

1. Kadr z filmu interaktywnego *Kinoautomat. Człowiek i jego dom*, reż. J. Roháč, R. Činčera, V. Svitáček, Czechosłowacja 1967; Národní filmový archiv. Fot. za: <https://nfa.cz/cs/25815-kinoautomat-clovek-a-jeho-dum> (data dostępu: 15.03.2024)

Znaczenie interaktywności i dokumentalistyki w ofercie platformy Netflix

Paweł Sołodki

Uniwersytet Łódzki

Przez cały XX w. filmowa dokumentalistyka rozpowszechniana była przede wszystkim w ramach repertuarowych pokazów kinowych, przeglądów, festiwali i nieoficjalnych projekcji oraz w telewizji linearnej. Wkroczenie mediów audiowizualnych – w formie nośników magnetycznych i cyfrowych – do domów znacząco przybliżyło widzom dokumentalistykę, ale nie na tyle, by zauważalnie zmienił się jej status jako niszowego rodzaju filmowego. Dopiero nowe tysiąclecie oraz szereg przemian technologicznych i instytucjonalnych umożliwiły jej popularyzację na niewyobrażalną wcześniej skalę. Twórcy dokumentów – już przedtem dość różnorodnych – zaczęli jeszcze bardziej eksperymentować z ich granicami: produkcje takie mogły odtąd trwać od kilkudziesięciu sekund do wielu godzin, swobodnie łączyć się z innymi rodzajami filmowymi (np. kinem fabularnym lub eksperymentalnym) czy gatunkami (np. film historyczny, komedia, horror), strukturami narracyjnymi (np. hipertekstowe labirynty i kłęza, bazy danych), mediami (np. gry cyfrowe, multimedialny reportaż), trybami odbioru (np. interaktywne środowiska rozszerzonej rzeczywistości, wielkoekranowe instalacje galeryjne, muzealne ekspozyty), a nawet sposobami pozyskiwania materiału (np. scyfryzowane archiwa, strategie crowdsourcingowe). Budżetowania nie warunkowały już zgody decydentów ze studiów filmowych, instytucji kultury czy stacji telewizyjnych: uniwersyteckie *media labs*, małe niezależne studia czy platformy streamingowe pozwoliły na większą swobodę produkcyjną, przy okazji naznaczając dokumentalistykę specyfiką własnego

obszaru funkcjonowania. Jeszcze nigdy dokumentalizm tak silnie jak dziś nie przenikał całej zmediatyzowanej rzeczywistości i nie był tak otwarty na zmiany w ramach nowych modeli realizacyjno-odbiorczych. Nigdy też w takim stopniu jak obecnie nie wykorzystywał rozwiązań interaktywnych.

Biorąc pod uwagę przekształcenia współczesnej telewizji oraz wyrosłych z niej serwisów streamingowych, wydaje się zasadne zbadanie sposobów, jakimi platforma Netflix – wciąż jedna z najpopularniejszych na świecie i aktywnie zaangażowana w produkcję filmów oraz seriali dokumentalnych – mierzy się zarówno z faktografią, jak i potencjałem rozwiązań interaktywnych, dotąd rozwijanych w ramach m.in. sztuki nowych mediów czy przemysłu growego, a obecnie coraz częściej wykorzystywanych w szerokiej pałecie środków przekazu.

W niniejszym artykule przyjrę się dokumentalnym realizacjom dostępnym na Netflixie, który – zgodnie z moją wiedzą – jako jedyna platforma SVOD (*subscription video on demand*) oferuje produkcje umożliwiające zarówno odbiór bierny, jak i interaktywny. Ponieważ niezbędne będzie wprowadzenie historyczno-teoretyczne, chciałbym w pierwszej części tekstu opisać strategię wykorzystywania interaktywności przez telewizje linearne oraz nielinearne. Druga część, oparta na analizie danych zastanych, dotyczyć będzie roli, jaką dokumentalistyka odgrywa w ofercie Netflix. Ostatnia część zostanie poświęcona analizie tekstualnej dokumentów interaktywnych dostępnych na tej platformie. W artykule sięgam po takie metody badawcze, jak ujęcie historyczne, analiza danych zastanych oraz kognitywna analiza tekstu, a celem jest usystematyzowanie wiedzy na temat funkcji, jaką w procesie konstruowania oferty platformy Netflix pełnią interaktywność i dokumentalistyka: jedna na poziomie technologicznym, druga – gatunkowym. W tekście rozpatruję te obszary łącznie, gdyż są one wyjątkowo atrakcyjnymi, ale też kłopotliwymi elementami oferty medialnej giganta, a uwzględnianie w niej interaktywnej dokumentalistyki *per se* wydaje się szczególnie interesujące z uwagi na podwójne wyzwanie stojące w tym przypadku przed platformą.

Interaktywność w telewizji linearnej i nielinearnej

Tradycyjna telewizja linearna w ciągu dekad ostrożnie podchodziła do kwestii interaktywności. Aby jak najpełniej wykorzystać oferowane przez nią możliwości, musiała poczekać na rozwój transmisji cyfrowej, analogowe systemy przesyłu informacji nie pozwalały bowiem w tym zakresie na wiele. Sharon Marie Ross wyróżniła kilka form interaktywności dostępnych wówczas stacjom telewizyjnym:

1. jawne zaproszenie do działania (*overt invitation*), np. do głosowania w trakcie trwania programu na żywo;
2. organiczne zaproszenie do działania (*organic invitation*), np. do bezpośredniego uczestnictwa lub do dzwonienia w czasie trwania programu na żywo;

3. niejawne zaproszenie do działania (*obscured invitation*), zachęcające widzów do samodzielnego rozwiązywania zagadek, np. w trakcie oglądania programów kryminalnych¹.

Zbigniew Bauer owo ograniczone spektrum możliwości – a także dość wąskie rozumienie interaktywności – oceniał dość negatywnie, wskazując, iż tradycyjna, linearna telewizja raczej symuluje partycypacyjną otwartość niż realnie pozwala widzom na ingerencję w tekst. Pisał wręcz o „interaktywności bez aktywności”:

wszystkie te aspekty strumienia telewizyjnego splatają się w takim sposobie oddziaływania na widza, by swoje symulowane (imitowane) uczestnictwo utożsamiał [on] z interaktywnością².

Badacz, przyglądając się zmianom, jakie na początku XXI w. zaszły wraz z popularyzacją transmisji cyfrowej, zaktualizował typologię Ross i wymienił cztery sposoby, na jakie telewizja może wzbudzać owo wrażenie interaktywności:

1. interaktywność transmisyjną – dokonywanie wyboru z zamkniętego zbioru transmitowanych treści bez możliwości wpływu na nadawcę, np. wybór emitowanego programu;
2. interaktywność konsultacyjną – możliwość złożenia prośby u nadawcy o dostęp do określonych treści, np. o emisję programu na życzenie;
3. interaktywność konwersacyjną – możliwość wymiany komunikatów, np. poprzez newsletter, e-mail, rozmowę telefoniczną;
4. interaktywność rejestracyjną – możliwość wpływania na decyzje produkcyjno-emisyjne nadawcy poprzez rozwinięty system zbierania danych³.

Jak referuje Eggo Müller, zdaniem Marka Andrejevica za owym poszerzonym spektrum możliwości i ogólnym zainteresowaniem stacji telewizyjnych inwestowaniem w programy o rozbudowanym zakresie interaktywności, jak choćby *Big Brother* (1997–) czy *American Idol* (2002–), a także redefiniowaniem relacji między autorami a odbiorcami stoją przede wszystkim względy ekonomiczne:

dzięki kuszeniu widzów wizją współtworzenia programu telewizyjnego lub strony internetowej kreowane są nowe źródła przychodu; użytkownicy płacą za udział w programie lub za dostęp do szyfrowanej transmisji na żywo; [...] udostępniają własne treści bez wynagrodzenia pieniężnego; a za każdym razem, gdy wchodzą w interakcję *online*, generują dane cenne dla ukierunkowanego marketingu i masowej personalizacji⁴.

Dodajmy, że interaktywność w telewizji w swoich różnych formach ma nie tylko sens ekonomiczny, ale też społeczny i kulturowy, będąc dowodem podążania przez stacje telewizyjne z duchem czasu poprzez uatrakcyjnianie i rozbudowywanie oferty oraz rozwijanie – wśród publiczności – nowych umiejętności i oczekiwań w zakresie



¹ Sh. M. Ross, *Beyond the Box: Television and the Internet*, Malden (Massachusetts) 2008, s. 8.

² Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009, s. 188.

³ *Ibidem*, s. 191.

⁴ E. Müller, *Formatted Spaces of Participation: Interactive Television and the Changing Relationship between Production and Consumption*, [w:] *Digital Material: Tracing New Media in Everyday Life and Technology*, ed. M. van den Boomen [et al.], Amsterdam 2009, s. 50. Zob. też M. Andrejevic, *Reality TV: The Work of Being Watched*, Lanham (Maryland) 2004.



⁵ Zob. M. Filiciak, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Gdańsk 2013, s. 191-192.

⁶ Zob. A. Powierska, *Polajkować TV. Telewizja i media społecznościowe*, Kraków 2022, s. 75.

konsumpcji treści. Nie bez znaczenia jest także wymiar technologiczny: część działań interaktywnych nie byłaby możliwa bez wdrożenia nowych rozwiązań, co ponownie odsyła do sfery ekonomicznej, łączącej się z produkcją i nabywaniem najnowszych wersji sprzętu oraz oprogramowania.

Ten szereg splecionych ze sobą zmian sprawia, że niektórzy badacze zamiast o telewizji zaczęli mówić wręcz o posttelewizji, inni zaś wprowadzili termin telewizji nieliniowej, w odróżnieniu od tej dotychczasowej – linearnej⁵. Częścią tego zjawiska jest także pojawienie się platform streamingowych, w tym SVOD jak Netflix. Jeśli telewizja linearna najchętniej realizowała ideę interaktywności w formacie „na żywo”, to SVOD niemal całkowicie porzuca takie treści – a gdy już po nie sięga, to najczęściej udostępniając na platformie to, co emitowane jest równocześnie w paśmie linearnym, tak jak czynią to Canal+, kolejne platformy pod szyldem HBO czy – w bardzo niewielkim zakresie – Netflix. Formaty bazujące na treściach faktograficznych, dziejących się w czasie rzeczywistym, dla których emisja „na żywo” jest istotną częścią doświadczenia odbiorczego – by wymienić choćby programy informacyjne, rozgrywki sportowe oraz widowiska rozrywkowe – zostały porzucone przez wiele platform SVOD i musiały szukać dla siebie kanałów dystrybucyjnych w formie live-streamingu w mediach społecznościowych, np. na YouTube, Instagramie czy Twitchu⁶. Intersujące zatem, iż liczne serwisy SVOD adaptują większość modeli typowych dla klasycznej telewizji, nawet teleturnieje, programy edukacyjne i reklamę, a strategicznie rezygnują z sięgania po programy „na żywo”. One zaś przecież najsilniej, jak unaocznia historia, wykorzystują strategię interakcji z widzami i najmocniej odwołują się do ukazywania „życia na gorąco”. Można zatem odnieść do nich Bauerowskie koncepcje: interaktywności transmisyjnej (w ramach architektury samej platformy) i konwersacyjnej (w ramach działań promocyjnych w mediach społecznościowych). Należy tu dodać, iż interaktywność niezwykle rzadko bywa realizowana w telewizyjnych projektach artystycznych, zarówno fikcjonalnych, jak i dokumentalnych. Nie oznacza to, że tego typu sytuacje zupełnie nie mają miejsca, o czym świadczą takie nieliczne, choć szeroko omawiane projekty telewizyjne, jak czechosłowacki *Kinoautomat. Człowiek i jego dom* (*Kinoautomat: Člověk a jeho dům*, 1967) Radúza Činčery, Jána Roháča i Vladimíra Svitáčka [il. 1] czy amerykański *Timecode* (2000) Mike’a Figgisa. Na propozycje opisywanej tu platformy trzeba było jednak poczekać do drugiej dekady XXI wieku.

Dokumentalistyka na platformie Netflix

Założony jeszcze w 1997 r. Netflix na różne sposoby próbował implementować rozwiązania interaktywne: początkowo funkcjonował jako internetowa wypożyczalnia płyt DVD, a następnie jako firma zajmująca się sprzedażą filmów na płytach optycznych (usługa „Like

it – keep it” wprowadzona w 1998 r.). Stopniowo zakres działalności się rozszerzał: w 1998 r. o stronę internetową, a w 2000 r. o system rekomendacji oparty na formularzu i algorytmie CineMatch. Wobec zauważalnego spadku zainteresowania płytami DVD Netflix w 2007 r. wszedł na rynek mediów streamingowych, czym zainicjował kolejny etap swego rozwoju⁷. W 2013 r. platforma rozpoczęła produkcję własnych *scripted series* (seriali z przygotowanym scenariuszem), spośród których pierwszym był serial *House of Cards* (twórca: Beau Willimon, USA 2013–2018). Pierwsza oryginalna produkcja filmowa typu *unscripted* znalazła się w katalogu Netflix’a nieco wcześniej, za sprawą *Art of Conflict: The Murals of Northern Ireland* (reż. Valeri Vaughn, Irlandia – Wielka Brytania – USA 2012). Natomiast pierwszymi *unscripted series* były *Chef’s Table* (twórca: David Gelb, USA 2015–2019) oraz *Making a Murderer* (reż. Laura Ricciardi, Moira Demos, USA 2015–2018). Za nimi pojawiły się kolejne, ale przełomowy miał okazać się dopiero 2020 r., w którym platforma wyprodukowała takie szeroko komentowane realizacje, jak *Dylemat społeczny* (*The Social Dilemma*, reż. Jeff Orlowski-Yang, USA 2020), *Król tygrysów* (*Tiger King: Murder, Mayhem and Madness*, reż. Eric Goode, Rebecca Chaiklin, USA 2020–2021) czy *Ostatni taniec* (*The Last Dance*, reż. Jason Hehir, USA 2020). W kolejnych zaś latach powstały choćby *Oszust z Tindera* (*The Tinder Swindler*, reż. Felicity Morris, Wielka Brytania 2022) czy *Pamela: Historia miłosna* (*Pamela, a Love Story*, reż. Ryan White, USA – Wielka Brytania 2023). Sara Fischer wskazuje, że m.in. dzięki sukcesowi wymienionych oryginalnych realizacji Netflix’a w 2020 r. produkcje dokumentalne stanowiły najszybciej rozwijający się typ treści spośród platform streamingowych na całym świecie⁸. Już w 2021 r. dokumentalna oferta Netflix’a [il. 2–3] liczyła 479 tytułów (ok. 1/3 wszystkich pozycji dostępnych na platformie), i to z wyłączeniem stand-upów, wywiadów, koncertów, *docu-fiction* i *reality tv*⁹, składając się w 99% z oryginalnych filmów i w 91% z oryginalnych seriali, z wyraźną dominacją USA (68% tytułów) oraz Wielkiej Brytanii (11% tytułów) jako krajów produkcji. Jest to strategia zupełnie odrębna od tej dotyczącej filmów i seriali fabularnych Netflix’a: te zwykle są produkowane na całym świecie we współpracy z innymi podmiotami, co częściowo wynika z zupełnie innej skali finansowania i realizacji, a częściowo z wykorzystywania ugruntowanej infrastruktury, bez ponoszenia dodatkowych kosztów¹⁰.

Netflix, opierając się w tak dużym stopniu na oryginalnych produkcjach, sięga również po logikę *narrowcasting*, czyli tworzenia oferty dla tych widzów, którzy nie odnajdują dla siebie propozycji spośród treści uśrednionych i znormalizowanych, dostosowanych do szerokich mas, i poszukują wyspecjalizowanych. Dlatego w różnorodnej ofercie, obejmującej m.in. liczne gatunki wykształcone w ramach telewizji linearnej, katalog uwzględnia też repertuar artystyczny, autorski – zarówno w obszarze fikcji, jak i dokumentu. Pozwala on dotrzeć do dodatkowej grupy odbiorczej i posługiwać się – jako pro-



⁷ Zob. M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum” 2018, nr 20.

⁸ S. Fischer, *Streamers Chase Current Events*, <https://www.axios.com/streaming-netflix-hulu-amazondocumentaries-2cf09280-35dd-46b1-827d-864a0993eea6.html> (data dostępu: 24.11.2023).

⁹ Zob. C. Iordache, T. Raats, S. Mombaerts, *The Netflix Original Documentary, Explained: Global Investment Patterns in Documentary Films and Series*, „Studies in Documentary Film” 2023, nr 2.

¹⁰ Zob. C. Iordache, E. Livémont, *Imbalances in On-Demand Documentary Offerings: The Case of a Small Media Market: Belgium*, „International Journal of Communication” t. 12 (2018).

ducentowi lub współproducentowi – zdobytymi nagrodami jako narzędziem promocyjnym, a przy okazji prezentować się jako platforma oferująca (przynajmniej w pewnym zakresie) treści prestiżowe. Tezę tę potwierdza obecność w konkursie oscarowym takich tytułów, jak te prezentowane w poniższym zestawieniu:

Tytuł polski	Tytuł oryginalny	Reżyser	Kraj i rok produkcji	Kategoria „Najlepszy [...] film dokumentalny”
<i>Białe Hełmy</i>	<i>The White Helmets</i>	Orlando von Einsiedel, Joanna Natasegara	Wielka Brytania 2016	krótkometrażowy (nagroda)
<i>Ikar</i>	<i>Icarus</i>	Bryan Fogel	USA 2017	pełnometrażowy (nagroda)
<i>Okresowa rewolucja</i>	<i>Period: End of Sentence</i>	Rayka Zehtabchi	USA 2018	krótkometrażowy (nagroda)
<i>Zaprowadź mnie do domu</i>	<i>Lead Me Home</i>	Pedro Kos, Jon Shenk	USA 2021	krótkometrażowy (nominacja)
<i>Niech mnie usłyszają</i>	<i>Audible</i>	Matthew Ogens	USA 2021	krótkometrażowy (nominacja)
<i>Trzy piosenki dla Benazir</i>	<i>Three Songs for Benazir</i>	Elizabeth Mirzaei, Gulistan Mirzaei	Afganistan 2021	krótkometrażowy (nominacja)

Netflix podąża zatem ścieżką podobną do tej, jaką od ponad trzech dekad kroczy HBO Documentary, wspierając cenionych już dziś dokumentalistów i dokumentalistki, jak Nick Broomfield, Alex Gibney czy Lauren Greenfield, i mogąc poszczycić się statuetkami Emmy czy Oscarami.

Dokumenty na Netflixie cechuje też zaskakująca aktualność – by wspomnieć chociażby o wprowadzeniu do dystrybucji filmu *Britney kontra Spears (Britney vs Spears)*, reż. Erin Lee Carr, USA 2021) wkrótce po zniesieniu nakazu ubezwłasnowolnienia, jaki został nałożony na piosenkarkę w 2008 r., czy serii dokumentów o brytyjskiej rodzinie królewskiej na fali rosnącej popularności *The Crown* (twórca: Peter Morgan, Wielka Brytania 2016–2023) – jednego z flagowych seriali platformy, w którego fabule pojawia się postać księżnej Diany. Nie sposób pominąć także filmów dotyczących kontrowersji związanych ze zrzeczeniem się prawa do tronu przez księcia Harry’ego: *Diana: Portret księżnej Walii (Diana Princess of Wales: A Celebration of a Life)*, reż. Alan Byron, Wielka Brytania 2012), *Brytyjscy książęta (Princes of the Palace)*, reż. Alan Byron, Wielka Brytania 2016), *Diana wśród Windsorów (Diana: The Woman Inside)*, reż. Sonia Anderson, Wielka Brytania 2017) czy oryginalnego serialu dokumentalnego *Harry i Meghan (Harry & Meghan)*, reż. Liz Garbus, Erica Sashin, USA 2022). Podobnych tendencji można wskazać więcej. Zalicza się do nich chociażby podejmowanie stałej współpracy z doświadczonymi twórcami, co widać np. w przypadku popularnego showrunnera, reżysera i producenta Ryana Murphy’ego, który dla Netflix’a wyprodukował takie dokumenty, jak *Circus of Books* (reż. Rachel Mason, USA 2019), *Sekretna miłość (A Secret Love)*, reż. Chris Bolan, USA



2. Netflix, menu „Serie dokumentalne”. Fot. za: <https://www.netflix.com/browse/genre/10105> (data dostępu: 15.03.2024)

2020) czy *Pray Away* (reż. Kristine Stolakis, USA 2021) – równoległe ze stworzeniem dla platformy wielu seriali fabularnych, podobnie utrzymanych w tematyce LGBTQ+. Innym regularnym współpracownikiem jest dokumentalista i podróżnik David Attenborough¹¹, autor takich dokumentów (współ)produkowanych przez Netflixa, jak serial *Nasza planeta* (*Our Planet*, twórcy: Alastair Fothergill, Keith Scholey, Wielka Brytania – USA 2019–2023) i *David Attenborough: Życie w kolorze* (*Attenborough's Life in Colour*, reż. Sally Thomson [et al.], Wielka Brytania – Australia 2021) oraz filmu *David Attenborough: Życie na naszej planecie* (*David Attenborough: A Life on Our Planet*, reż. Alastair Fothergill, Jonathan Hughes, Wielka Brytania 2020). Miniserial *Nasza planeta* doczekał się nawet reklamy podczas finału Super Bowl i poświęconej mu strony internetowej, zawierającej dodatkowe treści, głównie faktograficzne¹².

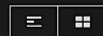
Do tego należałoby dodać strategię promowania popularnych tytułów poprzez dokumentalne parateksty, czyli materiały dodatkowe, uzupełniające tekst główny. Część z nich odwołuje się do formuły *making-of* – by wymienić choćby *Jak powstawał „Wiedźmin”* (*Ma-*



¹¹ Zob. J. P. G. Jones [et al.], *Nature Documentaries and Saving Nature: Reflections on the New Netflix Series „Our Planet”, „People and Nature” 2019, nr 4.*

¹² Zob. *Our Planet*, <https://www.ourplanet.com> (data dostępu: 24.11.2023).

Filmy > **Filmy dokumentalne**



FILM
CZEGO NAUCZYŁA MNIE OŚMIORNICA

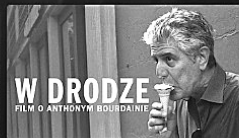
Odtwórz

Więcej informacji

🔊 7+

Pamiętam dzień, kiedy to się zaczęło.

Popularne w serwisie Netflix



3. Netflix, menu „Filmy dokumentalne”. Fot. za: <https://www.netflix.com/browse/genre/2243108> (data dostępu: 15.03.2024)

king the Witcher, reż. Nathan Wiley, USA 2020) powiązany z popularnym serialem (*Wiedźmin [The Witcher]*, twórczyni: Lauren Schmidt Hissrich, Polska–USA 2019–) – a część oparta jest na wywiadach, jak seria *Afterparty* stanowiąca dodatek do popularnych seriali fabularnych, m.in. *Bridgerton – The Afterparty* (reż. Jon Mackey [et al.], USA 2021), *Cobra Kai – The Afterparty* (reż. Jon Mackey [et al.], USA 2021) czy *Shadow and Bone – The Afterparty* (twórca: Connor McSpadden, USA 2021). Nierzadko Netflix wprowadza do swego katalogu kilka tytułów fabularnych i dokumentalnych połączonych wspólnym tematem, np. serial fabularny *Dahmer – Potwór: Historia Jeffreya Dahmera (Monster: The Jeffrey Dahmer Story)*, reż. Ian Brennan, Ryan Murphy, USA 2022) i dokumentalny *Rozmowy z mordercą: Taśmy Jeffreya Dahmera (Conversations with a Killer: The Jeffrey Dahmer Tapes)*, reż. Joe Berlinger, USA 2022). Platforma wpisuje się zatem w aktualne trendy odpowiednio dobierając tematy, zatrudniając powszechnie znanych twórców, także dokumentalistów, prowadząc rozbudowane kampanie medialne, przygotowując faktograficzne parateksty oraz podtrzymując wysoką aktywność w mediach społecznościowych. Adaptuje więc te strategie interaktywności, które Bauer określił jako konwersacyjną oraz rejestracyjną¹³.

Oferta Netflix'a obejmuje zatem bardzo zróżnicowane gatunkowo treści znane z telewizji linearnej, w której mieszczą się zarówno propozycje dokumentalne w tradycyjnym znaczeniu, jak i tzw. rozrywka faktograficzna (*factual entertainment*) czy też *reality tv*, łącząca rejestrację rzeczywistości z przystępnością formy i treści¹⁴. Warto podnieść tu jednak argument, że dokumentalizm na Netflixie zdaje się często koncentrować na podobnym zbiorze tematów. Catalina Iordache, Tim Raats i Sam Mombaerts przeanalizowali ofertę platformy pod kątem gatunkowym i podzielili dokumenty Netflix'a na kilka kategorii, spośród których najpopularniejsze okazały się: polityka, społeczeństwo i kultura (ok. 42% filmów i 32% seriali); *true crime* (ok. 9,5% filmów i 10% seriali); natura, nauka i ciało (ok. 5% filmów i 13% seriali) oraz muzyka i komedie (ok. 17% filmów i 6% seriali)¹⁵. Bez wątpienia istotny jest tu wspomniany już czynnik, tj. potrzeba włączania się platformy do najbardziej aktualnych i żywych dyskusji związanych z dzisiejszym światem, a przynajmniej istotnych z punktu widzenia krajów Zachodu. Film i serial dokumentalny – jako domyślnie zintegrowany z rzeczywistością – wydaje się do tego lepszym środkiem niż realizacje fikcyjne (także biorąc pod uwagę krótszy czas produkcji czy skromniejszy zakres realizacyjny). Również przyjęty przez platformę styl dokumentalny odnosi się do powszechnie znanych kodów retorycznych, estetycznych i narracyjnych: do środków rozpowszechnionych w kinie fabularnym (jak suspens, retardacja, *cliffhanger*, akcja równoległa), do dynamicznego montażu, chwytliwej muzyki, wywiadów i wizualizacji danych, do fabularyzowanych inscenizacji czy *quasi-śledczego* komentarza spoza kadru. Wszystkie one ułatwiają popularyzację dokumentu w formule proponowanej przez platformę¹⁶.



¹³ Zob. V. Bhargava, *How Netflix Uses Social Listening to Stay on Top of Their Content Game*, <https://www.radarr.com/blog/how-netflix-uses-social-listening> (data dostępu: 24.11.2023).

¹⁴ Szerzej o tym zjawisku pisze m.in. J. Deery (*Consuming Reality: The Commercialization of Factual Entertainment*, New York 2012).

¹⁵ C. Iordache, T. Raats, S. Mombaerts, *op. cit.*

¹⁶ Zob. D. Binns, *The Netflix Documentary House Style: Streaming TV and Slow Media*, „Fusion Journal” 2018, nr 14.



¹⁷ S. Sharma, *Netflix and the Documentary Boom*, [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, ed. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, New York – London 2016, s. 143.

¹⁸ N. Alexander, *Catered to Your Future Self: Netflix's "Predictive Personalization" and the Mathematization of Taste*, [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, ed. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, New York – London 2016, s. 85. Badaczka cytuje artykuł J. Sconce'a „Trashing” the Academy: Taste, Excess, and an Emerging Politics of Cinematic Style, „Screen” 1995, nr 4, s. 372.

Sudeep Sharma podkreśla, że pośród produkowanych tytułów – mimo względnie artystycznych ambicji platformy i okazjonalnych nagród Akademii Filmowej – rzadko można znaleźć zwycięzców festiwali filmowych, w których faworyzowane bywają produkcje odważniejsze formalnie i tematycznie. Przykładami służą choćby *Lewiatan* (*Leviathan*, reż. Lucien Castaing-Taylor, Véréna Paravel, Francja – USA – Wielka Brytania 2012) i *Manakamana* (reż. Stephanie Spray, Pacho Velez, Nepal–USA 2013), wykreowane w Harvard Sensory Ethnography Lab, czy głośne prace Joshuy Oppenheimera: *Scena zbrodni* (*The Act of Killing*, Dania – Norwegia – Wielka Brytania 2012) oraz *Scena ciszy* (*The Look of Silence*, Dania [et al.] 2014) – niedostępne na Netflixie i niestanowiące dla platformy źródła inspiracji przy tworzeniu jej własnych produkcji¹⁷. Zgadzam się tu z badaczem, lecz dodałbym jeszcze, iż Netflix – w ramach możliwości licencyjnych – często włącza do swej oferty klasyczne filmy fabularne, jednak nie podejmuje podobnych decyzji w przypadku dokumentów, choćby z obszaru *direct cinema* bądź *cinéma vérité*, prac sprzed wielu dekad czy spoza zachodniego kręgu kulturowego – ignorując je niemal całkowicie. Nie znaczy to, że takie pozycje są w ofercie Netflix'a zupełnie niedostępne, o czym świadczy chociażby zakup praw licencyjnych do filmowych esejów Normana Leto (*Photon*, Polska 2017) i Kuby Mikurdy (*Ucieczka na Srebrny Glob*, Polska 2021). Stanowią one jednak znikomy procent oferty platformy – prawdopodobnie z racji operowania zbyt hermetycznym językiem filmowym w ramach niszowego rodzaju filmowego, jakim i tak jest dokument.

Neta Alexander widzi w standaryzacji netflixowych produkcji omawianego typu głębszy problem, dotyczący także kwestii dostępu i archiwizacji. Wraz z wymieraniem niszowych mediów:

reklamy telewizyjne, „filmy rządowe o higienie, [...] dokumenty o młodocianej przestępczości czy łagodna pornografia” zostały albo utracone, albo osierocone z powodu [powiązania] z przestarzałymi technologiami. Te różnorodne manifestacje „złego gustu” czy „kontrestetyki” są uznawane za zbyt niszowe dla przyjaznych rodzinom serwisów streamingowych, takich jak Netflix, Amazon Prime czy Google Play; są też rzadko digitalizowane¹⁸.

Choć wymienione komercyjne platformy zawierają w swoich katalogach najnowsze i najbardziej popularne filmy i seriale dokumentalne – co zdecydowanie należy pochwalić – to mniej przystępnych form dokumentalizmu należy szukać raczej pośród platform streamingowych prowadzonych przez publiczne instytucje kulturalne, jak choćby National Film Board of Canada, Arte, Doc Alliance czy Ninateka, bądź wśród płyt DVD lub Blu-ray, raczej zaś nie na Netflixie. Duża część mniej popularnych produkcji – niedigitalizowana, nierestaurowana i nieudostępniana na najbardziej rozpowszechnionych platformach SVOD – kończy jako *lost media*.

Interaktywna dokumentalistyka na platformie Netflix

Rozwój interaktywnych dokumentów, dla których punktem odniesienia były wspomniane wcześniej projekty telewizyjne – ale też dorobek kina rozszerzonego, sztuki sieci, sztuki kinetycznej i conceptualnej, a nawet performansu – znacząco przyspieszył w pierwszej i drugiej dekadzie XXI stulecia¹⁹. Pojawiły się wtedy setki prac w formie stron internetowych, nierzadko współrealizowanych przez instytucje kultury i koncerty medialne, jak National Film Board of Canada, „New York Times” czy Al Jazeera, eksperymentujące z nowymi formami przekazywania wiedzy i inspirujące kolejne instytucje, w tym Netflixa, do podążania ich drogą. Pośród przykładów szczególnie wartych odnotowania można wymienić *Bear 71* (reż. Leanne Allison, Jeremy Mendes, Kanada 2012), *Fort McMoney* (reż. David Dufresne, Kanada–USA 2013) [il. 4] czy *Hollow* (reż. Elaine McMillion Sheldon, USA 2013). Wszystkie one dzielą szereg cech możliwych do zaimplementowania w ramach projektu webowego: osadzenie w środowisku cyfrowym, silna koncentracja na faktografii, wykorzystanie różnych mediów (wideo, muzyka, zdjęcia, obrazy, graficzne i tekstowe elementy interfejsu *etc.*), używanie struktur nieliniarnych, wprowadzanie rozwiązań bazujących na interakcji z tekstem i wokół tekstu. Typowe dla takich dzieł jest też kwestionowanie idei autora jako instancji nadrzędnej w procesie rejestracji i interpretacji rzeczywistości oraz rozwijanie koncepcji opartej na partycypacji użytkowników w tym zakresie. Twórcy decydują się na przeniesienie części procesu na odbiorców, pozwalając im na szereg działań wobec tekstu, jak swobodne przemieszczanie się między jego komponentami czy dodawanie treści.

Niestety, ok. 2015 r. liczba projektów webowych zaczęła znacząco spadać z racji ograniczonego instytucjonalnego wsparcia na poziomie produkcyjnym i dystrybucyjnym, wyczerpywania się formuły przy niewielkim zainteresowaniu odbiorców czy wreszcie indywidualnych błędów popełnionych przez autorów i autorki na poziomie organizacji architektury strony i jej interfejsów. Na szczęście interaktywna dokumentalistyka nie zniknęła, rozwijając się dalej, jednak już w obszarze immersyjnego dziennikarstwa (opartego na doświadczeniach rzeczywistości rozszerzonej i wirtualnej) oraz w nielicznych próbach podejmowanych przez opisywaną tu platformę.

Od 2018 r. Netflix zaczął poszerzać swą ofertę, dodając do niej filmy i seriale interaktywne, a od 2021 r. gry cyfrowe. Jako pierwsze pojawiły się prace fikcyjne (m.in. *Czarne lustro: Bandersnatch* [*Black Mirror: Bandersnatch*], reż. David Slade, USA – Wielka Brytania 2018), a następnie faktograficzne. Platforma włączyła się zatem w proces adaptowania nowych atrakcyjnych trendów rozwijających się w ramach innych mediów, zmuszona była jednak zmodyfikować rozwiązania funkcjonujące do tej pory w obrębie formuł telewizyjnych czy projektów webowych. Aby Netflix mógł się cieszyć z upowszechniania prac interaktywnych, musiał zaoferować interesujące tytuły wykorzystujące nowe lub istniejące marki i zbudować wokół



¹⁹ R. W. Kluszczyński, *Kino interaktywne – porządkowanie pola*, [w:] *Paradygmaty współczesnego kina*, red. *idem*, T. Kłys, N. Korczarowska-Różycka, Łódź 2015.

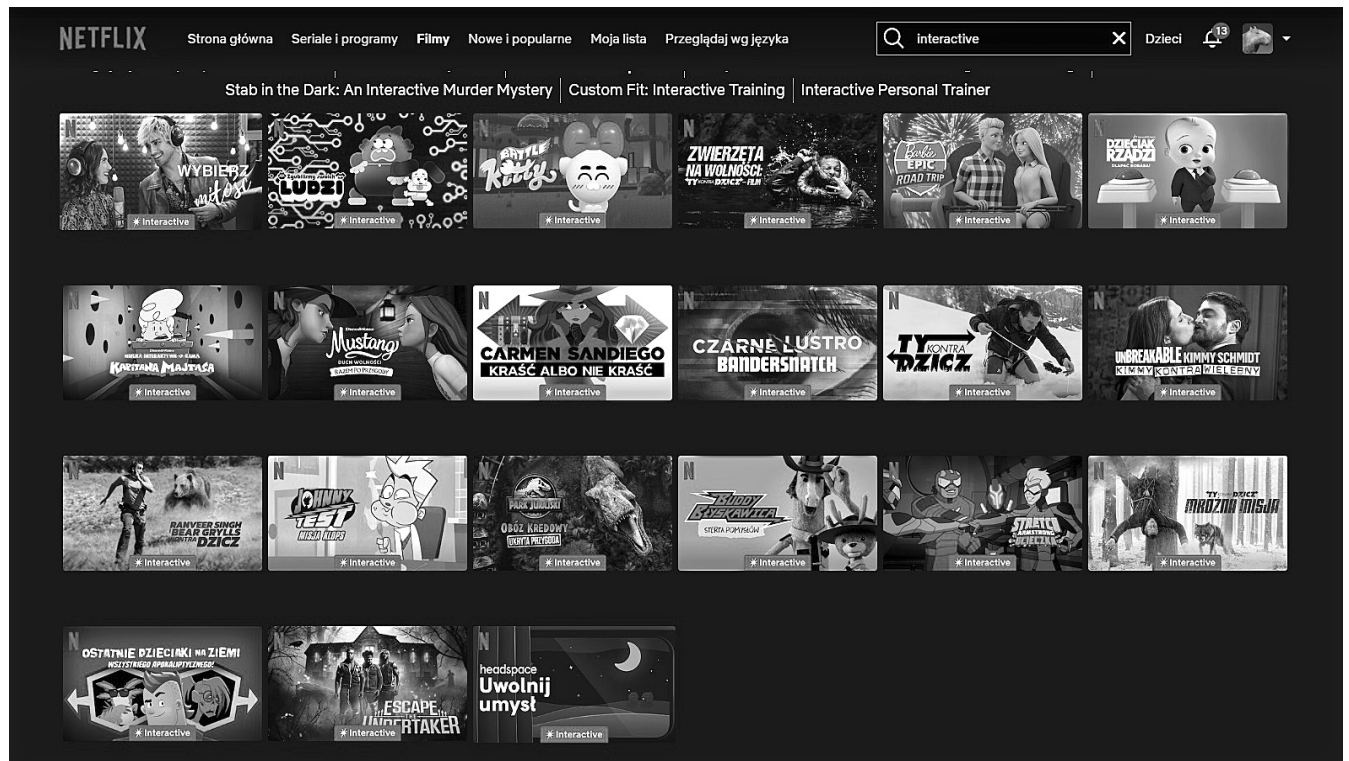


4. National Film Board of Canada, ekran z wyborem w projekcie *Fort McMurray*. Fot. za: https://www.nfb.ca/interactive/fort_mcmoney_en (data dostępu: 16.03.2024)

nich atrakcyjne doświadczenie odbiorcze. Wymagało to uwzględnienia wszystkich urządzeń umożliwiających odbiór treści platformy, tak by żadna z grup widzów nie poczuła się wykluczona, a także uzasadnienia, dlaczego wprowadzenie formy dzieła interaktywnego jest kluczowe dla opowiedzenia danej historii.

Pod względem doboru tytułów propozycje Netflix'a można zatem podzielić na dwie kategorie:

1. treści bezpośrednio powiązane z innymi filmami i serialami udostępnianymi przez platformę, np.:
 - *Dzieciak rządzi: Złapać bobasa* (*The Boss Baby: Get That Baby!*, reż. Dan Forcione, Pete Jacobs, Matt Whitlock, USA 2020) jako powiązany z animacją *Dzieciak rządzi* (*The Boss Baby*, reż. Tom McGrath, USA 2017);
 - *Kot w butach: Uwięziony w baśni* (*Puss in Book: Trapped in an Epic Tale*, reż. Roy Burdine, Johnny Castuciano, USA 2017) jako powiązany z filmem *Kot w butach* (*Puss in Boots*, reż. Chris Miller, USA 2011);
 - *Escape the Undertaker* (reż. Ben Simms, USA 2021) jako powiązany z dokumentalnym miniserialem *Undertaker: The Last Ride* (reż. Dan Pucherelli, USA 2020);



5. Netflix, ekran wyszukiwania dla hasła „interactive”. Fot. za: <https://www.netflix.com/search?q=interactive> (data dostępu: 16.03.2024)

2. treści stanowiące część opowieści transmedialnych²⁰ o niehierarchicznej strukturze, których jedynie część udostępniana jest przez platformę, np.:

- wspomniany *Bandersnatch*;
- *Barbie: Epic Road Trip* (reż. Conrad Helten, USA 2022);
- *Battle Kitty* (twórca: Matt Layzell, USA–Australia 2022).

Wszystkie wymienione tytuły odwołują się zatem do istniejących dzieł, znajdujących się w całości lub częściowo w ofercie Netflix. Platforma nie obejmuje żadnych samodzielnych prac interaktywnych – ani fikcyjnych, ani opartych na faktografii. Nie jest to zaskakujące: tworzenie całych systemów powiązanych wspólnym tematem lub marką stanowi część strategii giganta, a budowanie od podstaw takiego systemu wokół propozycji eksplicytnie interaktywnych mogłoby stanowić zbyt duże ryzyko komercyjne.

Na poziomie technologicznym sięgnięto po najprostsze rozwiązania, które zapewniałyby niemal identyczny interfejs bez względu na wykorzystywaną platformę. Spośród ośmiu typów strategii interaktywnych zaproponowanych przez Ryszarda W. Kluszczyńskiego zastosowano zaledwie dwie: labirynt i grę, przy czym labirynt sprowadzono do wyboru jednej z dwóch ścieżek narracyjnych (przy led-



²⁰ Opowieść transmedialną rozumiem za H. Jenkinsem (*Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 95) jako taką, która „roz-wija się na przestrzeni wielu platform medialnych, gdzie każdy nowy tekst stanowi wyraźny i cenny wkład w całość”.



²¹ R. W. Kluszczyński, *Sztuka Interaktywna. Od dzieła-instrumentu do spektaklu*, Warszawa 2010, s. 217–262. Badacz wymienia takie strategie, jak instrument, gra, archiwum, labirynt, kłacz, system, sieć oraz spektakl – jako różne propozycje zorganizowania dynamiki połączeń między poszczególnymi elementami w danym dziele interaktywnym.

wie kilku wyborach przypadających na jeden tytuł), a grę do określenia zasad, jakim ma podlegać awatar/gracz, jak też celu, który ma zostać zrealizowany na poziomie narracji²¹. Duże prostokąty umieszczone w dolnej części ekranu nie mogą pozostać niezauważone przez odbiorców, podobnie jak stały element graficzny wyznaczający upływ czasu na podjęcie decyzji – najczęściej to ok. 10 sekund, zatem względnie długo. Najpowszechniejsze rozwiązania, czyli ilustracyjny materiał filmowy w tle oraz adekwatna ścieżka dźwiękowa, informująca odbiorców o konieczności dokonania wyboru, podkreślają fakt wstrzymania narracji i dodają dramaturgii, niejako dopominając się o aktywność odbiorców. W przypadku braku działań odtwarzanie zostaje wznowione zgodnie z losowo wybraną linią narracyjną. Na poziomie interaktywności funkcjonalnej interfejs nie sprawia trudności: właściwie zaprojektowane afordancje zachęcają do kliknięcia odpowiedniego przycisku na pilocie od telewizora bądź padzie od konsoli – czy też do nakierowania kursora na interaktywny element interfejsu. Algorytm przeniesie nas następnie ku wybranemu fragmentowi wideo.

W przypadku prac faktograficznych – znacznie rzadziej łączonych z medium growym niż dzieła fikcjonalne – tego rodzaju jawne wyrwanie z immersji, podkreślające fakt toczenia się zdarzeń w czasie rzeczywistym, może – z jednej strony – stanowić drastyczne zaprzeczenie idei dokumentalizmu. Konwencja wiąże go bowiem raczej z dystansem epistemicznym i z perspektywą analityczną. Z drugiej wszakże – interaktywne dokumenty mają potencjał silnego angażowania odbiorcy, stymulując go do większej aktywności poznawczej, dając szansę na podejmowanie decyzji w zgodzie z osobistymi przekonaniami, a nie arbitralnymi sugestiami autorów. Co więcej, oferując wirtualne (w ramach narracji) lub realne (kognitywne) gratyfikacje, mogą silniej angażować widzów i w ten sposób tłumaczyć zastosowanie interaktywnych rozwiązań.

Pośród 21 prac na polskim Netflixie oznaczonych jako „*interactive*” (stan na 29 lutego 2023) [il. 5] zaledwie jeden tytuł został przyporządkowany do kategorii „Seriale dokumentalne” i „Filmy dokumentalne”: *Headspace: Uwolnij umysł* (*Headspace: Unwind Your Mind*, prod. Daria Scoccimarro, USA 2021), a cztery do kategorii „*Reality tv*”: *Ty kontra dzicz* (*You vs. Wild*, twórcy: Rob Buchta, Bear Grylls, Delbert Shoopman, USA 2019), *Zwierzęta na wolności: Ty kontra dzicz – film* (*Animals on the Loose: A You vs. Wild Movie*, reż. Ben Simms, USA 2021), *Ty kontra dzicz: mroźna misja* (*You vs. Wild: Out Cold*, reż. Ben Simms, USA 2021) oraz *Ranveer Singh i Bear Grylls kontra dzicz* (*Ranveer vs. Wild with Bear Grylls*, reż. James Turner, Indie 2022). Mowa tu zatem o pięciu tytułach z łącznego obszaru faktografii. Do produkcji zaliczanych przez Netflix'a do grona interaktywnych należą także gry cyfrowe, ale próżno szukać tam *docu-games*. Na marginesie trzeba dodać, że żaden inny serwis SVOD nie oferuje dostępu do tego rodzaju prac – Netflix jest tu absolutnym wyjątkiem.



6. Netflix, kadr z opcją wyboru z projektu *Ty kontra dzicz*. Fot. za: <https://www.netflix.com/watch/80227804> (data dostępu: 16.03.2024)



7. Netflix, kadr z opcją cofnięcia wyboru z projektu *Ty kontra dzicz*. Fot. za: <https://www.netflix.com/watch/80227804> (data dostępu: 16.03.2024)

Seria prac *Ty kontra dzicz* to najszerzej rozwijana marka interaktywna na platformie. Cele, przed którymi ma stanąć główny bohater i nasz awatar – podróżnik, popularyzator sztuki przetrwania, gwiazda telewizji i autor licznych książek, Bear Grylls – zostają określone na samym początku: musi on odnaleźć zagubioną w dżungli lekarkę ze szczepionką przeciw malarii, dostarczyć leki na czas, uratować w górach zaginionego psa czy odnaleźć wrak samolotu. Miejscem akcji – podobnie jak w telewizyjnych programach Gryllsa – jest (względnie) dzika natura (bliżej nieokreślona dżungla w Ameryce Południowej, Alpy Szwajcarskie, amerykańskie kaniony czy Góry Skaliste), a wyzwania stanowią czyhające tam zagrożenia. Każda z decyzji, które podejmujemy my – a w konsekwencji Grylls – posuwa akcję do przodu i jest uzasadniona narracyjnie [il. 6]. Przykładowo, żeby dotrzeć do celu, musimy ominąć czyhającego w wodzie krokodyla, a żeby to zrobić, mamy możliwość przepłynąć obok niego pod powierzchnią wody lub odstraszyć go krzykami. Jednak sposób filmowania (np. operowanie bliskimi planami oraz różnymi punktami widzenia) czy usytuowanie kamer (np. w miejscach, do których Grylls dopiero ma się dostać) wskazują, że sytuacja, w jakiej znajduje się nasz bohater, jest prawdopodobnie mniej niebezpieczna, niż sugeruje się odbiorcom. Również liczne rozwiązania technologiczne, np. animacje czy użycie dronów, z jednej strony, czynią obraz bardziej atrakcyjnym, z drugiej – nasuwają skojarzenia z kinem przygodowym i obniżają wrażenie dokumentalizmu. Czasem proponowane są ścieżki narracyjne, które gwałtownie kończą rozwijający się wątek (jak np. spożycie żabiego skrzeku lub tajemniczego grzybka), ale równocześnie uruchamiają możliwość cofnięcia akcji i podjęcia decyzji raz jeszcze [il. 7]. Zatem, inaczej niż w życiu, skutki działań nigdy nie są ostateczne i służą przekazaniu jakiejś istotnej informacji na temat sposobów przetrwania w głuszy. Akcent położony jest ostatecznie na faktografii, ale ubranej w kostium programu rozrywkowego, polegającego na inscenizacji i fabularyzacji. Wspierają je elementy interaktywne, które pozwalają na zdobycie wiedzy poprzez kilkakrotne nawigowanie przez dzieło i poznawanie różnych skutków podejmowanych decyzji.

Sam proces realizacji oparty został na strategii przyjętej przez Beara Gryllsa przy innych projektach i bazował na improwizacji. Jak rzecz opisuje wieloletni współpracownik Gryllsa i producent programu, Rob Buchta:

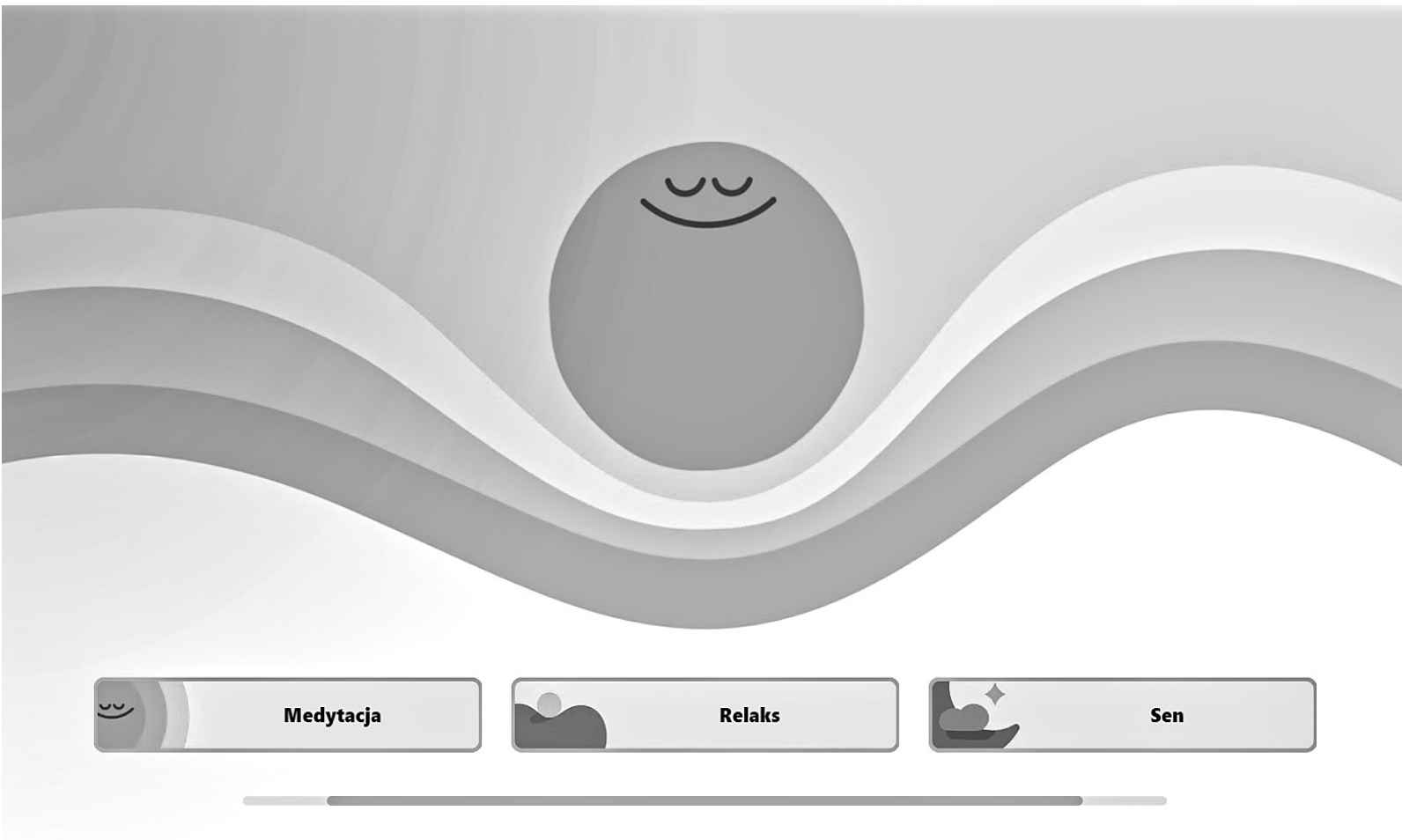
Na początku pytaliśmy: „No dobrze, Bear, musisz się przedostać przez rzekę. Na jakie dwa sposoby mógłbyś to zrobić?”. A on odpowiadał: „Mógłbym prześliznąć się po tej winorośli albo spróbować utrzymać równowagę na kłodzie i przejść na drugą stronę”. On sam wiedziałby, który sposób jest lepszy czy bezpieczniejszy, ale pozwalaliśmy widzom trochę się pobawić jego osobą, jakby był ich figurką. Przechodził na oba sposoby, a kiedy zrobił to po raz pierwszy, zmieniał ubrania i robił to raz jeszcze. Tym sposobem scenariusz i improwizacja uzupełniały się w sposób, jakiego wcześniej nie próbowałem²².



²² K. Van Arendonk, *It Isn't Easy Keeping Bear Grylls Safe*, <https://www.vulture.com/2019/04/is-you-vs-wild-real-netflix-bear-grylls.html> (data dostępu: 24.11.2023).

Skutków konkretnej czynności nie dawało się przewidzieć przed realizacją, zatem pięcioosobowa ekipa filmowa musiała wcześniej ustawić się na odpowiednich pozycjach i dynamicznie reagować na sytuacje. Czasem wręcz było niemal pewne, że dane rozwiązanie jest błędne (jak np. przejście po ledwie zamrożonym jeziorze w pozycji pionowej) – ekipa musiała się zatem przygotować na wyciąganie głównego bohatera z lodowatej wody, gdyby ten nie zdołał wydostać się o własnych siłach. Na potrzeby formuły interaktywnego programu protagonista musiał także spożywać halucynogenne grzyby, surowe jaja czy trujące kaktusy, co prowadziło go wielokrotnie ku zatruciom pokarmowym. Każde to zadać pytania o odpowiedzialność za zdrowie „awatara” (z całą pewnością wyraźnie określone w kontrakcie między Netflixem a Gryllsem) oraz o skutki decyzji, które nie byłyby podejmowane, gdyby nie koncept interaktywności.

Zupełnie inaczej do interaktywności podchodzi jedyna interaktywna praca na Netflixie opisana jako „dokumentalna”, czyli *Headspace: Uwolnij umysł*, stanowiąca część serii *Headspace: 8-odcinkowego serialu Poradnik Headspace: Medytacja (Headspace Guide to Meditation, reż. Devin Clark [et al.], USA 2021)* oraz 7-odcinkowego serialu *Poradnik Headspace: Sen (Headspace Guide to Sleep, reż. Gabriel de Bruin, Katy Wang, USA 2021)*, a przede wszystkim uzupełnienie popularnej aplikacji Headspace: Meditation & Sleep. Tym razem wektor interaktywności został odwrócony: o ile w przypadku produkcji *Ty kontra dzicz* widz miał możliwość wpływania na treść dzieła, o tyle tu raczej przyznaje mu prawo do wpływania na niego samego. Takie kwestie, jak praktyki uważności, medytacji czy samoregulacji stanowią temat całej serii, również interaktywnego projektu. Po podjęciu kilku kluczowych decyzji związanych z celem interakcji (do wyboru: „Medytacja”, „Relaks”, „Sen” [il. 8]) oraz ewentualnie ze stanem emocjonalnym, w jakim oglądamy odcinek (do wyboru: „Zestresowani”, „Zaniepokojeni”, „Pobudzeni”) zostaje uruchomiona odpowiednia animacja 2D: bardzo prosta formalnie i oparta na narracji spoza kadru prowadzącej widzów przez proces relaksacji i przez wskazane ćwiczenia. Jeśli po kilku- lub kilkunastominutowej sesji odbiorca nadal potrzebuje wyciszenia, program proponuje 45-minutową fikcjonalną opowieść osadzoną w jednej z czterech zaproponowanych scenerii. Zakres eksplicytnej interaktywności opiera się tu na kilku kliknięciach w graficzne i tekstowe komponenty interfejsu zorganizowane podobnie jak w przypadku innych prac, czyli we względnie duże prostokąty z podpisami umieszczone w dolnej części ekranu oraz w element graficzny wyznaczający upływ czasu. Ostatni krok, jaki mają wykonać widzowie, stanowi przyjęcie postawy odbiorczej polegającej na oglądaniu i słuchaniu oraz na praktykach medytacyjnych. O ile program *Ty kontra dzicz* równoważył relację między scenariuszem a improwizacją, traktując wiedzę na temat przetrwania w trudnych warunkach jako dokumentalne „podglebie” (dokumentalizm definiowany jest tu przez estetykę, temat, cel oraz – częściowo –



8. Netflix, ekran wyboru z projektu *Headspace: Uwolnij umysł*. Fot. za: <https://www.netflix.com/watch/81328829> (data dostępu: 16.03.2024)



²³ E. Zimmerman, *Narrative, Interactivity, Play, and Games: Four Naughty Concepts in Need of Discipline*, „First Person” 2004, nr 154, s. 158–159.

sposób realizacji), o tyle *Headspace* korzysta ze skryptów sesji relaksacyjnych i posiłkuje się fikcjonalnymi narracjami po to, by realnie i w sposób wyraźnie zakomunikowany wpłynąć na świat rzeczywisty (dokumentalizm definiowany jest tu wyłącznie przez cel). Można by zatem polemizować z decyzją Netflixu o przyporządkowaniu wspomnianych tytułów do takich, a nie innych kategorii, w obu bowiem tytułach łatwo rozpoznać mieszankę dokumentalizmu i faktograficznej rozrywki.

W kilku opisanych projektach zawiera się próba konfrontacji platformy Netflix z interaktywnością w obszarze komentowania świata rzeczywistego. Eric Zimmerman wyróżniał cztery typy manifestowania się interaktywności:

1. poznawczy – związany z procesem interpretacyjnym, mentalnym;
2. funkcjonalny – dotyczący działań o charakterze fizycznym, mechanicznym (np. dotykania, przesuwania, klikania);
3. eksplicytny – oparty na możliwości modyfikowania dzieła, np. w zakresie przebiegu narracji;
4. meta-interaktywność – społecznościowe działania partycypacyjne, dla których dzieło ustanawia kontekst²³.

Przenosząc tę typologię na grunt opisywanych produkcji dostępnych na Netflixie, można wyróżnić w ich obrębie:

1. interaktywność poznawczą w ramach rozbudowanych opowieści – kiedy jeden tytuł odsyła do kolejnego, każąc szukać powiązań między poszczególnymi propozycjami;
2. interaktywność funkcjonalną – gdy platforma wymaga od odbiorców klikania w określone elementy interfejsu w celu dokonywania wyborów i kształtowania linii narracyjnej;
3. interaktywność eksplicytną – w strukturze labiryntowej opisywanych prac, po której poruszają się odbiorcy;
4. meta-interaktywność – realizowaną za pośrednictwem kont platformy w mediach społecznościowych.

Netflix wykorzystuje także inne formy interaktywności, jak np. zaproponowaną przez Bauera interaktywność rejestracyjną, polegającą na budowaniu wiedzy na podstawie danych zbieranych przez algorytm Netflixu. Można by zatem założyć, że skala strategii interaktywnych podejmowanych przez giganta jest znaczna, gdyby nie kilka dodatkowych obserwacji, którymi zakończę ten artykuł.

Podsumowanie

Strategie biznesowe Netflixu uczyniły z niego światowego giganta w dziedzinie produkcji oraz dystrybucji treści audiowizualnych, także w obszarze dokumentalizmu. Niewątpliwe sukcesy na tym polu umożliwiły platformie nie tylko popularyzowanie tego dotychczas niszowego rodzaju filmowego, ale też okazjonalne podejmowanie względnie bezpiecznych eksperymentów w sferze mediów cyfro-

wych. Zakres oferowanej interaktywności pozostaje częściowo węższy niż ten w telewizji linearnej i mediach społecznościowych. Niemal całkowicie brak tu gatunków telewizyjnych emitowanych „na żywo” (serwisy informacyjne, zawody sportowe, widowiska rozrywkowe) czy formatów znanych z mediów społecznościowych (*live game streaming, e-commerce streaming, lifestyle streaming* itd.). Brak też w architekturze platformy przestrzeni na interaktywność konwersacyjną – w formie telefonów czy komentarzy. Próżno szukać tu złożonych struktur opartych na logice kłacza, instrumentu bądź spektaklu, a ustandaryzowane i intuicyjne interfejsy wykorzystują najprostsze rozwiązania znane z podstawowych praktyk odbiorczych na platformie.

Wprowadzana przez Netflix interaktywność rejestracyjna (nazywana tak przez Bauera), przeniesiona na algorytm i bazująca na gromadzeniu danych, pozwala na dużo lepszą personalizację treści niż w telewizji linearnej, ale z kolei słabszą niż w mediach społecznościowych. Interaktywność eksplicytna zarówno w przypadku platformy Netflix, jak i (co do zasady) całej posttelewizji pozostaje na tym etapie jedynie okazjonalną ciekawostką – by dopiero w mediach społecznościowych, projektach www, instalacjach galeryjnych, przemyśle growym czy doświadczeniach rzeczywistości wirtualnej i rozszerzonej przekraczać kolejne granice złożoności technologicznej i narracyjnej. Nie uważam tego jednak za wadę: zaimplementowanie tak skomplikowanych zabiegów technologicznych do aplikacji streamingowej mogłoby obniżyć jej funkcjonalność, a silne zainteresowanie Netflix dokumentalistyką ostatecznie pomaga promować tego rodzaju dzieła w samym sercu popkultury. Ponadto wykorzystanie interaktywności w opisanym zakresie pełni funkcję dodatkowej zachęty dla widzów, stanowiąc również narzędzie gromadzenia wiedzy o praktykach odbiorczych oraz pole do testowania nowych rozwiązań i osvajania z nimi globalnej publiczności.

Netflix, którego defnicyjna przyjazność mierzy się tu z obcością nowoczesnych nielinearnych narracji i z powinnością podejmowania interakcji z dziełem, decyduje się raczej ostrożnie sięgać po nowomediálne potencjały, dlatego nie wydaje się wdrażać zbyt rewolucyjnych propozycji. Zarówno strategie produkcyjne i dystrybucyjne dokumentów, jak i zakresy interaktywności rysują się ostatecznie jako bezpieczne, czasem wręcz reakcyjne – pomimo pozornej otwartości na to, co nowe w kulturze. Biorąc pod uwagę, jak różne formy przyjmowała od końca XIX w. filmowa dokumentalistyka, wolno stwierdzić, że owo niewielkie zainteresowanie ze strony Netflix dla jej interaktywnych przejawów nie przyniesie jej szkody. Jak wspominałem na początku artykułu: dokumentalistyka jest na tyle plastyczna, że bez problemu odnajduje się w najrozmaitszych przestrzeniach medialnych.

Słowa kluczowe

film dokumentalny, serial dokumentalny, sztuka interaktywna, streaming, Netflix, telewizja

Keywords

documentary film, documentary series, interactive art, streaming, Netflix, television

References

1. **Alexander Neta**, *Catered to Your Future Self: Netflix's "Predictive Personalization" and the Mathematization of Taste*, [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, ed. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, New York – London 2016.
2. **Bauer Zbigniew**, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009.
3. **Bhargava Vanhishikha**, *How Netflix Uses Social Listening to Stay on Top of Their Content Game*, <https://www.radarr.com/blog/how-netflix-uses-social-listening> (data dostępu: 24.11.2023).
4. **Binns Daniel**, *The Netflix Documentary House Style: Streaming TV and Slow Media*, „Fusion Journal” 2018, nr 14.
5. **Filiciak Mirosław**, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Gdańsk 2013.
6. **Iordache Catalina, Raats Tim, Mombaerts Sam**, *The Netflix Original Documentary, Explained: Global Investment Patterns in Documentary Films and Series*, „Studies in Documentary Film” 2023, nr 2.
7. **Iordache Catalina, Livémont Eline**, *Imbalances in On-Demand Documentary Offerings: The Case of a Small Media Market: Belgium*, „International Journal of Communication” t. 12 (2018).
8. **Jenkins Henry**, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
9. **Jones Julia P. G. [et al.]**, *Nature Documentaries and Saving Nature: Reflections on the New Netflix Series „Our Planet”*, „People and Nature” 2019, nr 4.
10. **Kluszczyński Ryszard W.**, *Sztuka Interaktywna. Od dzieła-instrumentu do spektaklu*, Warszawa 2010.
11. **Kluszczyński Ryszard W.**, *Kino interaktywne – porządkowanie pola*, [w:] *Paradygmaty współczesnego kina*, red. idem, T. Kłys, N. Korczarowska-Różycka, Łódź 2015.
12. **Powierska Aleksandra**, *Polajkować TV. Telewizja i media społecznościowe*, Kraków 2022.
13. **Ross Sharon Marie**, *Beyond the Box: Television and the Internet*, Malden (Massachusetts) 2008.
14. **Sharma Sudeep**, *Netflix and the Documentary Boom*, [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, ed. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, London – New York 2016.

15. **Sztaberek Maciej**, *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum” 2018, nr 20.
16. **Zimmerman Eric**, *Narrative, Interactivity, Play, and Games: Four Naughty Concepts in Need of Discipline*, „First Person” 2004, nr 154.

Paweł Sołodki, PhD, pawel.solodki@uni.lodz.pl, ORCID: 0000-0003-1879-2109

He works at the Institute of Contemporary Culture at the University of Łódź. He explores interactive narratives, with a particular focus on contemporary documentary practices. He has published i.a. the book *Rubieże przyjemności. Seksualna niesubordynacja na obrzeżach amerykańskiej kinematografii* (Peripheries of pleasure. Sexual insubordination on the fringes of American cinema, 2015). Co-editor of one of the first books in Poland devoted to the queer perspective in film, *O polityce ciała i pożądania w kulturze audiowizualnej* [On the politics of the body and desire in audiovisual culture, 2010]. Originator and organiser of the International Queer Film Festival “a million different loves!”.

Summary

PAWEŁ SOŁODKI (University of Łódź) / Interactive documentaries on the Netflix platform

In this article, I look at the function of interactive documentary projects in the Netflix platform offer. I begin the argument by analysing the importance of interactivity in linear and non-linear television, with a focus on streaming platforms. The second part is devoted to the role played by documentaries on Netflix. The knowledge thus gathered allows me in the third part of the article to describe the interactive documentaries belonging to the giant's proposal. In the text, I look at interactivity and documentaries together, as these are elements of the media offering – one at a technological level, the other at a genre level – that are particularly attractive but also troublesome for the Netflix platform. The cases of reaching out to interactive documentary filmmaking per se seem particularly interesting research-wise because of the double challenge that the platform faces thanks to them. In the text, I draw on historical framing, analysis of found data and cognitive textual analysis.