

AKTORSKIE RENARRACJE BAŚNI DISNEYA – FENOMEN NOWEGO (?)
KIERUNKU W POPKULTURZE
(BADANIA WŁASNE)

Kulturę popularną cechuje skłonność do „powtórzeń”. Ta – niezbyt chwalebna – tendencja w mniejszym lub większym stopniu dotyka każdą kolejną opowieść wchodzącą na rynek audiowizualny. Jak twierdzi Grażyna Stachówna, powtórzenie stanowi istotę współczesnego kina [Stachówna, 2004, s. 125] – aby trafić w gusta widzów, każda „nowa” historia musi mniej lub bardziej dyskretnie nawiązywać do innej, znanej opowieści. Teza znawczyni kina gatunków, choć nieco kontrowersyjna, zdaje się niezwykle trafna, doskonale bowiem ilustruje zmiany zachodzące w kulturze popularnej na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat. Kiedyś brak oryginalności budził niechęć publiczności, natomiast dzisiaj – stanowi nieodłączny element kinowej estetyki. Jak pisał Umberto Eco: „Żyjemy w epoce, w której dzieła oryginalne i wyjątkowe zostały zastąpione szeregiem rekonstrukcji, reprodukcji, repetycji, replik, retrowersji, retake’ów, remake’ów i replayów” [Stachówna, 2004, s. 127–128].

Marek Krajewski nazywa kulturę, która kładzie nacisk na przeszłość i powtórkę – „kulturą repetycji” [Krajewski, 2005, s. 223–242]. Zdaniem badacza, cały fenomen tego zjawiska opiera się na kilku prostych mechanizmach. Chodzi o wykorzystywanie motywów, głęboko zakorzenionych w masowej świadomości, których celem jest zwolnienie odbiorców z wysiłku intelektualnego, a tym samym – zagwarantowanie twórcom sukcesu finansowego [Krajewski, 2005, s. 223–242].

Pragnienie powrotu do tego, co minione (dzieciństwa, „raju utraconego”), wydaje się w naszych czasach znacznie częściej spotykane i silniejsze niż jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu. Swoista retromania [Reynolds, 2018], która opanowuje współczesną kulturę, sprawia, że nie tylko filmy, ale także książki, ubrania czy przedmioty codziennego użytku stają się przedmiotem *nostalгии*, rozumianej jako: uczucie, wywołane spostrzeżeniem istotnych różnic pomiędzy tym, co było „kiedyś”, a tym, co jest „teraz”, wiążące się bezpośrednio z pragnieniem powrotu do dawnych, lepszych czasów. Uczucie to często nie jest równoznaczne ze zmianą miejsca pobytu, lecz warunków życia i kondycją psychiczną, czasem – indywidualnego doświadczenia przemian społeczno-kulturowych.

Trudno jest jednoznacznie określić ładunek emocjonalny, jaki koncentruje w sobie słowo „nostalgia”. Z jednej strony odnosi się ono do sfery przyjemności – przywołuje sentymentalne wspomnienia pełne ciepła, bliskości, poczucia bezpieczeństwa, daje możliwość oderwania się od „szarej rzeczywistości”, pełni zatem funkcje kompensacyjne. Z drugiej strony ten sielski obraz zakłóca jednak świadomość ulotności i wynikająca z niej bezradność. „W nostalgii zauważa się zwykle gorycz, a przecież pojawia się w niej także pewien rodzaj słodczy: przez chwilę przenosimy się przecież myślą w jakieś miejsce lub czas, co daje cząstkowe przynajmniej spełnienie. W finale, owszem, dojdzie do głosu smutek lub wręcz cierpienie, niemniej smak nostalgii wydaje się podwójny: słodko-gorzki” [Czaja, 23.10.2007].

Elementem kultury, szczególnie mocno stymulującym owe nostalgiczne tęsknoty odbiorców, są *baśnie*. Przypominają one o czasach bezpowrotnie straconych i o dziecięcym, nieco naiwnym spojrzeniu na świat. Współczesna moda na baśnie i baśniowość wydaje się zatem częścią trendu związanego z przemianami oczekiwań odbiorczych starszych i młodszych kinomanów. Owa moda na baśnie i baśniowość to kolejny z nostalgicznych powrotów kultury popularnej do tego, za czym tęsknią jej konsumenci. Współczesne wersje baśni pozwalają swoim odbiorcom powrócić do dzieciństwa – także dlatego, że dla wielu z nich dzieciństwem były lata 80. XX wieku – okres, gdy w kulturze popularnej fantastyczne opowieści były jednym z motywów dominujących [Skowera, 2013, s. 111–112].

Baśniowe renarracje w kulturze popularnej

Definicja baśni stale ewoluuje, zmienia się wraz z upływem lat i rozwojem technologii. Początkowo, ze względu na ścisły związek z twórczością ludową, gatunek ten uznawany był za mało ambitny, wręcz „niegodny uprawiania”. Historie pełne magicznych stworów i tajemniczych rytuałów, przekazywane drogą ustną, a więc często niespójne i pełne sprzeczności, budziły niechęć osób wykształconych. Pierwsi baśniopisarze, w obawie przed krytyką, ukrywali swoje nazwiska pod pseudonimami, a ich dzieła cieszyły się niewielką aprobatą społeczną. Współcześnie opowieści te stanowią podstawę niemal każdego tekstu kultury popularnej. Jak do tego doszło? W głównej mierze za sprawą cechującej baśń elastyczności, rozumianej jako łatwość dostosowywania się do zmiennych warunków społeczno-kulturowych [Skowera, 2013, s. 5].

Terminem, który najpełniej obrazuje opisywane wyżej zjawisko przekształcania baśni klasycznej w produkt kultury współczesnej, jest *postmodernistyczny retelling baśni*. Należy uznać za badaczami, że pojęcie to obejmuje „utwory, które

powtórnie opowiadają kanoniczne baśnie tradycyjne (...), wprowadzając zmiany o charakterze rewizjonistycznym, za pomocą których zostają podważone sensy zawarte w poprzednich wariantach danej opowieści” [Skowera, Kraków 2016, 53]. Przy czym przedmiotem rewizji mogą stać się bardzo różne aspekty pierwowzoru: od ról płciowych i przypisanych im atrybutów, przez elementy świadczące o „dziecięcym” bądź „dorosłym” charakterze danej fabuły, po nacechowanie aksjologiczne postaci. Tym samym zawsze mamy do czynienia z jakąś formą reinterpretacji pre-tekstu [Skowera, Kraków 2016].

Twórcy nowych interpretacji, poprzez mniej lub bardziej zakamuflowane nawiązania do oryginału, prowadzą z widzami intelektualną i intertekstualną grę [Kowalczyk, 2016, s. 6]. Zmiany, jakich dokonują w historii wyjściowej, wprowadzane są na kilku płaszczyznach. Jednym z mechanizmów mających na celu rozbudowanie tradycyjnej koncepcji jest wplatanie dodatkowych wątków fabularnych, które wzbogacają historię o nowe konteksty. Podobnie zadanie pełni psychologizacja postaci – obdarzanie bohaterów skomplikowanym życiorysem czy dylematami moralnymi. Zabieg ten daje odbiorcy możliwość pełniejszego zrozumienia więzi łączących poszczególnych bohaterów oraz związków przyczynowo-skutkowych zachodzących pomiędzy wydarzeniami. Oryginalnym pomysłem na przekształcenie koncepcji klasycznej w bardziej nowoczesną jest też zamiana ról, czyli nadawanie baśniowym postaciom zestawu cech, które kłócą się z ich pierwotną naturą. Współcześni artyści chętnie sięgają także po *prequel* i *sequel* – ukazują losy bohaterów przed rozpoczęciem lub tuż po zakończeniu baśniowej historii.

Elementy świata fantastycznego zaczęły wkraczać do kinematografii niemal w momencie jej narodzin. Jednym z pierwszych twórców łączących zdarzenia realne z baśniowymi był francuski iluzjonista Georges Méliès [Kowalczyk, 2016, s. 66]. Rozkwit jego koncepcji nastąpił w latach 20. XX wieku – wówczas uwaga czołowych przedstawicieli kina zaczęła zwracać się w stronę fantastycznych przekazów literackich, którym postanowiono nadać zupełnie nowy charakter. Należał do nich także Walt Disney – urodzony w Chicago rysownik, który jeszcze za życia stał się ikoną globalnego przemysłu rozrywkowego. Jak pisze Paweł Sitkiewicz w książce *Małe wielkie kino. Film animowany od narodzin do końca okresu klasycznego*: „Od Chile do Chin dziesiątki milionów ludzi, którzy nigdy nie słyszeli o Franklinie D. Rooseveltcie, Williamie Faulknerze czy Martinie Lutherze Kingu, potrafiłyby od razu rozpoznać Myszkę Miki lub Kaczora Donalda” [Sitkiewicz, 2009].

Mimo śmierci założyciela, wytwórnia The Walt Disney Company nie upadła. Wręcz przeciwnie – jej wartość rynkowa wzrosła kilkakrotnie, a pozycja w świadomości konsumentów umocniła się do tego stopnia, że od wielu lat plasuje się w czołówce najpotężniejszych marek świata [<https://www.wirtualnemedial.pl/artty->

kul/amazon-najcenniejsza-marka-na-swiecie-wart-200-mld-dolarow-raport-brand-finance-global-500]. Co stanowi podstawę jej sukcesu?

Strategia firmy, wypracowana jeszcze w latach 50. XX stulecia, opiera się na popularnym mechanizmie *Toy Based Programme*, stanowiącym fragment bardziej obszernej strategii marketingowej (tzw. *character marketing*), w której główną rolę odgrywają bohaterowie znani z kultury masowej [Has-Tokarz, 2014, s. 66]. „TBP to dowolny tekst medialny: książka, film, program telewizyjny, którego bohaterem/tematem jest realnie istniejąca zabawka zidentyfikowanego producenta, i który pośrednio stanowi reklamę tej zabawki (praktyka *product placement*). Tworzy się w ten sposób zamknięty krąg reklamowania: TBP promują zabawki, które stają się reklamą TBP” [Has-Tokarz, 2014, s. 66]. Film animowany stanowi zatem niewyczerpane źródło potencjalnego zysku – bohaterowie bajek „wychodzą” z ekranu, by zagościć na sklepowych półkach pod postacią pluszowych zabawek, artykułów papierniczych albo gier planszowych, a celem tego typu działań jest multiplikacja sprzedaży i rozpowszechnienie produktów na rynku globalnym [Has-Tokarz, 2014, s. 67].

Doskonałym przykładem zależności występujących pomiędzy poszczególnymi produktami z logo The Walt Disney Company są filmy aktorskie wzorowane na animacjach. W powszechnej opinii wciąż żywe jest przekonanie, że tworzenie wideo typu live-action to w studiu „Myszki Miki” zupełnie nowa praktyka. Tymczasem pierwsza taka produkcja powstała jeszcze w latach 90. XX wieku, a konkretnie – w roku 1994. Dlaczego jest to data wyjątkowa? Ponieważ wyznacza początek zupełnie nowego zjawiska, które zagościło w przemyśle filmowym na długie lata. Spadkobiercy Disneya postanowili bowiem obrać taktykę wpisującą się w koncepcję „everything sells everything else” – po wielu latach „wierności animacji” ich nowym produktem flagowym stały się filmy łączące elementy gry aktorskiej z animacją komputerową. Były to jednak produkcje nieprzypadkowe – każda z nich w mniejszym lub większym stopniu wzorowała się na którymś z wcześniejszych projektów. (Zabieg ten doskonale ilustruje mechanizmy, na których opiera się cały fenomen disnejowskiej produkcji – „każdy produkt promuje każdy następny” i „wszystkie produkty promują siebie nawzajem”.)

Choć *Księga dżungli* w reżyserii Stephena Sommersa stanowi bezpośrednią renarrację stworzonej w 1967 r. animacji o tym samym tytule, zawiera wiele elementów innowacyjnych. Wersja aktorska w dużo większym stopniu skupia się na postaciach ludzkich, zwierzęta (tak istotne, dla rozwoju fabuły w filmie animowanym) pełnią tu jedynie role epizodyczne. Główny bohater również przechodzi transformację – w filmie aktorskim pozostaje dzieckiem jedynie przez kilka pierwszych minut, większość przygód przeżywa jako dojrzały mężczyzna. Z tego powodu cała produkcja wydaje się znacznie mniej przystępna dla młodego odbiorcy.

Mimo że *Księga dżungli* nie okazała się wielkim sukcesem kasowym, już dwa lata później – w roku 1996, studio Disney wyprodukowało kolejny film live-action opowiadający historię 101 nakrapianych szczeniaków. Również tym razem twórcy nie zdecydowali się na odtworzenie animacji „klatka po klatce”, stosowali nowe ujęcia, rozwijali poszczególne wątki. Zrezygnowali także z nadawania zwierzętom cech typowo ludzkich (odebrali im zdolność posługiwania się mową). Jedną z bardziej wyraźnych różnic pomiędzy obiema wersjami *101 dalmatyńczyków* jest ich zakończenie, widziane z perspektywy czarnego charakteru. W animacji pojazd Cruelli De Mon, podążający za uciekającymi szczeniakami, wypada z drogi. Antagonistka wychodzi cało z kolizji, ale nie jest już w stanie kontynuować pościgu. W filmie aktorskim natomiast Cruella trafia w ręce policji, jej los jest zatem niejako przesądzony – prawdopodobnie kilka kolejnych lat spędzi za kratkami.

Pracownicy studia Disney potrzebowali kilku lat, by zrozumieć, że tworzenie podobnych renarracji jest w zasadzie pozbawione jakiegokolwiek ryzyka. Odbiorcy, uwikłani w nostalgiczną tęsknotę za dzieciństwem, z radością powitają każdą kolejną produkcję, która będzie przywołać im na myśl obrazy z dawnych lat, tym bardziej gdy w role bohaterów wcielą się ulubieńcy Hollywood [http://m.archiwum.stopklatka.pl/wiadomosci/wydarzenie,1342; Czajka-Kominiarczuk, https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1800194,1,po-co-disney-przerabia-na-filmy-swoje-animacje-sprzed-lat.read].

Prawdziwa „fala remake’ów” zaczęła się dopiero w roku 2010, wraz z premierą *Alicji w Krainie Czarów*. Film Tima Burtona jest niejako kontynuacją wydarzeń przedstawionych blisko 60 lat wcześniej, w disnejowskiej animacji z roku 1951. Tytułowa bohaterka dorosła i zapomniała o tym, że w dzieciństwie odbyła podróż do Krainy Czarów. Teraz ponownie trafia do magicznego świata, by przywrócić mu zaburzoną równowagę. W nowej wersji filmu zaprezentowano wiele nawiązań do pierwowzoru. Pojawiają się te same sceny, m.in. wpadanie do króliczej nory i odwiedziny u Szalonego Kapelusznika. Postacie również wydają się znajome – Biały Królik, Królowa Kier czy Kot z Cheshire, to tylko kilka spośród istot, które wystąpiły w filmie rysunkowym. Kolejnym elementem, łączącym obie produkcje, jest ciągle wspomnianie poprzedniej wizyty Alicji w czarodziej-skiej krainie.

Sama historia jest jednak całkowicie oryginalna i w głównej mierze skupiona na walce dobra ze złem. Alicja na prośbę mieszkańców Krainy Czarów zobowiązuje się obalić Czerwoną Królową, która terroryzuje społeczeństwo. Jednak, by tego dokonać, musi najpierw poznać prawdę o sobie samej.

Innym przykładem filmu aktorskiego, stanowiącego luźną adaptację bajkowej opowieści, jest *Czarownica* z Angeliną Jolie w roli głównej. Choć produkcja w sposób bezpośredni nawiązuje do wydarzeń, które pod postacią animacji zade-

biutowały na szklanym ekranie w roku 1959, różni się znacznie od pierwowzoru. Film z roku 2014 jest bowiem spojrzeniem na historię Śpiącej Królowny z perspektywy czarnego charakteru. W wersji animowanej Diabolina (filmowa Maleficent) jest uosobieniem zła – rzuca na nowo narodzoną królową kłutwę i robi wszystko, by nie została ona złamana. W filmie Stromberga tytułowa Czarownica zostaje przedstawiona w zupełnie innym świetle, a wszystkie jej występki zyskują uzasadnienie. Nie można jednoznacznie stwierdzić, że przynależy ona do kręgu złoczyńców, gdyż mimo wielu wad, posiada również zalety.

Obie wersje *Śpiącej Królowny* opowiadają o tym samym uczuciu, ale w dwóch różnych kontekstach. Disnejowska animacja przedstawia, w sposób nieco naiwny, narodziny miłości od pierwszego wejrzenia. Uczucie, które budzi się pomiędzy rysunkową królową a dzielnym księciem Filipem, jest na tyle potężne, że przełamuje okrutną kłutwę. Twórcy filmu aktorskiego proponują nieco inne zakończenie – Aurora co prawda budzi się ze snu, ale nie za sprawą mężczyzny. Pocałunkiem prawdziwej, matczynej miłości obdarza królową sama Maleficent.

W dorobku filmowym wytwórni The Walt Disney Company pojawiają się również takie produkcje, które niemal „klatka po klatce” odwzorowują fabułę animowanych pierwowzorów. Należy do nich *Piękna i Bestia* w reżyserii Billa Condon. Akcja filmu z roku 2017 pozostaje bez większych zmian – na skutek niefortunnego zbiegu okoliczności piękna dziewczyna z prowincji trafia do magicznego zamczyska, którego panem jest ukryty pod posturą bestii młody książę. Wkrótce okazuje się, że bestialski wygląd nie jest tożsamy z osobowością, a zaczarowany książę wart jest największych poświęceń.

Na pierwszy rzut oka wydaje się, że wersja aktorska nieco przesadnie powtarza obrazy, które trafiły na ekrany kin 26 lat wcześniej. Dublują się nie tylko kadry, ale również piosenki, a nawet fragmenty dialogów. W *Pięknej i Bestii* Billa Condon pojawia się jednak znacznie bardziej rozbudowany wstęp (nowe wątki dotyczą m.in. matki głównej bohaterki oraz relacji łączących księcia z jego rodzicami). Dopracowano także rys charakterologiczny poszczególnych postaci. (Za sprawą Emmy Watson „oryginalna Bella” z istoty cichej i delikatnej przemienia się w dziewczynę temperamentną i niezależną.)

Autorka jednej z recenzji dostępnych na portalu Filmweb.pl podsumowuje całą produkcję słowami: „Dzięki nowej – bardziej efektownej i bardziej widowiskowej formie – jedna z najpiękniejszych bajek Disneya ma szansę zdobyć miłość kolejnego pokolenia widzów. A dzięki opowiadaniu jej wciąż od nowa ma szansę stać się nieśmiertelna” [Kostrzewa, <https://www.filmweb.pl/reviews/recenzja-filmu-Pi%C4%99kna+i+Bestia-19887>]. Czy rzeczywiście takie było założenie twórców? Co o filmowych renarracjach sądzą ich odbiorcy?

Przedmiot, cel i metoda badań

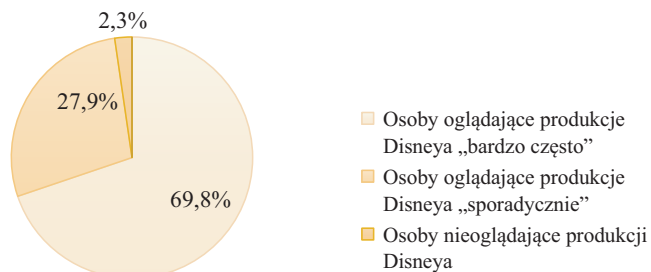
Aby zbadać opinie na temat nowego kierunku rozwoju disneyowskiej wytwórni, przeprowadzono w Internecie anonimową ankietę. Tego typu badanie, jak pisał Mieczysław Łobocki, opiera się na pytaniach otwartych (z wolnym miejscem na wpisywanie odpowiedzi) lub zamkniętych (spośród podanych odpowiedzi badany ma wybrać tę, którą uważa za prawdziwą) [Łobocki, <http://dlibra.umcs.lublin.pl/dlibra/plain-content?id=4555>]. Ankieta, której wyniki posłużyły jako materiał badawczy, pomocny w ustaleniu związku pomiędzy aktorskimi wersjami animacji Disneya a nurtem nostalgicznym w kinematografii, miała formę pytań zamkniętych i została przeprowadzona za pomocą aplikacji Messenger. Pytania postawione w kwestionariuszu miały na celu wykazać stosunek osób różniących się płcią, wiekiem i miejscem zamieszkania do disneyowskich produkcji live-action. Część właściwa kwestionariusza obejmowała 8 pytań jednokrotnego wyboru. Zadaniem respondentów było wskazanie tych odpowiedzi, które najlepiej ilustrują ich doświadczenia z produktami wytwórni The Walt Disney Company, funkcjonującymi w społecznym obiegu jako aktorskie wersje znanych animacji.

Niezbędne dane społeczno-demograficzne zostały zebrane za pomocą tzw. „metryczki” (4 pytania stanowiące wstęp do kwestionariusza ankiety). Udział w ankiecie wzięło w sumie 86 osób, w tym – 54 kobiety (62,8%) oraz 32 mężczyźni (37,2%). Ponad 75% ankietowanych (65 os.) znalazło się w przedziale wiekowym 18–24, 12 – wybrało opcję „25–40”, 6 – okazało się niepełnoletnich, a tylko trójka spośród wszystkich udzielających odpowiedzi przekroczyła 40 rok życia. Najlicniejszą grupę uczestników (41,9%) stanowili studenci, najmniej liczną (2,3%) – osoby o wykształceniu zawodowym. Niemal 39% respondentów mieszka na obszarach wiejskich, nieco mniej, bo ok. 35% – w miastach do 100 tys. mieszkańców. 18 ankietowanych jako miejsce zamieszkania wskazało miasto powyżej 250 tys. mieszkańców.

Aktorskie wersje animacji Disneya w opinii odbiorców – wyniki badań ankietowych

Na pytanie pierwsze – „Czy jako dziecko, oglądał Pan/oglądała Pani filmy animowane wytwórni The Walt Disney Company?”, tylko 2 osoby udzieliły odpowiedzi przeczącej. Niemal 70% badanych wybrało opcję: „tak, bardzo często”, a niecałe 28% – „tak, sporadycznie”. Uzyskane wyniki świadczą o wysokiej pozycji firmy, która mimo upływu lat, wciąż wiedzie prym na rynku przekazów medialnych, kierowanych do młodych odbiorców. Wskazują także, że produkcje

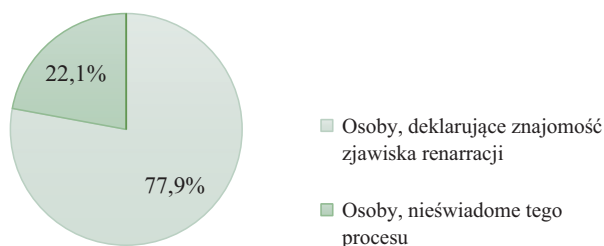
sygnowane logo „Disney” są powszechnie dostępne – mogą z nich korzystać osoby o zróżnicowanym statusie społeczno-ekonomicznym.



Wykres 1. Dziecięce preferencje filmowe – oglądalność produkcji The Walt Disney Company

Źródło: opracowanie własne.

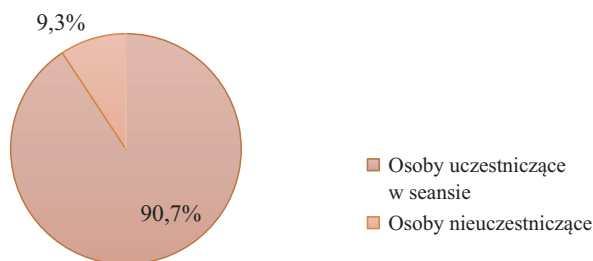
Pytanie drugie: „Czy znane jest Panu/Pani zjawisko tworzenia filmów aktorskich na podstawie animacji?” – dotyczyło wiedzy ogólnej na temat powstawania produkcji live-action. Prawie 78% ankietowanych zadeklarowało, że praktyka ta jest im dobrze znana, zaś nieco ponad 22% – albo się z nią nie zetknęło, albo nie miało świadomości, że dany film posiada animowany pierwowzór.



Wykres 2. Popularność zjawiska renarracji disnejowskich animacji

Źródło: opracowanie własne.

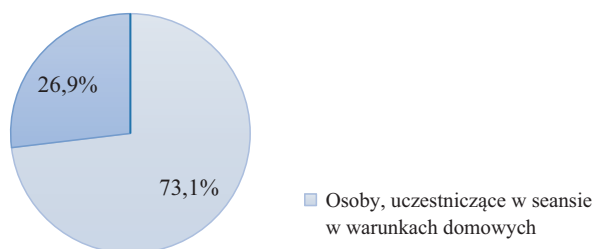
W ankiecie zawarto także pytanie, które miało za zadanie wykazać, jak wiele osób uczestniczyło w seansie filmu aktorskiego, opartego na animacji Disneya. Odpowiedź pozytywna padła w niemal 91% przypadków. Pozostali respondenci – ci, którzy nie mieli okazji obejrzeć żadnej z disnejowskich produkcji live-action (9,3%), zostali poproszeni o zakończenie udziału w badaniu, z tego względu do dalszej jego części przystąpiło 78 osób.



Wykres 3. Uczestnictwo w seansie filmu aktorskiego, opartego na animacji wytwórni The Walt Disney Company

Źródło: opracowanie własne.

W pytaniu czwartym głębszej analizie poddane zostały okoliczności wspomnianego wyżej seansu. Najwięcej (57) ankietowanych zadeklarowało, że oglądało film w warunkach domowych – za pośrednictwem komputera lub telewizora. Znacznie mniejsza grupa (21 osób) wybrała się do kina. (Zaobserwowana tu rozbieżność może mieć związek z rosnącą popularnością platform streamingowych, które oferując bogatą kolekcję filmów i seriali za stosunkowo niską cenę, stanowią dla kin tradycyjnych coraz większą konkurencję.)

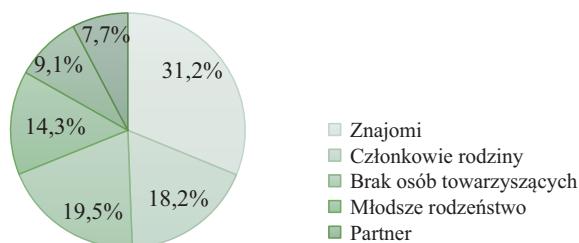


Wykres 4. Preferencje dotyczące miejsca seansu

Źródło: opracowanie własne.

Następne pytanie dotyczyło warunków uczestnictwa w seansie – wymagało ono wskazania, czy była to aktywność indywidualna czy grupowa. Zdecydowana większość badanych (31,2%) oglądała film w towarzystwie znajomych w tym samym wieku. Dużą popularnością cieszyły się także odpowiedzi: „razem z młodszym rodzeństwem” (14,3%) i „wspólnie z innymi członkami rodziny” (18,2%). Na samotną projekcję zdecydowało się jedynie 19,5% ankietowanych, 9,1% badanych zdecydowało się na seans w towarzystwie partnera, zaś 7,7% wybrało opcję „kilka z powyższych”. Biorąc pod uwagę otrzymane wyniki, można wysnuć wnio-

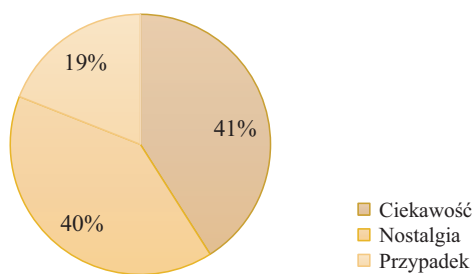
sek, że produkty marki Disney pełnią niejako funkcję integracyjną i więziotwórczą – stanowią tło, a czasem również przyczynę spotkań towarzyskich. Ponadto filmy te stanowią rodzaj „produktu familijnego”, inaczej międzygeneracyjnego – ich adresatem stają się kolejne pokolenia odbiorców, co z kolei gwarantuje twórcom sukces komercyjny.



Wykres 5. Warunki uczestnictwa w seansie – osoby współuczestniczące

Źródło: opracowanie własne.

Pytanie szóste służyło ustaleniu: z jakiego powodu respondenci zdecydowali się na wybór filmu live-action oraz czy, zdaniem respondentów, istnieją cechy wyróżniające te filmy na tle innych produkcji. Najwięcej, bo 41% udzielających odpowiedzi opowiedziało się za wariantem „ciekawość”, a niewiele mniej, bo niemal 40%, wybrało opcję – „nostalgia (tęsknota za czasami dzieciństwa)”. Tylko w 19% zdecydował los/przypadek. Na poniższym wykresie widać wyraźnie, że w większości deklaracji wybór filmu był działaniem celowym.



Wykres 6. Motywy wyboru produkcji wytwórni The Walt Disney Company

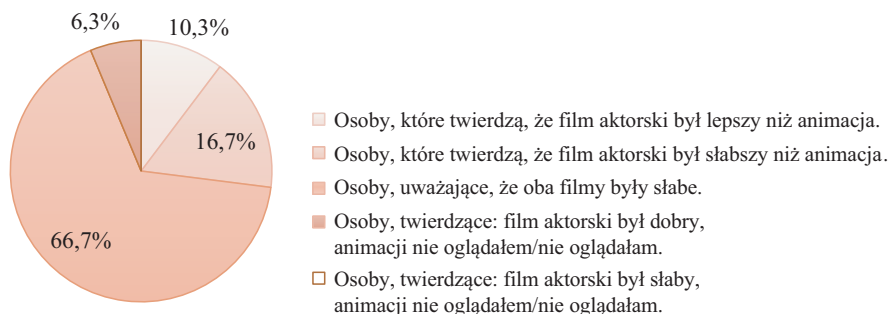
Źródło: opracowanie własne.

Disnejowskie produkcje trafiają do ogromnej rzeszy odbiorców z różnych zakątków świata, nie wszyscy jednak witają zmiany w polityce wytwórni z entuzjazmem. Spora część widzów zarzuca twórcom pogoń za zyskiem, kosztem oryginalności. Przemysław Dobrzyński z serwisu Rozrywka.blog twierdzi: „Moż-

na odnieść wrażenie, że firma w ogóle zaprzestała jakiegokolwiek kreatywnego myślenia i zamieniła się w kogoś na styku księgowego i maklera giełdowego, którego zadaniem jest wykupywać mocne aktywa i zarabiać na ich pomysłach” [Dobrzyński, <https://www.spidersweb.pl/rozrywka/2019/07/18/disney-aktorskie-adaptacje-filmow-sa-niepotrzebne/>]. Czy rzeczywiście wykorzystanie cyfrowych technologii psuje jakość znanych opowieści, a może wręcz przeciwnie – nadaje im „nowe życie” i stanowi odpowiedź na zmieniające się gusta filmowej publiczności?

Odpowiedzi na powyższe pytania można szukać w podpunkcie siódmym, dotyczącym refleksji towarzyszących ankietowanym po zakończonym seansie. Spośród wszystkich badanych 52 osoby, a więc niemal 67% uważa, że zarówno wersja animowana, jak i aktorska zostały dobrze wykonane. Dla kontrastu – odpowiedź sugerująca, że oba filmy były nieudane, nie pojawia się ani razu. Pozostali opowiadają się za następującymi stwierdzeniami:

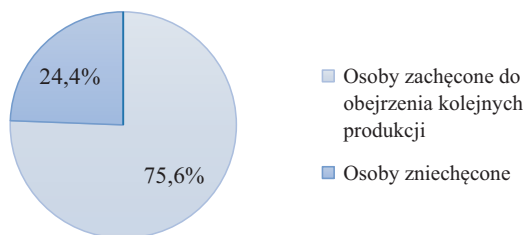
- a) film aktorski był słabszy niż animacja – 14 osób (17,9%),
- b) film aktorski był lepszy niż animacja – 7 osób (9%),
- c) film aktorski był dobry, animacji nie oglądałem/nie oglądałam – 5 osób (6,4%).



Wykres 7. Refleksje towarzyszące ankietowanym po seansie filmu live-action

Źródło: opracowanie własne.

Ostatni punkt kwestionariusza dotyczył przewidywania przyszłych zachowań konsumenckich. Na pytanie: „Czy obejrzany film zachęcił Pana/Panią do innych tego typu produkcji?” ponad 75% badanych odpowiedziało twierdząco. Wyniki ankiety potwierdzają więc, że dzięki aktorskim wersjom kultowych animacji Disney poszerza krąg swoich odbiorców. Filmy te nie „odbierają widzów” przekazom bajkowym, a wręcz przeciwnie – mogą wywołać potrzebę sięgnięcia po pierwowzór.



Wykres 8. Przewidywania przyszłych zachowań konsumenckich

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Niewątpliwie aktorskie realizacje klasycznych filmów animowanych wyprodukowanych w studiu Disneya stanowią fenomen współczesnej popkultury. Rozwój technologii stwarza sprzyjające warunki dla produkcji z udziałem „żywych” aktorów wspomaganymi efektami CGI (*computer-generated imagery*). Jak można przypuszczać – w najbliższych latach będzie powstawać coraz więcej filmów „live-action”. Tym bardziej że czerpiąc z „podwójnej widowni” (dzieci i ich rodzice), przynoszą wytwórni duże zyski.

Na podstawie wyników przeprowadzonej ankiety, można wysnuć hipotezę o silnej, ugruntowanej pozycji wytwórni The Walt Disney Company na globalnym rynku medialnym. Niemal każda osoba udzielająca odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu miała w przeszłości styczność z produktami tej marki, a wielu zadeklarowało, że sięgnie po nie po raz kolejny. Ankieta uwidoczniła również duży wpływ nostalgii na preferencje filmowe, a co za tym idzie – na zachowania konsumenckie ankietowanych.

Bibliografia

- Aktorskie wersje bajek – Disney i jego nowa żyła złota*, <http://m.archiwum.stopklatka.pl/wiadomosci/wydarzenie,1342> [dostęp: 6.09.2020].
- Czaja D., 23.10.2007, *To co było, widzimy bez bólu*, „Tygodnik Powszechny” [dodatek], <https://www.tygodnikpowszechny.pl/to-co-bylo-widzimy-bez-bolu-138386> [dostęp: 23.09.2020].
- Czajka-Kominiarczuk K., *Po co Disney przerabia na filmy swoje animacje sprzed lat?* <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1800194,1,po-co-disney-przerabia-na-filmy-swoje-animacje-sprzed-lat.read> [dostęp: 6.09.2020].

- Dobrzyński P., *Nie tak powinien wyglądać krąg życia animacji. Disney był oazą kreatywności, dziś żeruje na nostalgii*<https://www.spidersweb.pl/rozrywka/2019/07/18/disney-aktorskieadaptacje-filmow-sa-niepotrzebne/> [dostęp: 04.09.2020].
- Has-Tokarz A., 2014, *The Book for children and young people as an advertising and marketing product (as exemplified by the publishing policy of Egmont Publishers)*, [w:] M. Juda, A. Has-Tokarz, R. Malesa (red.), *Around the book, the library and information. Current state – challenges – perspective. Studies and Esseys*, Lublin.
<https://www.wirtualnemedi.pl/artikul/amazon-najcenniejsza-marka-na-swiecie-wart-200-ml-dolarow-raport-brand-finance-global-500> [dostęp: 23.09.2020].
- Kostrzewa D., *Nieśmiertelni*, <https://www.filmweb.pl/reviews/recenzja-filmu->[dostęp: 23.09.2020].
- Kowalczyk K., 2016, *Baśń w zwierciadle popkultury*, Wrocław.
- Krajewski M., 2005, *Kultury kultury popularnej*, Poznań.
- Łobocki M., *Zastosowanie ankiet i kwestionariuszy w poznawaniu uczniów*, <http://dlibra.umcs.lublin.pl/dlibra/plain-content?id=4555>, [dostęp: 28.09.2020].
- Reynolds S., 2018, *Retromania. Jak kultura popularna żywi się własną przeszłością*, Warszawa [org. *Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past*, London 2011].
- Sitkiewicz P., 2009, *Małe wielkie kino. Film animowany od narodzin do końca okresu klasycznego*, Gdańsk, dostępny online: <https://terytoria.com.pl/576-male-wielkiekino-film-animowany-od-narodzin-do-konca-okresu-klasycznego.html> [dostęp: 4.09.2020].
- Skowera M.G., 2013, *Baśń i baśniowość w kulturze popularnej początku XXI w. Moda – trend – postmodernizm*, Warszawa.
- Skowera M., 2016, *Postmodernistyczny retelling baśni – garść uwag terminologicznych*, „Creatio Fantastica” (Kraków), nr 2 (53), s. 41–56.
- Stachówna G., 2004, *Zorro wiecznie żywy. O filmowych bohaterach powtarzalnych*, [w:] A. Kisielewska (red.), *Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, Kraków.

ANEKS**Załącznik 1. Arkusz ankiety *Aktorskie wersje animacji Disneya w opinii społecznej***

Szanowny Panie/Szanowna Pani!

Poniższa ankieta ma na celu zebranie opinii na temat aktorskich wersji filmów animowanych wytwórni The Walt Disney Company. Badanie jest w pełni anonimowe.

Dziękuję za poświęcony czas!

Płeć *

- Kobieta
- Mężczyzna

Wiek *

- poniżej 18
- 18–24
- 25–40
- powyżej 40

Wykształcenie *

- podstawowe
- zawodowe
- średnie (uczeń)
- średnie
- wyższe (student)
- wyższe

Miejsce zamieszkania *

- Wieś
- Miasto do 100 tys. mieszkańców
- Miasto od 100. do 250 tys. mieszkańców
- Miasto powyżej 250 tys. mieszkańców

1. Czy jako dziecko oglądał Pan/oglądała Pani filmy animowane wytwórni The Walt Disney Company? *

- Tak, bardzo często
- Tak, sporadycznie
- Nie

2. Czy znane jest Panu/Pani zjawisko tworzenia filmów aktorskich na podstawie animacji? *

- Tak
- Nie

3. Czy oglądał Pan/oglądała Pani film aktorski oparty na animacji Disneya? (jeśli zaznaczy Pan/Pani opcję „nie”, proszę o przesłanie ankiety bez udzielania odpowiedzi na pozostałe pytania) *

- Tak
- Nie

4. W jakich okolicznościach oglądał Pan/oglądała Pani tę produkcję? *

- w kinie
- w warunkach domowych – telewizor, laptop
- Inne:

5. Kto towarzyszył Panu/Pani podczas seansu? *

- młodsze rodzeństwo
- dzieci
- znajomi w tym samym wieku
- chłopak/dziewczyna
- członkowie rodziny
- nikt
- Inne:

6. Z jakiego powodu zdecydował się Pan/zdecydowała się Pani na wybór tej produkcji?

- sentyment (nostalgia za czasami dzieciństwa)
- ciekawość
- przypadek
- Inne:

7. Jaka jest Pana/Pani refleksja po obejrzeniu filmu aktorskiego? *

- Film aktorski był lepszy niż animacja.
 - Film aktorski był słabszy niż animacja.
 - Oba filmy były dobre.
 - Oba filmy były słabe.
 - Film aktorski był dobry, animacji nie oglądałem/nie oglądałam.
 - Film aktorski był słaby, animacji nie oglądałem/nie oglądałam.
 - Inne:
8. Czy obejrzany film zachęcił Pana/Panią do innych tego typu produkcji? *
- Tak
 - Nie

***Aktorskie renarracje baśni Disneya. Fenomen nowego(?) kierunku w popkulturze
(badania własne)***

Streszczenie

Głównym celem artykułu była próba uchwycenia fenomenu aktorskich wersji disneyowskich animacji w kinie współczesnym. W części teoretycznej poruszona została kwestia nostalgicznej skłonności do powtórzeń, która charakteryzuje zarówno twórców, jak i odbiorców kultury popularnej. W rozdziale zatytułowanym *Baśniowe renarracje w kulturze popularnej* opisano historię ewolucji baśni, od formy ustnej – do audiowizualnej. Zauważono, jak ogromny wpływ na popularyzację tego gatunku miało studio The Walt Disney Company i jego koncepcja tworzenia filmów live-action.

Dalsza część artykułu zawiera analizę kilku wybranych filmów aktorskich i porównanie ich z animowanym pierwowzorem. Niektóre z nich „klatka po klatce” odwzorowują fabułę oryginału, inne – luźno do niej nawiązują.

Część empiryczną stanowi opracowanie wyników przeprowadzonej ankiety, ilustrującej opinie społeczeństwa na temat nowego kierunku rozwoju studia The Walt Disney Company. Badanie potwierdza związek pomiędzy nostalgią a preferencjami filmowymi ankietowanych. Praca uwidocznia, jak dużą rolę we współczesnym przemyśle filmowym odgrywa powtórzenie. Twórcy pozwalają na intelektualny dialog z odbiorcą, a widzom – daje możliwość powrotu do beztroskich lat dzieciństwa.

Słowa kluczowe

Disney, remake, film aktorski, baśń, nostalgia

Film Re-narration of Disney Fairy Tales. The Phenomenon of a New (?) Direction in Pop Culture (Own Research)

Summary

The main purpose of this article is an attempt to capture the phenomenon of acting versions of Disney animated films in contemporary cinema. The theoretical part of the article refers to the issue of nostalgic tendency to repeating which characterise both creators and pop culture fans. A part of the article titled „Baśniowe renarracje w kulturze popularnej” (Fairy-tale Re-narrations in Popular Culture) describes evolution of fairy tales, from oral to audio-visual form. The massive impact on popularising this genre had The Walt Disney Company and its ideas as well as concept of creating live action films.

The further part of this article contains an analysis of few selected live action films and their comparison with original animated versions. Some of them reflect and copy the plot and story line of the original version where some of them only loosely refer to the original. The empirical part of the article is a summary and analysis of the conducted questionnaire. The survey presents opinions of the respondents on live action films. This research proves correlation between nostalgia and film preferences of the respondents.

The conclusion is that repetition is very important in the contemporary film industry. For the creators it gives a chance for an intellectual dialogue with the viewers while for the recipients it allows bringing back the happy and carefree childhood memories.

Keywords

Disney, remake, live-action film, fairy tales, nostalgia

