

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.12.10>

Michał Grala

ORCID: 0000-0003-1596-063X

Uniwersytet Wrocławski

Strategia promocji filmów *gore*

Rozwój mediów i coraz większa ich segmentacja są ściśle związane z postępowaniem w dziedzinie technologii. Pojawienie się nowych form dystrybucji, spadek cen sprzętu służącego do filmowania czy dostępność narzędzi montażowych sprawiają, że coraz więcej ludzi decyduje się na tworzenie autorskich produkcji. Dzięki temu powstają nie tylko coraz to nowe treści, ale niejako odrodzeniu ulegają często zapomniane i nieco przykurzone gatunki i rodzaje sztuki filmowej. Nowi twórcy z chęcią sięgają po inspirację do przeszłości. Warto w tym kontekście przyjrzeć się strategiom promocji, z których korzystali dystrybutorzy filmów kilka czy kilkanaście lat temu. Wielkie koncerty zatrudniające setki pracowników odpowiedzialnych za marketing i dysponujące milionowymi budżetami na promocję stanowią światową superligę. Interującym zagadnieniem wydają się działania mniejszych podmiotów, zwłaszcza tych na uboczu głównego nurtu. Ich zbadanie pozwoli dostrzec nie tylko aspekty techniczne, ale też pewną dojrzałość gatunku. Miarą sukcesu filmu może być opinia krytyków, nagrody na festiwalach, ale nie da się ukryć, że wszyscy twórcy udostępniający swoje dzieła robią to dla publiczności. Aby dotrzeć do szerokiej publiki, dystrybutorzy sięgają po rozmaite sposoby promowania i nagłaśniania tytułów. Przekonanie widzów, że to właśnie ten film jest wart objerzenia, warunkuje sukces kasowy. Analiza strategii oraz poszczególnych narzędzi promocji pozwoli wyodrębnić dominujące trendy oraz wskazać najpopularniejsze narzędzia. Dzięki temu będzie można spojrzeć na gatunek *gore* nie tylko z punktu widzenia widza, ale i badacza zjawisk komunikacyjnych. Dodatkowo będzie to okazja do przyjrzenia się dominującej konwencji. Oficjalne, ustrukturalizowane narzędzia promocji bazują na dwóch elementach: tytule i plakacie. Są to zarazem elementy klasycznego CI i wydają się dobrym punktem wyjścia dalszej analizy.

Filmy *gore* to odłam kina grozy, horroru.

Branko Mutic definiuje horror jako gatunek filmu, który na tle fantastycznych wydarzeń rozwija motyw strachu jako emocjonalną podstawę poetyckiego obrazu, co należałoby [...] uzupełnić stwierdzeniem, że przeżycie grozy jest zasadą organizującą materiał poetycki oraz podkreśleniem, że efekt grozy w horrorze wynika z konfrontacji widza z symboliczną transgresją szeregu kulturowych tabu¹.

Gore można umiejscowić w warstwie dzieł rozrywkowych, jednak swoją moc czerpie zarazem — jak pozostałe zjawiska tego obszaru — z fundamentalnych odwołań do sfery kulturowych przekroczeń. *Gore* to więc nie tylko strach, ale i przekraczanie tabu związanego z epatowaniem okrucieństwem i przemocą (właściwie ich przetworzeniem — zobrazowaniem). Dzieło traktuje przekroczenie granicy jako swój główny punkt. Tak więc można potraktować to jako element wypełniający definicję przemocy generowanej w celu komercjalizacji produktu, jednocześnie sankcjonowanego, w zasadzie, przez system prawny. Istotne wydaje się pytanie o miejsce, w którym przemoc, czy jej ukazywanie, staje się środkiem artystycznym. Wydaje się, że odpowiedź na to pytanie jest zależna od kilku czynników. Relatywizm wpływający na umiejscowienie tego punktu w szerszej przestrzeni wydaje się nieunikniony. Implikuje to wniosek o braku klarownie wytyczonej granicy. Jednak ujęcie materiału badawczego nawet w niewyraźny zbiór może dać odpowiedź na pytanie o sposoby budowania elementów promocji kina *gore*. Aby przyrzeć się temu zjawisku, należy określić zakres materiału przydatnego do poniższych analiz.

Sam gatunek i jego odłamy narzucają stosunkowo wąskie grono odbiorców. Jego źródła należy szukać w literaturze. Opisywane zjawisko występuje w wielu wypadkach jedynie jako jeden z wątków w książkach o tematyce kryminalnej czy w horrorach. Na internetowych portalach tematycznych wśród polecanych autorów pojawiają się markiz de Sade, Stefan Grabiński, Graham Masterton, James Herbert, Harry Adam Knight, Robert Muster, Guy N. Smith, Maxime Chattam i Eugeniusz Dębski (carpenoetm.pl), a także polscy autorzy zebrani w e-bookowej antologii *Gorefikacje* (2013). Niejasne kryteria wyodrębnienia materiału badawczego oraz rozproszenie podmiotów zajmujących się edycją i dystrybucją skłaniają do odłożenia badań nad problemem w tym aspekcie (literatury) na przyszłość, jako odrębnego opracowania.

Warto zaznaczyć w tym miejscu, że film, jako wytwór popkultury, znalazł szybko bardzo szeroki krąg odbiorców. Kino traktowane jest jako atrakcja wizualna, nawiązująca do najstarszych dziejów kinematografii, kiedy seans komponowano ze scenek przedstawiających rzeczy niezwykle². Sztuka filmowa, w miarę wpływu czasu, uległa rozwarstwieniu, tworząc kino użytkowe i artystyczne. Kino artystyczne, trudniejsze w odbiorze, skierowane zostało do nieco węższej grupy odbiorców o określonej wrażliwości, doświadczeniu i poziomie intelektualnym. Użytkowe, nacechowane homo-

¹ I. Kolasińska, *Kiedy spojrzenie Gorgony budzi upiory: horror filmowy i jego widz*, [w:] *Kino gatunków wczoraj i dziś*, red K. Loska, Kraków 1998, s. 113.

² R. Syska, *Film i przemoc. Sposoby obrazowania przemocy w kinie*, Kraków 2003, s. 93.

genizacją treści i formy, doprowadziło do powstania sztabowych produkcji sensacyjnych, horrorów, które czasami śmieszą, czy taśmowej, radosno-rzewnej produkcji *made in Bollywood*. Nie jest to podział stały i ścisły. Gatunki i produkcje nakładają się na siebie, transformują i dzielą. Pojawiają się i znikają mody, trendy i nisze.

Alicja Helman przypomina, jak bardzo zmieniło się postrzeganie przemocy — nie spełnia już ona funkcji katartycznych, nie wzbudza litości i trwogi, lecz właśnie huraganowy śmiech widzowi. To właśnie ta kultura, promująca bestialstwo i patologie, gloryfikując je, doprowadziła do ich spowszednienia, uczyniła pospolitymi i łatwo dostępnymi. Degradacja śmierci zyskuje także kolejny, tym razem krytyczny wymiar³. Warto również przywołać spostrzeżenie Rafała Syski: „Telewizja i kino gatunków dokonują degradacji śmierci, ułatwiają jej percypowanie, traktowanie w kategoriach widowiska czy reklamy. Przemoc jest nie tylko czymś naturalnym, ale ubrana w szczególnie szafaż staje się zjawiskiem zabawnym”⁴.

Jak pisze Piotr Sawicki, gatunek *gore* wyrósł na gruncie filmu użytkowego (masowego). Widzowie, którzy sięgają po filmy tego gatunku, robią to niejako na własne ryzyko i ze świadomością, że podobny seans pozostawi ich raczej z poczuciem traumy niż owocnie spędzonego czasu. Jest to gatunek wyklęty przez krytykę, która najczęściej reaguje potępieniem i spycha go do kulturowego rynsztoka. Oglądaniu filmów *gore* często towarzyszy świadomość obcowania z zakazanym owocem, niezdrowe podniecenie związane z przekraczaniem obyczajowych i cenzuralnych barier⁵.

Tradycyjniści za pierwszy film *gore* uważają słynne dzieło filmowe surrealistów z początku XX wieku — nakręcony w 1929 roku, pełen symboliki film Luisa Buñuela *Pies andaluzyjski*. Z kolei autorzy opracowania *A History of Gore and Splatter in Cinema*, posługując się kryterium szybkiego rozwoju gatunku w drugiej połowie minionego wieku, za pierwszy film *gore* uznają *Blood Feast* z 1963 roku. Jednoznacznie można określić filmy *gore* jako obrazy, w których głównym elementem jest ukazywanie scen przemocy, tortur, zabójstw i cierpienia. Jak pisze Jerzy Płazewski, w historii filmu lata dziewięćdziesiąte bezspornie opanowało zjawisko inwazji przemocy⁶. Niektórzy twórcy podziałów umieszczają wśród filmów *gore* takie tytuły, jak na przykład *Rambo*, *Szeregowiec Ryan*, *Predator*, a także filmy Mela Gibsona — *Pasję czy Apokalypso*. Nie spełniają one w żadnym wypadku przyjętego wstępnie kryterium przemocy dla przemocy. W szerszym opracowaniu na temat gatunku *gore* Piotr Sawicki wskazuje na przerysowania, po które sięgają twórcy. Podkreśla, że to, co stanowi o gatunku, to sceny realistycznie ukazujące okrucieństwo i śmierć. Licznie ukazane dekapitacje, wnętrzności, sceny morderstw stanowią esencję tego gatunku⁷. Przed Sawickim zagadnieniami dotyczącymi filmów *gore* zajmował się się Andrzej Pitrus. Jego publika-

³ A. Helman, *Podstawy wiedzy o filmie*, Gdańsk 2001, s. 98.

⁴ R. Syska, *op. cit.*, s. 94.

⁵ P. Sawicki, *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*, Wrocław 2011, s. 9.

⁶ J. Płazewski, *Historia filmu*, Warszawa 2001, s. 594.

⁷ P. Sawicki, *op. cit.*, s. 4.

cja *Gore, seks, ciało, psychoanaliza. Pułapka interpretacyjna* stała się zresztą podstawą nakreślenia ram gatunkowych. Píše on, że *gore* różni się od filmów grozy. Klasyczny horror opierał się na efekcie zaskoczenia, tworzeniu atmosfery. Pojawienie się monstrum poprzedzone jest zawsze niepokojącym oczekiwaniem. *Gore* rezygnuje z tego efektu, odrażające monstra pojawiają się na ekranie na prawach równych innym postaciom, a ich brzydota staje się przedmiotem kontemplacji. Napięcie zostaje zastąpione szokiem fizycznym i obrzydzeniem. Autor dodaje, że *gore* to nie tylko krwawa jarmarczna rozrywka dla „bandy wykolejeńców”, którzy ekscytują się widokiem wypruwanych flaków⁸.

Gore to przede wszystkim kino wywrotowe, kontestujące nie tylko purytański, filmowy *mainstream*, ale kino ukazujące hipokryzję poprawnego politycznie, ulegającego moralnemu rozkładowi społeczeństwa Zachodu. Często też brutalizm nie jest ornamentem filmu, lecz fundamentem scenariusza, a wręcz pretekstem do stworzenia obrazu, w którym scenariusz ten odgrywa drugorzędną rolę. Zjawisko to szczególnie uwidoczniło się wraz z falą nowych horrorów, zwanych *gore* albo *slasherami*. Intryga jest w nich dość prosta, raczej jest to powielanie schematów klasycznych filmów grozy, wzbogaconych o współczesne odniesienia i metody. Wyróżnikiem jest tu natomiast niespotykane w przeszłości nagromadzenie okrucieństwa. Istotne jest jednak nastawienie publiczności. Po latach gier, aluzji, świadomej sztuczności na ekranie, powolnego przełamywania tabu pragnie ona czegoś bardziej realnego, namacalnego. Język kina grozy, oparty na konkretnych chwytach, konkretnej poetyce i sposobie budowania napięcia, stał się przeżytkiem dla nowego, żadnego coraz mocniejszych wrażeń widza, należy więc stworzyć taki język, który się odpowiednio sprzeda. Wchodzi tu więc w grę czynnik kulturowy, wychodzenie naprzeciw potencjalnym oczekiwaniom klienta, by zaprezentować mu towar godny pieniędzy, jakie za niego zapłacił⁹.

Takie ujęcie filmów *gore* dobrze ukazuje łamanie tabu jako proces świadomy. W tym względzie odwołać można się do opisanego wcześniej podziału wskazującego na zyski i straty społeczne wynikające z łamania bądź zachowania tabu. W ujęciu badaczy wzorzec normatywny odrzucany jest ze względu na jego hipokryzję, chronioną tabu. Można więc potraktować ten gatunek filmowy jako emanację przemocy, która przede wszystkim ma za zadanie przekroczyć kolejne granice. Idąc tym tropem, należy podkreślić, że sprzedawany towar eksponuje łamanie tabu jako swoją główną i immanentną cechę. Zadanie postawione przed dystrybutorami jest więc stosunkowo trudne. Z jednej strony należy wypełnić swoistego rodzaju kanon promocji dzieła, z drugiej należy zaszokować widza każdym elementem, gdyż to właśnie stanowi główny magnes dla widzów.

Jako materiał do analizy wybrano sto filmów gatunku *gore*, wyselekcjonowanych i omówionych jako najbardziej reprezentatywne przez Piotra Sawickiego w pracy pod

⁸ A. Pitrus, *Fabryka słów. Gore, seks, ciało, psychoanaliza. Pułapka interpretacyjna*, Siedlce 1992, s. 48.

⁹ B. Surmacz-Dobrowolska, *Przemoc w kinie najnowszym*, 2010, www.artpapier.com.

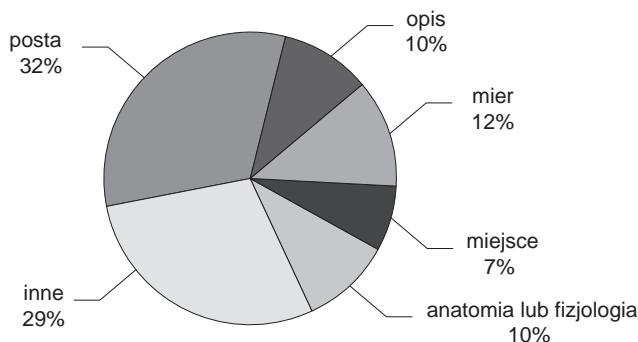
tytułem *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*. Pełna lista analizowanych filmów znajduje się na końcu artykułu. Jak stwierdza autor, dobierając tytuły do opracowania, miał zamiar zróżnicować filmy, dając czytelnikowi szeroki przegląd całości gatunku¹⁰. Mimo że w mojej opinii dobór ten jest dyskusyjny, uznałem go za przydatny na potrzeby tego opracowania. Poza niepopartymi badaniami rankingami i ocenami najczęściej współczesnych produkcji, publikowanymi na stronach internetowych przez miłośników gatunku *gore*, nie ma u Sawickiego jakichkolwiek podziałów czy klasyfikacji opartych na innych niż ocena widza kryteriach. Podjął on próbę wyselekcjonowania filmów *gore* minionego półwiecza, które uznał za najbardziej znane, najbardziej charakterystyczne i najbardziej typowe.

Nadrzędnym celem niniejszego tekstu jest próba rekonstrukcji narzędzi służących do budowania komunikacji w obszarach związanych z promocją *gore*. Niejako na boku pozostaje odniesienie się do cech dystynktywnych gatunku. Wydaje się, że można przyjmując opisane sto filmów i na ich przykładzie analizować zachowania podmiotów dystrybuujących ten specyficzny gatunek. Należy przy tym zauważyć pewnego rodzaju balansowanie na granicy strachu i przemocy. Przemoc ma jednak w tym przypadku charakter funkcjonalny i ma prowadzić do strachu. Pamiętając o tym, należy skupić się na emanacjach przemocy, rozpatrując je jako kulturowe znaczniki tabu.

Analizę oparto na stronie wizualnej i tekstowej. Jako materiał do analizy strony graficznej posłużyły towarzyszące filmom plakaty lub okładki płyt DVD. Analiza tekstowa obejmuje wszystkie tytuły filmów wymienione w opracowaniu Sawickiego. Są to tytuły dystrybucji krajowych, które często różnią się znacznie od oryginalnych. Można zaryzykować stwierdzenie, że nieścisłość tłumaczeń nie wynika ze złej woli tłumacza, braku znajomości języka czy przyczyn niezależnych. Polskie tytuły w znacznej mierze kreowane są przez dystrybutorów na potrzeby promocji. Można więc powiedzieć, że tytuł staje się pierwszym nośnikiem komunikacji. Trudno w takim wypadku posłużyć się w analizie instrumentami onomastyki. Znaczne przetworzenie tłumaczeń, trudne do określenia pochodzenie nazw oryginalnych (tylko jeden film jest polskiej produkcji) skłaniają do innego rozwiązania. W ramach próby analizy dokonano kategoryzacji tytułów, co pozwoliło naszkicować istniejące trendy. Sto tytułów podzielono na kategorie, które w ten czy inny sposób odnoszą się do konwencji.

Tytuły odnoszące się do czynności fizycznych i schorzeń, a także ogólnie rozumianej anatomii stanowią 10%. Są wśród nich takie tytuły, jak na przykład: *Choroba kości*, *Martwica mózgu*, *Kot w głowie*, *Pod moją skórą*. W tym przypadku do promocji obrazu filmowego wykorzystane zostało silne tabu dotyczące fizjologii i chorób. Można więc powiedzieć, że twórcom, promotorom i dystrybutorom nie wystarczy przekraczanie tabu dotyczącego przemocy. Dodatkowo sięgają oni po inne objęte społecznymi sankcjami obszary. Skłania to do stwierdzenia, że tabu staje się

¹⁰ P. Sawicki, *op. cit.*, s. 17.



Wykres. 1. Kategoryzacja polskich tytułów filmów gore omówionych przez P. Sawickiego w pracy *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*

Źródło: opracowanie własne.

atrakcyjne, a im więcej zakazów zostanie złamanych, tym lepiej. Być może podstawowym problemem, jaki należy rozważyć, jest publiczność, a więc grupa, do której skierowane są obrazy. Nie powstały do tej pory badania zmierzające do ustalenia powodów sięgania po filmy *gore*. Wszelkie rozważania są raczej próbą interpretacji zjawiska niż opartymi na badaniach wnioskami. Można więc założyć, że kategoria ta opiera się na sprzedawaniu przemocy w oparciu o inne tabu, tak by zwielokrotnić efekt. Kolejna kategoria tytułów (7%) odnosi się do treści filmu i miejsca jego akcji. Wiele spośród nazw tych miejsc ma negatywne zabarwienie emocjonalne, na przykład *Cmentarz*, *Dom tysiąca trupów*, *Wzgórza mają oczy*. Często rzeczownikowi towarzyszy przymiotnik, dzięki któremu wyraźnie widać próbę nadania całości charakteru zła, tajemniczości lub strachu. Wydaje się, że komunikacyjnie tytuły te słabiej wpisują się w tendencję łamania tabu, przekraczania granic. W tym przypadku raczej dominującą rolę odgrywają strach i niepokój. Tak więc dystrybutorzy sięgają po narzędzia, które, operując grozą, sytuują obrazy te w gatunku horroru. Idąc tym tropem, odkrywamy, że przemoc jest czynnikiem generującym strach. Operowanie tytułami ze słowem „śmierć” jest zabiegiem mniej popularnym, niż mogłoby się wydawać (12%). Warto zaznaczyć, że w kategorii tej znajdują się filmy, których tytuły odwołują się do nazw miejsc, jednak miejsca te ewidentnie konotują śmierć lub jej odmiany. Przywołać w tym miejscu można też wcześniej opisywaną kategorię anatomii lub fizjologii. Śmierć bezwzględnie jest objęta społecznymi zakazami i wszelkie jej formy zwykle są tabuizowane. W tym przypadku również dochodzi do nałożenia się dwóch obszarów. Przemoc prowadząca do śmierci jest jej skrajną formą. Tabu więc działa tu z podwójną siłą. Dodatkowo komunikowanie o śmierci na tym etapie ma zachęcić fanów gatunku, wskazując im te filmy, które najsilniej ingerują w tabu. W takim układzie komunikacja mówi nie tylko o przemocy poprzez gatunek, ale pokazuje jej skrajną wersję, łącząc ją ze śmiertelnością. Ukazują to tytuły takie, jak na przykład: *Czy zabiłbyś dziecko?*, *Oblicza śmierci*, *Król śmierci*, *Martwe zło*. Wy-

daje się, że nie można pominąć aspektu budowania grozy, jednak przyjąć można, że odgrywa on wtórną rolę wobec pierwszoplanowego ukazania siły łamania tabu. Groza bowiem wynika właśnie z tabu, nie zaś z przesłanek natury obiektywnej. Nie ma przecież racjonalnego powodu, dla którego należy bać się zwłok. Twórcy i dystrybutorzy gatunku *gore* posługują się jednak innym określeniem zwłok. W tytułach tej kategorii pojawiają się takie określenia, jak trup czy zombie. Mają one, jak się wydaje, budzić grozę, przyciągać zapowiedzią śmierci na ekranie, obiecywać silne emocje. Z tytułami przyjmującymi formę opisu (10%) wiąże się z kolei rola funkcjonalna. Stanowią one czasami streszczenie lub opis filmu. Trudno jednoznacznie zdefiniować tę kategorię, jeśli nie obejrzy się wcześniej filmu. Tym sposobem może ona nabrać znaczenia dopiero po obcowaniu z dziełem. Tytuły z tej kategorii odnoszą się do czynności lub czasu i przestrzeni, na przykład: *O północy porwę twą duszę*, *Teksańska masakra piłą mechaniczną*, *Noc żywych trupów*. Trudno jednoznacznie zdefiniować ich komunikacyjną funkcję w strategii dystrybutora. Najszerzej reprezentowana kategoria (32%) zawiera postacie, które są najczęściej negatywnymi bohaterami filmów. W pierwszej grupie możliwego podziału występują więc postacie, które opisane są jedynie imieniem, na przykład Blob lub Ichi. W drugiej grupie znajdują się opisy mówiące o funkcji postaci, takie jak *Toksyczny mściciel*, *Nowojorski rozpruwacz*. Postacie stanowią główny element fabuły. Co ciekawe, są to często bohaterowie negatywni, na przykład: *Diabeł*, *Maniak*, *Nekromantic*, *Wysłannik piekieł*. Strategia ta odwołuje się do atrakcyjnych dla publiczności negatywnych wzorców. Inne (29%) to tytuły niepasujące do żadnej z powyższych kategorii. Przykładami są takie tytuły, jak: *Coś*, *Po godzinach*, *Potomstwo*, *Wiklinowy koszyk*. Na podstawie danych można stwierdzić, że ponad 70% materiału udaje się skategoryzować. Stanowi to znaczną część i można przyjąć, że w obszarze tym istnieje silne skonwencjonalizowanie.

W analizie warstwy wizualnej działań promujących filmy *gore* można posłużyć się opinią z literatury przedmiotu, która mówi, że wszystkie przedstawienia wizualne zostały w jakiś sposób wykonane, a okoliczności ich przedstawienia wpływają na wywierany przez nie skutek. Tak więc synergiczne oddziaływanie elementów tworzących obraz komunikacyjny znajduje się pod wpływem społecznego odbioru całej kategorii¹¹. Dzięki analizie i takiemu ujęciu można było sporządzić kategorie, które zarysowują rodzaj strategii komunikacji kina *gore*. Jako że stają się one nośnikiem informacji graficznej, wydaje się, że podstawowym problemem jest analiza konwencji, która będzie tu dominująca. Duży zbiór danych pozwala odtworzyć ciekawe zależności. Wybrane przez Piotra Sawickiego filmy produkowane i dystrybuowane były na przestrzeni czterdziestu pięciu lat. Powstaje więc pytanie o zmiany w tym procesie. W związku z tym, że wzorce normatywne odnoszą się do kultury lokującej się w określonym czasie, należy uwzględnić ten faktor jako istotny i jednocześnie zadać

¹¹ G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Warszawa 2010, s. 34.

sobie pytanie, czy stał się on dominujący. Ponieważ tabu zmieniało się wielokrotnie, osłabiając lub wzmacniając swoje oddziaływanie, należy przyjąć punkt obserwatora współczesnego, który ma dostęp do tych twórców kultury.

We współczesnym świecie globalna sieć pozwala szybko odnaleźć i obejrzieć praktycznie dowolny obraz. Co za tym idzie, często oficjalna dystrybucja powielana jest przez potocznie rozumiany drugi obieg. Ważne są jednak w tym wypadku materiały, które tworzone były systemowo. Tak więc materiałem badawczym stały się plakat lub w wypadku braku jego funkcjonowania okładka kasety VHS czy płyty DVD. Wydaje się, że opierają się one na prostym połączeniu kilku podstawowych czynników. Można zaryzykować stwierdzenie, że wywoływanie strachu dominuje nad epatowaniem przemocą. Komunikacyjne aspekty szerszej analizy są niemożliwe do uchwycenia z powodu ulotności (ewentualne towarzyszące imprezy promocyjne) lub czasu (zniszczenie niezarchiwizowanej części materiałów).

Analizie wizualnej występujących motywów graficznych poddano plakaty i okładki płyt DVD (w dwóch przypadkach, w których dystrybutor nie zdecydował się na plakat) wszystkich omawianych filmów *gore*. Motywy plastyczne podzielono na kategorie: krew, deformacje postaci/twarzy, mroczne krajobrazy, narzędzia, złe twarze, strach, nagość, zęby. Proporcjonalność ich występowania w badanym materiale ukazuje wykres 2.

Analizie poddano sto plakatów, jednak procentowe wyróżnienie najczęściej występujących motywów jest niemożliwe. Analizowane plakaty posługują się motywami nakładającymi się, w związku z tym wyniki tego badania to liczby obrazujące częstotliwość użycia danego motywu.

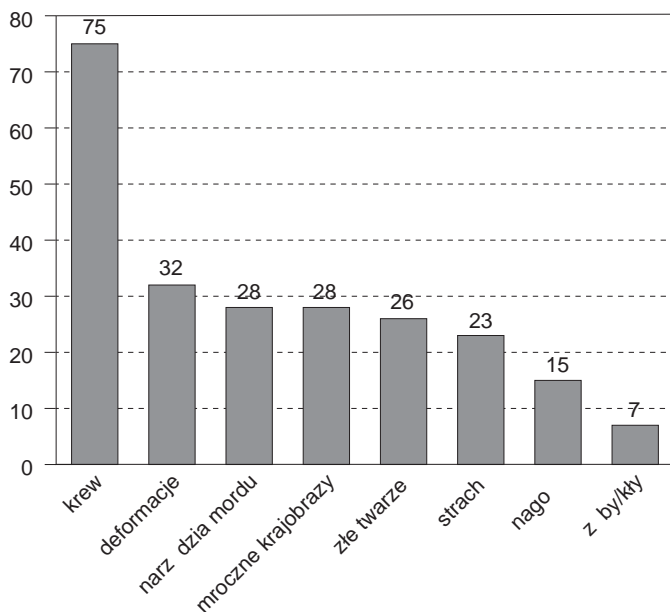
W odniesieniu do osiągnięć sztuki wizualnej, zwłaszcza sztuki plakatu, omawiane przedstawienia posługują się najprostszymi środkami wyrazu. Dominuje krew, przerażające postacie, deformacje twarzy i ciała, narzędzia zbrodni. Istotą, jak się wydaje, jest dotarcie do widza o określonych oczekiwaniach. Prostą, komiksową, niewymagającą wysiłku umysłowego metodą przekazują nastrój filmów, a czasami nawet ich treść. Bardzo rzadko autorzy plakatów posługują się metaforą, poetyką obrazu, symboliką czy skrótem myślowym. Przykładem posługującym się tymi ambitnymi środkami wyrazu może być plakat do filmu *Diabeł* Andrzeja Żuławskiego.

Schematyzm, uproszczenia, swoista homogenizacja przekazu to jednak reguły zastosowane w wypadku środków wyrazu plastycznego.

Podsumowując, należy stwierdzić, że strategia promocji w omawianym obszarze opiera się na eksponowaniu elementów piętnowanych społecznie. Jak pisze Marek Haltof, źródłem odbiorczej perwersyjnej przyjemności staje się zatem eksploracja rozległego, rozciągającego się na antypodach naszego racjonalnego świata, obszaru zaanektowanego przez wszystko to, co nieznanne, obce, budzące niepokój, przekraczające granice¹². Zwłaszcza w odniesieniu do przywołanych teorii celowe, bardzo

¹² M. Haltof, *Kino łęków*, Kielce 1992, s. 10.

[w %]



Wykres 2. Zestawienie motywów plastycznych wykorzystanych na plakatach i okładkach płyt DVD filmów *gore* omówionych przez P. Sawickiego w pracy *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*

Źródło: opracowanie własne.

częste łamanie tabu nie może być przypadkowe. Należy odnieść to do bilansu zysków i strat. Potencjalna stygmatyzacja, ostracyzm stanowiąc mogą problem w kontekście zawężania widowni. Z drugiej strony przekraczanie granicy, próbowanie tego, co dla innych jest odrażające, brudne i złe, zyskuje powab zakazanego owocu.

Spis filmów (na podstawie: P. Sawicki, *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*, Wrocław 2011)

...a jednak żyje

August Underground

Błady strach

Blob zabójca

Buio Omega

Candyman

Choroba kości

Cięcia

Cmentarz

Coś

Czarna przeszłość

Czerwony na śmierć

Czy zabiłbyś dziecko?

Demony

Diabeł

Długa noc

Długa noc 3. Ostatni rozdział

Dom przy cmentarzu

<i>Dom tysiąca trupów</i>	<i>Oblicza śmierci</i>
<i>Dreszcze</i>	<i>Ocean strachu</i>
<i>Dzień umarłych</i>	<i>Osądź sam</i>
<i>Emanuelle i ostatni kanibale</i>	<i>Ostatni dom z lewej</i>
<i>Fantazm</i>	<i>Pasja</i>
<i>Gra wstępna</i>	<i>Piątek trzynastego</i>
<i>Halloween</i>	<i>Pirania</i>
<i>Happy tree friends</i>	<i>Pluję na twój grób</i>
<i>Henry: portret seryjnego mordercy</i>	<i>Po godzinach</i>
<i>Historia Ricky'ego</i>	<i>Pod moją skórą</i>
<i>Hotel siedmiu bram</i>	<i>Potomstwo</i>
<i>Ichi zabójca</i>	<i>Reanimator</i>
<i>Ilsa. Syberyjska tygrysyca</i>	<i>Sadyzm szoguna</i>
<i>Ilsa. Wilczyca SS</i>	<i>Salo, czyli 120 dni sodomy</i>
<i>Kanibalistyczny holocaust</i>	<i>Samobójstwo</i>
<i>Kawałki</i>	<i>Scanners</i>
<i>Koszmar z ulicy więzów</i>	<i>Schramm</i>
<i>Kot w głowie</i>	<i>Syndrom eboli</i>
<i>Król śmierci</i>	<i>Szczury</i>
<i>Królik doświadczalny</i>	<i>Szok pourazowy</i>
<i>Królik doświadczalny 2</i>	<i>Śmiertelna pułapka</i>
<i>Krwawe święto</i>	<i>Świt umarłych</i>
<i>Krwiożercze dziwolągi</i>	<i>Tedsuo — człowiek z żelaza</i>
<i>Ludzie zza słońca</i>	<i>Teksańska masakra piłą łańcuchową</i>
<i>Maniak</i>	<i>Teksańska masakra piłą mechaniczną</i>
<i>Martin</i>	<i>Tenebrae</i>
<i>Martwe zło</i>	<i>Toksyczny mściciel</i>
<i>Martwica mózgu</i>	<i>Videodrom</i>
<i>Martys. Skazany</i>	<i>Violent Shit</i>
<i>Miasto żywych trupów</i>	<i>Wiklinowy koszyk</i>
<i>Mucha</i>	<i>Wolf Creek</i>
<i>Naga krew</i>	<i>Wysłannik piekieł</i>
<i>Najście</i>	<i>Wysłannik piekieł 2</i>
<i>Nekrofiles</i>	<i>Wyspa śmierci</i>
<i>Nekromantic</i>	<i>Wzgórza mają oczy</i>
<i>Nekromantic 2</i>	<i>Zapomniany świat kanibali</i>
<i>Nieodwracalne</i>	<i>Zemsta żywych trupów</i>
<i>Noc żywych trupów</i>	<i>Zły smak</i>
<i>Noc żywych trupów (remake)</i>	<i>Zombie 2</i>
<i>Nowojorski rozpruwacz</i>	<i>Zombie Holocaust</i>
<i>O północy porwę twą duszę</i>	<i>Żywe tarcze</i>

Bibliografia

Haltof M., *Kino łęków*, Kielce 1992.

Helman A., *Podstawy wiedzy o filmie*, Gdańsk 2001.

Kolasińska I., *Kiedy spojrzenie Gorgony budzi upiory: horror filmowy i jego widz*, [w:] *Kino gatunków wczoraj i dziś*, red K. Loska, Kraków 1998.

Pitrus A., *Fabryka słów. Gore, seks, ciało, psychoanaliza. Pułapka interpretacyjna*, Siedlce 1992.

Płażewski J., *Historia filmu*, Warszawa 2001.

Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Warszawa 2010.

Sawicki P., *Odrażające, brudne, złe. 100 filmów gore*, Wrocław 2011.

Surmacz-Dobrowolska B., *Przemoc w kinie najnowszym*, 2010, www.artpapier.com.

Syska R., *Film i przemoc. Sposoby obrazowania przemocy w kinie*, Kraków 2003.

A strategy for promoting gore movies

Summary

A description of strategic promotional tools used by gore filmmakers and distributors. The analysis is based on titles, posters and other promotional methods designed to attract the viewer. Text and visual elements were analyzed. Based on this, categories were created that became the canvas of quantitative and qualitative analysis. The basis for the selection and development of the material was the gore lexicon of films.

Keywords: promotion strategy, gore movies, viewer acquisition tools, poster and title analysis