaterkę, łączącą cechy związane z jednej strony z kobiecością (piękno, delikatność, przekonanie o wartości miłości romantycznej, zmysłowość, ale i wyzwolenie, świadomość własnego ciała), a z drugiej uwzględniającą męstwo, waleczność i skłonność do poświęceń, wpisujące się w kanon kluczowych wartości hegemonicznego dyskursu. Całość składa się na nowy typ negocjującej znaczenia bohaterki, która na pytanie małej dziewczynki odpowiada hasłem-manifestem: „możesz być kimkolwiek zechcesz”, by za chwilę skierować główną narrację na znany schemat miłości romantycznej. Hollywood w ten sposób nie pozostaje obojętne na dochodzący do głosu styl myślenia, ale zamiast układać nowe narracje dokonuje pewnego stylistycznego przesunięcia, zachowując tu granice jednoznacznej stronniczości, co doskonale uwypuklają omawiane czytania analizowanego filmu.

BIBLIOGRAFIA

- Abel H. (2022), *Feminism and the Female Superhero: Gender in Wonder Woman*, Spotlight Journal, 5.01.2022, <https://www.spotlightjournal.org/issue-ii/feminism-and-the-female-superhero-gender-in-wonder-woman> [dostęp: 16.06.2023].
- Appardurai A. (2005), *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Kraków: Universitas.
- Cornish L. (2017), 'Wonder Woman' Director Patty Jenkins on the Feminist Superhero: "Being Badass Doesn't Mean She's Not Loving", Glamour, 16.07.2017, <https://www.glamour.com/story/wonder-woman-director-patty-jenkins-on-the-feminist-superhero> [dostęp: 16.06.2023].
- Czajka-Kominiarczuk K. (2021), *Netflix postrachem prawicy: ma szerzyć wśród młodych „lewacką propagandę”*. *Naprawdę to robi?*, Oko.press, 20.03.2021, <https://oko.press/netflix-prawica-drzy-przed-lewacka-propaganda> [dostęp: 26.06.2023].
- Dłużewska E. (2017), „Wojenne dziewczyny”, *morowe panny*, „żołnierki wyklete”. *Czy poppatriotyzm potrzebuje bohaterek?*, Wyborcza.pl, 27.03.2017, <https://wyborcza.pl/7,101707,21554680,wojenne-dziewczyny-morowe-panny-zolnierki-wyklete-czy-pop-patriotyzm.html> [dostęp: 26.06.2023].
- Dobrzyński P. (2018), *Netflix chce walczyć o Oscary. Do tego potrzebuje własnej sieci kin*, SpidersWeb, <https://rozrywka.spidersweb.pl/netflix-planuje-kupic-siec-kin> [dostęp: 17.06.2023].
- Fiske J. (1998), *Brytyjskie badania kulturowe*, [w:] R.C. Allen (red.), *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, Kielce: Szumacher, s. 260-300.
- Girard R. (1987), *Kozioł ofiarny*, przeł. M. Goszczyńska, Łódź: Wydawnictwo Łódzkie.
- Gramsci A. (1991), *Zeszyty filozoficzne*, tłum. B. Sieroszevska, J. Szymanowska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Hall S. (1987), *Kodowanie i dekodowanie*, Przekazy i Opinie, nr 1-2, s. 58-71.
https://www.oscars.org/news/academy-establishes-representation-and-inclusion-standards-oscar-eligibility?fbclid=IwAR286rNpau8eA_Iz4IXfUm8nHVnibaa6dvQKKwubjYkTVvK8WWHx31ig2fk [dostęp: 12.06.2023].
- Krajewski M. (2022), *Cancel Culture: unieważniając unieważnianie*, Przegląd Socjologiczny, nr 1 (77), s. 185-206.
- Li Y. (2020), *Wonder Woman: A Poor Representation of Feminism*, <https://www.hundredriver.org/wonder-woman-a-poor-representation-of-feminism/> [dostęp: 26.06.2023].
- Lopez K. (2019), *Patty Jenkins Talks Films, Feminism, And 'I Am The Night'*, Forbes 22.01.2021, <https://www.forbes.com/sites/kristenlopez/2019/01/22/patty-jenkins-talks-films-feminism-and-i-am-the-night/?sh=29a449746da4> [dostęp: 26.06.2023].
- Mamata B. (2017), *Wonder Woman is a Start, but Hollywood Needs More Female Action Heroes*, The Guardian, 30.06.2017, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/30/hollywood-action-woman-start-more-action-women> [dostęp: 19.06.2023].
- Masłowska D. (2017), *Jak przejąć kontrolę nad światem nie wychodząc z domu*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Mętrak-Ruda N. (2020), *Oscary po nowemu. Czy od tej pory szansę będą miały tylko filmy o czarnych gejach*, OKO.press, 10.09.2020, <https://oko.press/oscar-y-po-nowemu> [dostęp: 26.06.2023].
- Ossowska M. (2023), *Historyczna gala Oscarów. Aktor swoją przemową doprowadził wszystkich do łez*, <https://film.wp.pl/historyczna-gala-oscarow-aktor-swoja-przemowa-doprowadzil-wszystkich-do-lez-6875873737050912a> [dostęp: 16.06.2023].

- Setoodeh R. (2017), 'Wonder Woman' Director Patty Jenkins on Equal Pay, Hollywood Sexism and James Camerons Nasty Words, Variety, 10.10.2017, <https://variety.com/2017/film/features/patty-jenkins-wonder-woman-hollywood-sexism-equal-pay-james-cameron-1202583237/> [dostęp: 17.06.2023].
- Sørensen I.E. (2021), *Sex and Safety on Set: Intimacy Coordinators in Television Drama and Film in the VOD and Post-Weinstein Era*, Feminist Media Studies, 22, nr 6, <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1886141> [dostęp: 19.06.2023].
- Staszczyszyn B. (2017), *Wyjście z cienia – kobiety w branży operatorskiej*, Culture.pl, 8.03.2017, <https://culture.pl/pl/artykul/wyjście-z-cienia-kobiety-w-branży-operatorskiej> [dostęp: 27.09.2023].
- Talarczyk M. (2018), *Montażyst(k)a. Autor, montaż i pleć*, Ekran, nr 5 (45), http://ekrany.org.pl/historia_kina/montazystka-autor-montaz-i-plec/ [dostęp: 27.09.2023].
- The Critical Drinker, *Why Modern Movies Suck – The Strong Female Character*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=xPE7-PRL0M8> [dostęp: 27.09.2023].
- Van Dijk T. 2001, *Critical Discourse Analysis*, [w:] D. Schiffrin, D. Tannen i H.E. Hamilton, *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford: Blackwell Publishers Inc., s. 352-371.
- Williams Z. (2017), *Why Wonder Woman is a Masterpiece of Subversive Feminism*, The Guardian, 5.06.2017, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/jun/05/why-wonder-woman-is-a-masterpiece-of-subversive-feminism> [dostęp: 19.06.2023].
- Wiśniewska A. (2018), *Kobiety w Polsce robią mniej niż jedną szóstą filmów pełnometrażowych*, Krytyka polityczna, 18.09.2018, <https://krytykapolityczna.pl/kultura/film/kino-kobiet-raport-2018/> [dostęp: 27.09.2023].
- Żaglewski T. (2017), *Kinowe uniwersum superbohaterów*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

NOWA POLITYKA REPREZENTACJI RÓŻNORODNOŚCI
W AMERYKAŃSKIM PRZEMYŚLE AUDIOWIZUALNYM
JAKO PRZYKŁAD NEGOCJACJI ZNACZEŃ

Streszczenie

Przemysł audiowizualny w tzw. erze „post-Weinstein” zaproponował szereg rozwiązań, przekładający się na codzienną sytuację kobiet funkcjonujących w branży. Drugim obserwowalnym elementem jest kształt współczesnych narracji o kobietach, przedstawianych w kategoriach emancypacji, inkluzywności, ale będący też efektem monetyzacji feministycznych trendów. Wszystko to przekłada się na programowe zwiększenie obecności postaci kobiecych w rolach protagonistek, czy też uważniejsze, mniej stereotypowe ich tworzenie i różnorodne reprezentacje w ramach gatunków. Autorka zajmuje się badaniem dyskursów związanych z nową polityką różnorodności w branży audiowizualnej, skupiając się na analizie wybranego przykładu filmu – „Wonder Woman” w reż. Patty Jenkins, często określanego jako początek nowego, subwersywnego feminizmu. W analizie wykorzystane zostaną ustalenia brytyjskich studiów kulturowych w zakresie kodowania i dekodowania, a celem będzie określenie stosunku wybranych treści do hegemonicznej narracji, zaś ostatecznie przyjrzenie się i wnioskowanie o dotychczasowych efektach programowych zmian.

Słowa kluczowe: Wonder Woman; „post-Weinstein era”; #metoo; polityka różnorodności; inkluzywność i różnorodność; feminizm