

Paweł Ciołkiewicz
Uczelnia Nauk Społecznych w Łodzi

Globalna wioska fanów. Przypadek społeczno-kulturowej działalności miłośników komiksu

Streszczenie. Głównym celem artykułu jest opisanie działalności fanów komiksu na tle ogólnych przeobrażeń społeczno-kulturowych. Uwagi zawarte w tekście stanowią próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy fani komiksów mogą być traktowani jako twórcy McLuhanowskiej globalnej wioski. W pierwszej kolejności autor wskazuje teoretyczne źródła negatywnego wyobrażenia na temat fanów, które tkwią w rozważaniach na temat procesów modernizacyjnych, demokratyzacyjnych i związanego z nimi rozwoju kultury masowej. W kolejnym fragmencie autor przedstawia zagadnienia odnoszące się do współczesnych przeobrażeń w obszarze wytwarzania kultury i opisuje Tofflerowską kategorię prosumenta. W trzeciej części opisane zostały przeobrażenia teoretycznej refleksji na temat fanów. W ostatnim fragmencie znajduje się charakterystyka działalności podejmowanej przez polskich miłośników komiksu, która pod znakiem zapytania stawia tezy mówiące o bierności tej grupy odbiorców kultury popularnej.

Słowa kluczowe: globalna wioska, fan, prosument, komiks.

Wstęp

Popularny „batmanolog” Will Brooker w swojej przedmowie do opracowania Liama Burke’a *Fan Phenomena. Batman* dokonał interesującego porównania. Zestawił mianowicie obok siebie fabułę pisanej przez Granta Morrisona komiksowej serii *Batman Incorporated* ze zjawiskiem ogólnoswiatowego rozwoju fandomu Batmana. Opowieść o globalnej organizacji zrzeszającej różne, narodowe wersje Mrocznego Rycerza wydaje się trafną, a zarazem nośną medialnie metaforą rozrastającej się intensywnie społeczności miłośników tej komiksowej postaci (Brooker 2013). Stworzony w 1939 roku bohater jest na tyle popularny na całym świecie, że mówienie o jego fanach, jako o globalnej wspólnotce staje się w pełni uzasadnione. Sympatyków tej postaci odnajdziemy zapewne w każdym kraju. Bardzo często nie ograniczają się oni tylko do czytania komiksów z przygodami swojego ulubieńca, ale także podejmują działania związane z swoją pasją. Jako przykłady takich aktywności przyjmujących coraz bardziej zinstytucjonalizowane formy, można byłoby wymienić chociażby organizację Międzynarodowego Dnia Batmana, która staje się okazją do udziału w spotkaniach, dyskusjach i imprezach. Od kilku lat ta inicjatywa realizowana jest także w Polsce.

Nasuwa się tu kilka pytań. Czy takie zjawiska stanowią wystarczającą przesłankę do tego, żeby mówić o globalnej wspólnotcie fanów Batmana? Czy podobne działania podejmują także fani innych komiksowych postaci? Czy uzasadnione jest mówienie o globalnej wiosce fanów komiksu w ogóle? Odpowiedzi na te pytania nie są łatwe ani oczywiste, a kilka kwestii domaga się rozstrzygnięcia. Przede wszystkim trzeba się jakoś odnieść do niezwykle krytycznej wobec fanów perspektywy, w ramach której rozpatruje się ich jako bierne, podatne na manipulację, niezbyt dobrze radzące sobie w społeczeństwie i mniej lub bardziej patologiczne jednostki. Przyjęcie takiej optyki w zasadzie wyklucza dalszą refleksję o możliwości stworzenia jakiegokolwiek globalnej wspólnoty. Jeżeli jednak nawet zdecydowalibyśmy się na odrzucenie tej krytycznej perspektywy, to i tak należałoby odpowiedzieć sobie na pytanie, na czym owa globalna fanowska wspólnota miałaby w ogóle polegać. W niniejszym tekście chciałbym zastanowić się nad tymi problemami i podjąć próbę opisanie specyfiki działania fanów komiksu na tle procesów społeczno-kulturowych.

W pierwszej kolejności staram się wskazać teoretyczne źródła negatywnego wyobrażenia na temat fanów. Wydaje się, że można je ulokować w krytycznych rozważaniach na temat procesów modernizacyjnych, demokratyzacyjnych i związanego z nimi rozwoju kultury masowej, które jednak z dzisiejszej perspektywy wydają się nie do końca adekwatne (1). Następnie omawiam zagadnienia odnoszące się do współczesnych przeobrażeń w obszarze wytwarzania kultury i związanej z nimi kategorii prosumenta, która często bywa dziś ilustrowana właśnie działalnością fanowską (2). W trzeciej kolejności bardziej szczegółowo przyglądam się fanom oraz przeobrażeniom teoretycznej refleksji na ich temat. Szczególną uwagę poświęcam oczywiście fanom komiksu, jako tej grupie która jest szczególnie interesująca z punktu widzenia tematu niniejszego tekstu (3). W ostatniej części znajduje się charakterystyka działalności podejmowanej przez polskich miłośników komiksu. Traktuję ją jako zestaw przykładów różnych form produktywności, które pod znakiem zapytania stawiają tezy mówiące o bierności tej grupy odbiorców kultury popularnej. (4). Uwagi zawarte w niniejszym tekście należy potraktować, jako próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy fani komiksów mogą być dziś rozpatrywani jako uczestnicy i twórcy McLuhanowskiej globalnej wioski.

1. Przeobrażenia refleksji na temat kultury masowej

Podejmując refleksję na temat fanów warto usytuować ją w kontekście naukowych rozważań na temat istoty kultury masowej, dzisiaj częściej – w związku ze zmianami w systemie jej wytwarzania – określanej mianem kultury popularnej. Przede wszystkim trzeba odnotować, że początki krytycznego spojrzenia na kulturę masową są związane z przemianami społecznymi wynikającymi z rewolucji przemysłowej. Będąca jej konsekwencją urbanizacja i procesy demokratyzacji

od samego początku były traktowane podejrzliwie przez przedstawicieli arystokracji stopniowo tracącej swoją uprzywilejowaną i dominującą pozycję. Z tej perspektywy narodziny masowego społeczeństwa oraz wszelkie zjawiska z nimi związane, były opisywane jako przemiany prowadzące do negatywnych konsekwencji. Najbardziej znaną zapewne krytyką tych przeobrażeń pozostaje do dziś *Bunt mas* Jose Ortegi y Gasset, stanowiący w gruncie rzeczy ostrzeżenie przed prymitywnym i bezceremonialnie wkraczającym do sfery publicznej człowiekiem masowym (Ortega y Gasset 1982). W ramach tego sposobu myślenia stopniowo uformowała się radykalna krytyka nowego typu kultury, która powstała w celu zaspokojenia potrzeb nowej grupy konsumentów. Zwolennicy tego punktu widzenia byli przekonani o jej negatywnym wpływie na odbiorców zmieniających się w masę podatnych na manipulację jednostek.

Zwolennikom tego punktu widzenia adresaci kultury masowej zaczęli jawić się jako amorficzna masa biernych i podatnych na manipulację jednostek, niezdolnych do samodzielnego i krytycznego myślenia. Często podkreślano również, że to właśnie kultura masowa stała się narzędziem sprawowania władzy nad tą bierną częścią populacji. Źródeł tej perspektywy można upatrywać w konserwatywnej tradycji opartej na skrajnie negatywnym nastawieniu do nowych zjawisk związanych m.in. z procesami demokratyzacji oraz rozwoju mediów masowych. W przywołanych powyżej sformułowaniach można dostrzec wpływy autorów obawiających się m.in. tyranii większości (de Tocqueville 2005), zagrażającego wszystkiemu, co szlachetne i wartościowe tłum (Le Bon 2004), wspomnianego już buntu mas (Ortega y Gasset 1982), dominacji przemysłu kulturalnego jako narzędzia kontroli społecznej (Horkheimer, Adorno 2010), upadku opartej na racjonalnym rozprawianiu sfery publicznej (Habermas 2007), czy negatywnego wpływu skoncentrowanych wyłącznie na rozrywce mediów masowych (Postman 2002) i eliminowaniu przez nie umiejętności racjonalnego rozumowania (Sartori 2007). Te zjawiska składają się na proces, w ramach którego masa odbiorców dzięki swojej bierności w paradoksalny sposób przejmuje kontrolę nad tymi, którzy chcieli nią manipulować i zmusza ich do coraz intensywniejszego zabiegania o jej przychyłość (Baudrillard 2006).

Kontynuację tego sposobu myślenia można odnaleźć we współczesnej, krytycznej refleksji na temat fanów. Fan to ktoś, kto dziś wywołuje nadal raczej negatywne skojarzenia. W zależności od kontekstu, pojęcie to odnoszone jest bądź to do sfery showbiznesu, w której królują dziś tak zwani celebryci, bądź do sportu, który zresztą też jest dziś obszarem generującym różnego rodzaju „gwiazdy”. Rozwrzeszczany i reagujący histerycznie tłum, tworzony przez pochłonięte obsesyjnie wyrażanym uwielbieniem dla swoich idoli jednostki szalejące na sportowych stadionach lub salach koncertowych, jest bez wątpienia dla wielu osób doskonałą ilustracją tego, co oznacza bycie fanem. W takim stereotypowym wyobrażeniu odnaleźć można przedłużenie naszkicowanego powyżej konserwatywnego sposobu myślenia o masach, jako o czymś z natury

gorszym od elitarnej mniejszości. Takie uogólnienie jest dziś tyleż powszechne, co niesprawiedliwe i krzywdzące. Nie negując bowiem tego, że w społecznościach fanów znajdziemy także jednostki odpowiadające temu opisowi, należy stwierdzić, że ekstrapolowanie tego opisu na wszystkich fanów jest po prostu zafałszowywaniem rzeczywistości.

Obok tego skrajnie krytycznego punktu widzenia stopniowo kształtowała się perspektywa znacznie przychylniejsza wobec nowych zjawisk społeczno-kulturowych. Odbiorcy kultury popularnej z tego punktu widzenia byli postrzegani jako aktywne jednostki, które podejmują różnorodne działania, świadczące o ich twórczym potencjale. Mamy tu zatem do czynienia z szeregiem praktyk polegających na kreatywnym przetwarzaniu dóbr kultury popularnej oraz zaangażowaniu w tworzenie społeczności połączonych wspólnymi pasjami i zainteresowaniami. Teoretyczne źródła tego afirmatywnego spojrzenia na społeczeństwo masowe można z kolei sytuować między innymi: w pracach kanadyjskiego medioznawcy Marshalla McLuhana wieszczącego nadejście ery globalnej wioski, która miałaby powstać dzięki rozwojowi mediów elektronicznych (McLuhan 2004), w tekstach Michela de Certeau, który zdecydowanie zakwestionował postrzeganie współczesnego odbiorcy kultury popularnej jedynie w kategoriach biernego konsumenta i potraktował takie podejście jako przejaw ideologii klasy dominującej (de Certeau, 2008), w badaniach Stuarta Halla nad aktywną rolę odbiorcy w dekodowaniu przekazu medialnego (Hall 1987), czy wreszcie w rozważaniach Alvina Tofflera dotyczących twórczej działalności tzw. prosumentów (Toffler 1997).

Kontynuację tego sposobu myślenia o współczesnych odbiorcach kultury popularnej, ze szczególnym uwzględnieniem specyficznej ich kategorii, jaką stanowią fani, można odnaleźć natomiast w pracach Johna Fiske (2001), Henry'ego Jenkinsa (1992, 2007) czy Paula Levinsona (1999, 2010). W polskiej refleksji istotną rolę odgrywają natomiast prace Marka Krajewskiego (2003) oraz Piotra Siudy (2010, 2012). Z tej perspektywy fandom, czyli owa wspólnota fanów, jest zatem czymś znacznie bardziej złożonym, wielowymiarowym i interesującym niż wynikałoby to z pokutujących cały czas stereotypów. Co więcej, może ona w dzisiejszej rzeczywistości stanowić szansę na ucieleśnienie McLuhanowskich idei odnoszących się do globalnej wioski. Szeroko rozumiana wspólnota fanów kultury popularnej choć oczywiście niezwykle zróżnicowana i rozdrobniona wypracowuje bowiem stopniowo mechanizmy działania, które okazują się coraz bardziej uniwersalne, a dzięki żywiłowemu rozwojowi internetu staje się ona w coraz większym stopniu świadoma własnej odrębności.

Nie chodzi oczywiście o to, że na naszych oczach powstaje jakaś utopijna wspólnota ludzi nieustannie się ze sobą komunikujących i tworzących zażyłe więzi. Zamiast tego mamy raczej do czynienia z sytuacją, w której fani kultury popularnej na całym świecie podejmują, często

niezależnie od siebie, pewne praktyki stanowiące zaprzeczenie rytualnie powtarzanych tez mówiących o ich bierności i atomizacji oraz w coraz większym stopniu uświadamiają sobie to, że działają oni wśród osób o podobnych zainteresowaniach. Nawet jeśli nie znają się bezpośrednio, mają świadomość funkcjonowania w wyobrażonej wspólnocie zrzeszającej ludzi podobnych do siebie pod względem zainteresowań. Dzięki temu „bycie fanem” staje się również elementem swoistego dyskursu, w którym wytwarzany jest pewien zestaw przekonań i wyobrażeń na temat tego, co tak naprawdę oznacza przynależność do tej wspólnoty. Wspólnoty, która w coraz większym stopniu ma charakter globalny. Taka perspektywa nie oznacza rzecz jasna rezygnacji z krytycznej oceny zjawisk negatywnych, które mogą wynikać np. z możliwości wykorzystywania fandomu przez przemysł kulturowy. Wydaje się jednak, że zwrócenie uwagi na te pozytywne aspekty pozwala na wpisanie ich w globalne przeobrażenia związane z kształtowaniem się zjawiska prosumpcji.

2. Produkcja – konsumpcja – prosumpcja

Rewolucja przemysłowa ukształtowała społeczeństwo, w którym kluczową rolę odgrywała gospodarka oparta na produkcji. To właśnie system przemysłowego wytwarzania dóbr traktowano jako – odwołując się do terminologii Marksowskiej – bazę, która determinowała wszystkie pozostałe sfery życia społecznego. Jednak wraz ze stopniowym zmniejszaniem się roli przemysłu – początki tego procesu można lokować w drugiej połowie XX wieku – miejsce produkcji zaczęła zajmować konsumpcja. Zmianom społecznym towarzyszyła zmiana dyskursu naukowego. Pojawiła się w nim kategoria społeczeństwa konsumpcyjnego, czyli społeczeństwa kształtującego się pod koniec dwudziestego wieku, w którym kluczową rolę w określaniu hierarchii społecznej zaczęto przypisywać konsumpcji. Dziś natomiast miejsce producenta i konsumenta powoli zajmuje prosument, czyli ktoś, kto stanowi połączenie właściwości obu wcześniej wspomnianych ról. Aktywność prosumencka polega na angażowaniu, traktowanego dotąd jako biernego, odbiorcy dóbr kultury do ich aktywnego współtworzenia. Jeśli zgodzimy się z powyższą charakterystyką, to na zjawisko prosumpcji można spojrzeć, albo jako na przejaw coraz większej podmiotowości i autonomii jednostek mających dziś coraz większe możliwości wytwarzania dóbr kulturowych albo, wręcz przeciwnie, jako na rezultat procesu tworzenia jedynie iluzji owej podmiotowości, która skrywa nowe praktyki władzy¹.

Pierwsza, optymistyczna interpretacja tego zjawiska nawiązuje do koncepcji popularyzatora pojęcia prosumpcji – Alvina Tofflera (1997). Dowodził on, że wraz z rozwojem społecznym i nastaniem tak zwanej trzeciej fali, następują istotne przeobrażenia w organizacji społecznej,

¹ Szerzej pisałem na ten temat w: Ciolkiewicz 2014. W dalszej części odwołuję się do kilku fragmentów tego tekstu.

które przywracają do pewnego stopnia stan charakterystyczny dla społeczeństw pierwszej fali. „W czasach pierwszej fali – pisze Toffler – ludzie korzystali głównie z tego, co sami wyprodukowali. Nie byli oni producentami ani konsumentami w powszechnie przyjętym sensie. Można by ich natomiast nazwać «prosumentami». Dopiero rewolucja przemysłowa wbiła klin pomiędzy obie funkcje i rozdzieliła je, wprowadzając podział na producentów i konsumentów” (Toffler 1997, s. 470). Przejście od społeczeństwa pierwszej do społeczeństwa drugiej fali polegało zatem na ewolucji od rolniczego społeczeństwa, tworzonego przez samowystarczalne gospodarstwa domowe, do społeczeństwa przemysłowego, w którym wytwory własnej pracy poszczególnych jednostek były przeznaczane przede wszystkim na wymianę lub na sprzedaż. Wraz z nastaniem społeczeństw trzeciej fali następuje natomiast swoisty powrót do przeszłości – sztucznie oddzielone od siebie sfery konsumpcji i produkcji, znów łączą się tworząc obszar, w którym jednostki wytwarzają produkty przede wszystkim na własne potrzeby.

Według Tofflera proces przejścia od biernej konsumpcji do aktywnej prosumpcji ilustrują zjawiska związane z działalnością samopomocową, usługową oraz projektowo-wytwórczą. Wszystko to wiąże się z poważnymi konsekwencjami zarówno dla kształtu rynku, jak i stylu życia w społeczeństwach trzeciej fali. Wydaje się, że na podstawie analizy tych poglądów na temat współczesnej prosumpcji, można stwierdzić, że mamy tu do czynienia z akcentowaniem raczej pozytywnej strony tego zjawiska. Wprawdzie Toffler podkreśla niejednoznaczną rolę, jaką w rozwijaniu prosumpcji odgrywa przemysł, jednak równie wyraźnie akcentuje on to, że dzięki niemu poszerza się obszar, w którym jednostka może korzystać z nowych swobód.

Dziś nie brakuje badaczy, którzy nie tylko podzielają ten Tofflerowski optymizm, ale znacznie poza niego wykraczają. Powody do tego optymizmu lokowane są zazwyczaj w dynamicznym rozwoju nowych mediów. Za narzędzie pozwalające na zwiększenie efektywności kreatywnej działalności prosumpcyjnej oraz płaszczyznę, na której mogą funkcjonować różnego rodzaju zrzeszenia prosumentów, uważa się dziś przede wszystkim internet. Jest on często traktowany jako medium dające niemal nieograniczone możliwości rozwoju kreatywności. Jako jedną z bardziej wyrazistych ilustracji tego punktu widzenia można byłoby przywołać poglądy znanego medioznawcy Paula Levinsona dobitnie wyrażone w książce *Nowe nowe media*. Według niego nowy rodzaj mediów otwiera dziś przed użytkownikami wyjątkowe możliwości tworzenia własnych dzieł. Tytułowe „nowe nowe media” zacierają granicę pomiędzy twórcą i odbiorcą dzięki czemu: „każdy konsument jest jednocześnie producentem” podkreśla Levinson, rozwijając w ten sposób idee Tofflera (Levinson 2010, s. 11). Można byłoby powiedzieć, że owe „nowe nowe media” – m.in. Wikipedia, Facebook, You Tube, blogosfera – stanowią z tego punktu widzenia urzeczywistnienie McLuhanowskiej idei globalnej wioski. Na polskim gruncie taką radykalną, chwilami bardzo jednostronną, pochwałę społeczno-kulturowych następstw rozwoju internetu

prezentuje Kazimierz Krzysztofek (2014). Według niego kultura ukształtowana po trzeciej rewolucji, czyli rewolucji informacyjnej związanej z rozwojem internetu, jest kulturą, w której „kasta wielkich wytwórców nie ma już monopolu; nastąpiło rozproszenie produkcji, dystrybucji i konsumpcji treści” (Krzysztofek 2014, s. 28). W dalszym ciągu swojego wywodu badacz mówi, również w duchu McLuhanowskiego optymizmu, o powrocie do czasów nieskrępowanej komunikacji zapewnianej właśnie przez żywiolowo rozwijający się internet. Korzyści związane z rozwojem komunikacji mają iść w parze z pozytywnymi zjawiskami ze sfery wytwarzania, w tym wytwarzania treści symbolicznych. Krótko mówiąc Tofflerowki prosument wyposażony dodatkowo w zestaw cech związanych z podmiotowością i kreatywnością, według Krzysztofka staje się symbolem naszych czasów. Nie negując wielu korzyści związanych z rozwojem internetu, trzeba jednak stwierdzić, że istnieje także drugie, mniej optymistyczne oblicze prosumenta.

Tam, gdzie niektórzy widzą nieskrępowany rozwój podmiotowości i eksplozję kreatywności świadcząca o przejmowaniu kontroli przez jednostki, inni dostrzegają bowiem oddziaływanie mechanizmów władzy, która tworząc iluzję wolności, zniewala jednostki w niespotykanym dotąd stopniu. Na przykład z perspektywy zaproponowanej przez Michela Foucaulta, tego typu aktywność prosumencka jawi się już nie tyle jako przejaw autonomii jednostek, ale przeciwnie, jako naturalna konsekwencja działania nowych form władzy. Doskonałym układem odniesienia dla analizy tych zjawisk może być zyskująca w ostatnich latach coraz większą popularność kategoria rządomyślności, rozwijana przez Foucaulta w trakcie wykładów wygłaszanych w College de France. Francuski filozof analizował ją szczegółowo w ramach dwóch cykli wykładów wygłoszonych w latach 1977-1979 (Foucault 2010a, 2010b). Analizując przeobrażenia władzy zachodzące od średniowiecza doszedł mianowicie do wniosku, że w połowie XVIII zaczął kształtować się nowy jej typ, różny od władzy suwerennej, dyscyplinarnej oraz pastoralnej. Tę nową formę rządzenia nazwał Foucault rządomyślnością. Władza suwerenna opierała się na zasadzie „rządzenia nigdy za wiele”, natomiast rządomyślność jest sztuką, która wiąże się z zasadą „rządzenia zawsze za dużo”.

Jedną z charakterystycznych cech tego nowego typu władzy jest to, że dąży ona do tego, by „pozostawiać rzeczy ich biegowi” (Foucault 2010b, s. 67). Punktem wyjścia działań podejmowanych przez władzę jest analiza, a ich cechą charakterystyczną stanowi nieustanne dostosowywanie się do rzeczywistości. Kluczową rolę zaczyna natomiast odgrywać kategoria wolności. Z punktu widzenia Foucaulta jest ona jednak „(...) niczym innym jak tylko korelatem wdrażania urzędów [*dispositifs*] bezpieczeństwa. Urządzenie [*dispositif*] bezpieczeństwa (...) działa sprawnie tylko pod warunkiem, że zapewni mu się coś takiego jak wolność w znaczeniu, jakie temu słowu nadawano w wieku XVIII: zamiast ulg i przywilejów przyznawanych konkretnym osobom – możliwość poruszania się, przemieszczania, cyrkulacji zarówno rzeczy, jak

i ludzi” (Foucault 2010b, s. 71). Jest to jednak specyficzne rozumienie wolności – jest ona zaledwie elementem niezbędnym do tego, by mógł rozwinąć się nowy system władzy, lepiej dostosowanej do szybko zmieniających się warunków i skuteczniejszej niż władza suwerenna, pastoralna czy dyscyplinarna. Opisywana przez Foucaulta rodząca się w osiemnastym stuleciu nowa sztuka rządzenia nie tyle niesie ze sobą zatem nowe swobody, ile wytwarza je jako warunek konieczny własnego funkcjonowania. W konsekwencji wolność musi być nieustannie reprodukowana, zaś jednostki muszą być przekonywane do tego, że posiadają określony obszar wolności i zachęcane do tego, żeby z niej korzystać.

Krótko mówiąc, z punktu widzenia tej analizy wolność związana z ideologią liberalną jest traktowana jako konsekwencja kształtowania się nowego systemu władzy, a nie jako efekt oddolnych ruchów opartych na jej kwestionowaniu. „Jeśli używam – mówi Foucault – tego słowa, to dlatego, że praktyka rządzenia, która się tu wyłania, nie ogranicza się do respektowania, gwarantowania takich czy innych swobód. Na głębszym poziomie wolność jest raczej tym, co praktyka ta konsumuje. Jest tak dlatego, że może ona funkcjonować tylko pod warunkiem istnienia pewnych swobód: wolności rynku, wolności kupna i sprzedaży, swobodnego korzystania z prawa własności, wolności dyskusji albo wolności słowa itd. Nowa sztuka rządzenia potrzebuje więc wolności, konsumuje ją. Co oznacza, że wciąż domaga się wytwarzania i organizowania” (Foucault 2010a, s. 87). Wszystko to ma rzekomo służyć jednostce, ale nie sposób nie zauważyć, że tak naprawdę chodzi o korzyści dla systemu, który w zawołowany sposób naiwne jednostki wykorzystuje.

Wydaje się, że potraktowanie rozlicznych współczesnych strategii prosumenckich jako przejawów rządomyślności, byłoby zgodne z intencjami Foucaulta. Zawsze, gdy producenci kultury popularnej zachęcają odbiorców do kreatywnego udziału we współtworzeniu konsumowanych produktów (filmów, seriali, komiksów itp.), dają o sobie znać mechanizm generowania wolności jako narzędzia zwiększania zysku. Dla przykładu, angażowanie się miłośników seriali telewizyjnych czy serii komiksowych w proces współtworzenia fabuły, zakładania fanowskich stron internetowych poświęconych danemu projektowi, czy udział w rozmaitych konwentach poświęconych kulturze popularnej, są z tego punktu widzenia przejawem doskonałego ucieleśnienia rządomyślności, a nie autonomicznej i kreatywnej prosumpcji. Korzystając ze swojej rzekomej wolności konsumenci kultury masowej dostarczają przemysłowi nowych pomysłów. Nie sposób nie zauważyć, że chodzi tu o nową formę wyzysku. Do podobnych wniosków – nie odwołując się jednak do koncepcji Foucaulta – dochodzi Bartosz Mika, który widzi w pojęciu prosumpcji narzędzie „dyskursywnej manipulacji oraz marketingowego oddziaływania” (Mika 2014, s. 94). Z jego punktu widzenia, stanowi ono jedynie sposób na złagodzenie oskarżeń wobec konsumeryzmu oraz ukrycie niezbyt korzystnych dla odbiorców praktyk przemysłu kulturalnego.

Ta krytyczna perspektywa również znajduje swoje odzwierciedlenie w refleksji na temat internetu. Jako przykład skrajnie krytycznego nastawienia do tego medium, można byłoby przywołać książkę Andrew Keena *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, w której autor przeprowadza radykalną krytykę internetu, jako medium powodującego dramatyczną redukcję ilości wiarygodnych informacji w sferze publicznej oraz prowadzącego do całkowitego zaniku prawdy (Keen 2007). Tam gdzie dzięki zatarciu granicy pomiędzy twórcą i odbiorcą wspomniany wcześniej Levinson dostrzegał szanse na rozwój wolności i kreatywności, tam Keen widzi „obniżenie jakości i wiarygodności otrzymywanych przez nas informacji, co z kolei zniekształca, by nie rzec, że całkowicie niszczy nasz narodowy dyskurs” (Keen 2007, s. 45). Te poglądy kojarzą się z dziełem postmodernistycznego francuskiego filozofa Jeana Baudrillarda, który w swoich książkach wielokrotnie analizował negatywny wpływ mediów na rzeczywistość społeczną. Konsekwencją tego wpływu stanowi między innymi „implozja sensu”, czyli zjawisko polegające na nadprodukcji informacji przez współczesny system medialny, która prowadzi z kolei do dezorientacji jednostek. Niekontrolowany przyrost informacji powoduje zanik ich związku z rzeczywistością, którą rzekomo opisują. Tak powstaje hiperzeczywistość, w której ludzie żyją w otoczeniu symulaków, odcinających ich od prawdziwej rzeczywistości (Baudrillard 2005).

Wydaje się, że rozpatrując zjawiska prosumpcji, pojawiające się na gruncie współczesnego internetu, warto mieć w pamięci oba teoretyczne układy odniesienia, jako skrajne punkty orientacyjne swoistego continuum. Z jednej strony mamy wpisującą się w rozważania Tofflera o prosumpcji optymistyczną diagnozę Marshalla McLuhana – określanego często prorokiem „globalnej wioski” – rozwijaną dziś głównie w odniesieniu do mediów społecznościowych przez takich medioznawców, jak Paul Levinson; z drugiej zaś strony obserwujemy mające wiele wspólnego z propozycjami Foucaulta, krytyczne spojrzenie na współczesne media, obecne w twórczości Jeana Baudrillarda, które na grunt refleksji nad internetem przenoszą tacy autorzy jak Andrew Keen. Obie perspektywy teoretyczne wyznaczają skrajne punkty, pomiędzy którymi jest miejsce na optykę pośrednią. Jej zaletą powinna być gotowość do uwzględniania w analizie zarówno tych zjawisk, które wiążą się z wartościowymi działaniami podejmowanymi przez dzisiejszych prosumentów, jak i tych, które ewidentnie sygnalizują jakiś rodzaj manipulacji. Mając to wszystko na uwadze, warto dokładniej przyjrzeć się kategorii specyficznego prosumenta, jakim jest współczesny fan.

3. Fani jako wyjątkowi prosumenci

Czy jednak fana w ogóle można traktować jako prosumenta? Odpowiedź na to pytanie zależy oczywiście od perspektywy, z której będzie formułowana. Krytycznie nastawieni wobec kultury popularnej teoretycy zapewne nie zgodzą się z przypisywaniem fanom prosumenckich

właściwości, natomiast zwolennicy afirmatywnego punktu widzenia nie będą mieć z tym kłopotów. Tym bardziej, że jest to kategoria, która przeszła w ostatnich latach znaczącą ewolucję, a w ostatnim czasie cieszy się coraz większą popularnością wśród badaczy akademickich. Jako ilustrację można wskazać chociażby serię publikacji poświęconych fanom kultury popularnej wydawanych przez Intellect Books. Wśród monografii i antologii opublikowanych dotychczas znajdziemy opracowania poświęcone m.in. fanom Gwiezdných Wojen, Star Treka, Batmana, Sherlocka Holmesa, Doktora Who, Jamesa Bonda oraz wielu innym produkcjom współczesnej kultury popularnej².

Odwołując się do ustaleń Piotra Siuda, można wyróżnić trzy fale naukowego zainteresowania problematyką fanowską (Siuda 2010). Pierwszą z nich autor określa mianem „fali dewiacji”. Chodzi tu o zapoczątkowany w pierwszej połowie dwudziestego wieku okres, kiedy to fanów kultury popularnej oraz sportu traktowano jako maniaków, czy obsesyjnych szaleńców, skrajnie podatnych na manipulacyjne oddziaływania mediów. Fan był wówczas postrzegany głównie jako dewiant, dziecinna jednostka, niezdolna do samodzielnego myślenia, podatna na manipulację i skłonna do zachowań agresywnych.

Najbardziej chyba spektakularnym przykładem takiego podejścia, związanym z tematem niniejszego artykułu, są publikacje Fredericka Werthama z lat pięćdziesiątych na temat czytelników komiksów. Ten popularny wówczas psychiatra – głównie dzięki udziałowi w transmitowanych przez telewizję obradach Podkomisji Senatu USA ds. Przystępczości Nieletnich – dał się poznać jako zagorzały, by nie powiedzieć fanatyczny, przeciwnik komiksów. W audycjach radiowych, tekstach publicystycznych i opracowaniach naukowych³ oskarżał historie obrazkowe o propagowanie treści, które nieodwracalnie wypaczają psychikę czytelników (Wertham 1948, 1953). Teksty kontrowersyjnego psychiatry zawierają szereg opisów dziecięcej agresji, fragmenty wywiadów przeprowadzanych z młodocianymi przestępcami oraz ilustracje w postaci najbardziej drastycznych kadrów komiksowych. Za pomocą takich zestawień Wertham przekonywał o szkodliwości komiksów, które nie tylko przyczyniają się do wzrostu przestępczości wśród nieletnich, ale prowadzą do wielu poważnych problemów rozwojowych czyniąc z czytelników patologiczne jednostki.

Warto odnotować, że dziś nie tylko kwestionowana jest naukowa wiarygodność ustaleń Werthama, ale także podejmowane są interesujące próby odwrócenia tej argumentacji, polegające na traktowaniu komiksów i komiksowych superbohaterów jako narzędzi terapeutycznych, które mogą pomagać w radzeniu sobie z problemami natury psychicznej. Jako przykład można wymienić wydaną niedawno książkę Janiny Scarlet *Superhero Therapy: A Hero's Journey through*

² Zob.: <http://www.intellectbooks.co.uk/books/view-Series?id=32/> [dostęp: 20.10.2016].

³ Najbardziej znaną jego publikacją naukową pozostaje *Seduction of the Innocent*. Wiele informacji na temat tej książki można znaleźć na stronie: www.lostsoti.org [data dostępu: 20.10.2016].

Acceptance and Commitment Therapy, w której autorka opisuje, jak superbohaterowie mogą zostać zaangażowani do procesu terapeutycznego i pomóc ludziom radzić sobie z niepokojem, lękiem, depresją, wstydem i traumami. Proces terapeutyczny oparty jest tu na pokazywaniu, w jaki sposób codzienne problemy ludzi są odwzorowywane w opowieściach superbohaterskich (Scarlet 2016)⁴. Jak widzimy to, co kiedyś było źródłem oskarżeń o eskapizm i odwracanie się od rzeczywistości, staje się dziś sposobem na przywracanie jednostkom umiejętności radzenia sobie z problemami i efektywnego funkcjonowania w tej rzeczywistości. Innym poruszającym przykładem praktycznego wykorzystania fascynacji superbohaterami w procesie radzenia sobie z traumą jest autobiograficzny komiks Deana Trippe, w którym opisuje on sposób, w jaki Batman pomógł mu poradzić sobie z tragedią, jakiej doświadczył w dzieciństwie (Trippe 2015)⁵. Komiksowy, fikcyjny bohater ukazany jest tu, jako postać która realnie pomaga w procesie przełamywania traumy.

Jednak pomimo tego, że dziś coraz częściej odrzuca się i kwestionuje taki sposób myślenia, jak ten reprezentowany przez Werthama, w refleksji naukowej nadal można znaleźć jego kontynuatorów, wpisujących się swoimi pracami w nurt „fali dewiacji”. Joli Jenson pokazuje, że współcześnie również obecne są poglądy, zgodnie z którymi fan to patologiczna, obsesyjna i niezdolna do życia w społeczeństwie jednostka bądź też członek rozhisteryzowanego tłumu (Jenson 2001, s.11-12). Ich źródeł należy upatrywać według autorki w refleksji na temat zjawisk związanych z rozwojem nowoczesnego społeczeństwa przemysłowego – upadku wspólnoty i będącej jej rezultatem atomizacji oraz rosnącej władzy mediów. Oba te zjawiska odpowiadają za ukształtowanie się wyobrażenia fana jako jednostki samotnej i podatnej na medialny wpływ. O ile taki wizerunek fana jest krzywdzący i daleki od rzeczywistości, o tyle nie sposób zaprzeczyć, że i dziś fani stają się ofiarami manipulacji. Jako przykład można rozważyć przypadek akcji promocyjnej poprzedzającej premierę filmu Christophera Nolana *The Dark Knight*. Według Margaret Rossman ta kampania pokazała, że dzisiejszy filmowo-komiksowy fandom może być łatwym obiektem manipulacji specjalistów od marketingu (Rossman 2013). Jest to niestety manipulacja o tyle niebezpieczna, że stwarza iluzję autonomii, aktywności i kreatywności tych, którzy są obiektem jej oddziaływań. Trudno nie zgodzić się z autorką, że dzięki pomysłowym rozwiązaniom marketingowcy cynicznie wykorzystali fanów do własnych celów.

Na początku lat dziewięćdziesiątych zaczęły pojawiać się pierwsze symptomy nadchodzących zmian w refleksji na temat fanów. Coraz częściej zaczęto kwestionować skrajnie negatywny wizerunek fana zastępując maniakalno-histeryczną, bierną jednostkę, aktywnym i twórczym podmiotem zdolnym do przeciwstawienia się działalności przemysłu kulturalnego. Te zmiany

⁴ Więcej informacji o książce i terapii można znaleźć na stronie: <http://www.superhero-therapy.com/> [dostęp 20.12.2016]

⁵ Zob: <http://www.tencenticker.com/somethingterrible/> [data dostępu: 20.10.2016].

w refleksji na temat fanowskiej działalności Piotr Siuda określa mianem „fali oporu”. W ramach tego nurtu tym „złym” stają się podmioty przemysłu kulturalnego, które produkują treści nastawione na manipulowanie społeczeństwem i czerpanie zysków, natomiast fani są postrzegani jako ta część masowej publiczności, która jest bardziej świadoma nieuczciwych praktyk niż przeciętni odbiorcy. Fan jako jednostka doskonale obeznana z kulturą popularną, dysponuje bowiem możliwościami aktywnego interpretowania i reinterpretowania oferowanych mu treści oraz przeciwstawiania się presji.

Umowną datą rozpoczęcia trzeciego okresu – określanego jako „fala głównego nurtu” – jest według Siudy rok 2006, kiedy to ukazała się publikacja Henry’ego Jenkinsa *Kultura konwergencji*. W ramach tej optyki fan nie jest już traktowany jako tylko twórczy buntownik, który potrafi przeciwstawić się hegemonii wielkich koncernów medialnych, a staje się kimś, kto może z nimi współpracować i czerpać z tej współpracy realne korzyści. Refleksja naukowa pojawiająca się wraz z tą trzecią falą odrzuca czarno-biały podział na „złych” (koncerny medialne) i „dobrych” (fani), zastępując go metaforą współpracy opartej na wzajemnym zrozumieniu. Problematykę napięcia i wzajemnych oddziaływań zachodzących między przemysłem kulturowym a fanami podejmuje William Proctor (2013). Odwołując się do kategorii marksistowskich, podkreśla on, że choć środki produkcji znajdują się w rękach przedstawicieli wielkich koncernów, to jednak rola fandomu jest dziś znacząca. Twórcy muszą wychodzić naprzeciw oczekiwaniom odbiorców, choć nie jest to łatwe i nie zawsze się udaje. Według autora jako przykład tej zależności może posłużyć filmowa trylogia Christophera Nolana, który – nie rezygnując z wolności twórczej – wziął sobie do serca oczekiwania fandomu, dzięki czemu jego produkcje zdobyły uznanie krytyków i zaskarbiły sobie sympatię zagorzałych fanów Batmana. Wreszcie dostali oni bowiem to, na co czekali od lat, czyli swojego komiksowego idola tak mrocznego i tak realnego, jak to tylko możliwe.

Wydaje się zatem, że dziś fan jest bardzo skomplikowaną kategorią, która obarczona jest bagażem wszystkich znaczeń wypracowywanych od początku dwudziestego wieku. Dla jednych będzie to nadal patologiczna jednostka, przesadnie reagująca na obiekty własnej fascynacji i dająca sobą manipulować. Dla innych będzie to krytyczny i w pełni świadomy manipulacyjnej działalności wielkich koncernów odbiorca, zdolny do tego, by przeciwstawić się systemowi medialnemu. Znajdziemy wreszcie i takie poglądy, zgodnie z którymi fan stał się dziś pełnoprawnym podmiotem gry, jaką twórcy podejmują z publicznością. Nie sposób jednak zaprzeczyć, że w rezultacie tego procesu fan przestał być postrzegany jako jednowymiarowa, bierna jednostka i zyskał szereg nowych właściwości. Z punktu widzenia problematyki niniejszego tekstu kluczowe wydaje się to, że jest on postrzegany jako jednostka potencjalnie produktywna. John Fiske w tej fanowskiej działalności dopatruje się trojkiego rodzaju produktywności (Fiske 2001).

Po pierwsze zatem, mamy tu do czynienia z produktywnością semiotyczną (*semiotic productivity*), która polega na tym, że odbiorcy dóbr kultury popularnej wpisują w nie własne znaczenia, zazwyczaj inne od tych, które chcą narzucić przedstawiciele kultury dominującej. Fiske podaje przykład fanek Madonny, które wypracowują definicje własnej seksualności, opozycyjne wobec tych, które chcieliby narzucić krytycy tej piosenkarki – tam gdzie oni widzą łamanie reguł, wulgarność i perwersję, wielbicielki dostrzegają manifest wyzwolenia z opresji narzucanej przez patriarchalne społeczeństwo (Fiske 2001, s. 37). Odwołując się do przykładów komiksowych, warto wskazać badania przeprowadzone przez Annę-Marię Covich. Autorka na podstawie analizy wywiadów z fanami Batmana, dochodzi do wniosku, że kluczową rolę w procesie identyfikacji z tą postacią odgrywa nie tyle – będąca główną jej właściwością – niezłomna walka o sprawiedliwość, ale fakt posiadania przez nią typowo ludzkich słabości. Przesłanie płynące z tych opowieści jest według respondentów proste – skoro człowiek bez supermocy jest w stanie pokonać swe słabości, to każdy człowiek, jeżeli tylko chce, może zrobić coś wartościowego dla świata⁶.

Po drugie, w ramach fanowskiej działalności daje się zaobserwować produktywność wypowiedzeniową, czy też enuncjacyjną (*enunciative productivity*). O ile produktywność semiotyczna ma charakter wewnętrzny i związana jest z procesami interpretacji oraz nadawania określonych znaczeń np. podczas cichej lektury, o tyle z produktywnością enuncjacyjną mamy, według Johna Fiske, do czynienia wówczas, gdy owe wypracowane przez odbiorców znaczenia zostaną wypowiedziane i staną się przedmiotem dyskusji prowadzonej wśród fanów. Możliwość dzielenia się własnymi opiniami, poglądami i sposobami interpretowania określonych dzieł stanowi jeden z kluczowych elementów konstytuujących wspólnotowy charakter fandomu.

Produktywność tekstualna (*textual productivity*) to trzecia forma produktywności, o której mówi Fiske. W tym przypadku chodzi o działalność polegającą na tworzeniu własnych dzieł, które następnie puszczane są w obieg fanowskiej kultury. Ta sfera jest dziś najbardziej rozbudowana, co manifestuje się między innymi w wielości typów działań podejmowanych przez fanów kultury popularnej. Można tu mianowicie wyróżnić: *fan fiction*, *fan art*, *fan film* czy też *cosplay* (zob. np. Siuda 2012, s. 77-81). Ta sfera fanowskiej działalności jest dziś zbyt rozbudowana i wielowymiarowa, by opisać ją w wyczerpujący sposób, dlatego poniżej przedstawiam tylko ogólną charakterystykę najpopularniejszych form fanowskiej aktywności, którą uszczegóławiam w kolejnym rozdziale.

Fan fiction to pojęcie odnoszące się do utworów (literackich, komiksowych) tworzonych przez fanów na podstawie określonych dzieł publikowanych oficjalnie. Są to rzeczy całkowicie amatorskie, które powstają tylko po to, by dzielić się nimi w ramach fandomu. Może to być na

⁶ Nie negując tego wzniesłego przesłania, warto jednak odnotować na marginesie, że taka charakterystyka, czyni z Batmana doskonałe narzędzie współczesnego, neoliberalnego dyskursu rządomyślności, który narzuca dziś obowiązek podmiotowego działania i brania pełnej odpowiedzialności za swoje sukcesy i niepowodzenia.

przykład kontynuacja jakiejś książki czy komiksu, może to być również opowieść, w której główną rolę grać będą postacie wywodzące się z jakiegoś literackiego, filmowego lub komiksowego uniwersum. Warto zaznaczyć, że nie zawsze są to opowieści o głównych bohaterach – ostatnio bardzo popularne jest tworzenie historii także o postaciach drugoplanowych lub złoczyńcach. Na przykład Leslie McMurtry analizuje fanowską twórczość publikowaną na portalu FanFiction.net poświęconą postaci Jokera, czyli jednego z czarnych charakterów świata Batmana (McMurtry 2013). *Fan art* odnosi się natomiast do amatorskiego tworzenia prac graficznych, które nawiązują do oficjalnych produkcji. Mogą to być plakaty, portrety bohaterów, paski komiksowe oraz grafiki, które również pozostają w obrębie fandomu, ale podobnie jak w przypadku *fan fiction*, możliwe jest publikowanie ich na odpowiednich portalach internetowych (np. deviantart.com). *Fan film* to obszar odnoszący się do amatorsko-fanowskiej twórczości filmowej. W przeciwieństwie do *fan fiction* i *fan artu*, ta sfera działalności wymaga już znacznie większych nakładów finansowych i współpracy w obrębie środowiska fanowskiego, choć w związku z rozwojem mediów można sobie również wyobrazić materiały nagrywane przez pojedyncze osoby i publikowane w sieci. Najbardziej być może widowiskową formą produktywności tekstualnej zajmują się tak zwani *cosplayerzy*, czyli osoby tworzące kostiumy swoich ulubionych bohaterów i biorące udział w konkursach na najlepsze ich wykonanie, organizowanych podczas konwentów poświęconych kulturze popularnej.

O ile najłatwiej poddać analizie produktywność tekstualną i enuncjacyjną, o tyle kluczowe znaczenie ma jednak produktywność semiotyczna. Wyrażam tu zatem pogląd odmienny od tego, który proponuje chociażby Piotr Siuda, stwierdzając, że produktywności semiotycznej nie można uznać za osobny rodzaj produktywności (Siuda 2012, s. 77). Przekonanie o kluczowej roli produktywności semiotycznej da się wyprowadzić z perspektywy Michela de Certeau, który zajmował się analizą praktyk konsumenckich pod znakiem zapytania stawiających powszechne przekonanie o biernej naturze odbiorców kultury popularnej (de Certeau 2008). Wydaje się, że w badaniach fanowskiej produktywności właśnie ta perspektywa może okazać się szczególnie przydatna.

Według francuskiego antropologa stereotypowe przekonanie, że konsument nic nie tworzy, jest rezultatem upowszechnienia się osiemnastowiecznej ideologii oświeceniowej ustanawiającej i legitymizującej hierarchę w relacji pomiędzy wytwórcami i odbiorcami. Analizując praktyki związane z czytelnictwem jako jedną z odmian relacji wytwórca-konsument de Certeau postuluje zwrócenie uwagi na szereg podejmowanych przez czytelnika praktyk, które dotąd były pomijane milczeniem. Te czytelnicze aktywności sprawiają, że ów proces można porównać do swoistego „kłusownictwa”. Czytelnik podczas lektury staje się tu aktywnym konstruktorem określonych sensów, które są rezultatem jego wcześniejszych doświadczeń, skojarzeń, zasobu

wiedzy, nastroju i wyobraźni. Są to zasoby interpretacyjne nieustannie uruchamiane podczas lektury. Dzięki nim nawet kolejne odczytania tego samego tekstu mogą znacznie się od siebie różnić⁷. Czytelnik w ten sposób może między innymi omijać, odrzucać, kwestionować odczytania oficjalne, narzucane przez tych, którzy roszczą sobie prawo do ostatecznej interpretacji dzieła. Nie jest to oczywiście łatwe, gdyż lata opresyjnej edukacji pełne są otępiających ćwiczeń, w ramach których jednostka ma przyswoić sobie te interpretacje oraz potraktować je ostatecznie jako własne i kultywować przez całe swoje życie.

Z tej perspektywy to zatem nie tyle jednostka jest z natury biernym i mechanicznym odbiorcą gotowych treści i ostatecznych interpretacji, co raczej staje się kimś takim w procesie indoktrynacji, który ma zakończyć się jednoznacznymi rozstrzygnięciami dotyczącymi tego, kto i dlaczego „wielkim poetą był”. Propozycje de Certeau idą w kierunku odwrotnym, chodzi tu bowiem o spojrzenie na czytelnika, jako na kogoś, kto może podjąć próbę wyzwolenia się spod tej władzy i zacząć aktywnie czytać, w autonomiczny sposób, interpretując teksty oraz wpisując w nie własne znaczenia. Jest bowiem czytelnik „wytwórcą ogrodów będących miniaturą świata i jego sprawdzianem, Robinsonem wyspy, którą należy odkryć, lecz «owładniętym» również własnym szaleństwem, wprowadzającym mnogość i różnicę do zapisanego systemu społeczeństwa i tekstu. Jest więc autorem powieściowym” (de Certeau 2008, s. 172). Ta propozycja wydaje się interesującym punktem wyjścia do analizy działań podejmowanych na gruncie fandomu komikсового. Nie chodzi tu jednak o to, by z góry zakładać twórczy charakter wszelkiej fanowskiej działalności, ale o to, by uwrażliwić się na analizę wytworów fandomu (czyli rezultatów produktywności enuncjacyjnej i tekstualnej) i podjąć próbę rekonstrukcji warstw znaczeń w nich ukrytych wynikających z różnorodnych odczytań (czyli rezultatów produktywności semiotycznej). W dalszej części tekstu w charakterze wprowadzenia do tej analizy prezentuję najważniejszą praktykę podejmowaną przez polskich fanów komiksu.

4. *Polscy fani komiksów*

Głównym przedmiotem dalszych rozważań są przejawy produktywności tekstualnej i enuncjacyjnej, gdyż mają one zobiektywizowane formy, które można poddać analizie. Z uwagi na wewnętrzny charakter produktywności semiotycznej pozostaje ona tymczasowo poza obszarem zainteresowań, choć – jak sygnalizowałem powyżej – warto mieć na uwadze, że manifestuje się ona właśnie na poziomie produktywności enuncjacyjnej i tekstualnej. Poniższa charakterystyka

⁷ Każdy zapewne nie raz znalazł się w sytuacji, gdy podczas kolejnej lektury tej samej książki, często mającej miejsce po wielu latach, interpretował ją zupełnie inaczej niż wcześniej. Trafnie opisał tę sytuację Jerzy Pilch, który w książce *Bezpowrotnie utracona lenoreczność* stwierdził, że „książek nie czyta się po to, aby je pamiętać. Książki czyta się po to, aby je zapominać, zapomina się je zaś po to, by móc znów je czytać”.

jest raczej wstępnym wytyczeniem pola dalszych badań w oparciu o kategorie produktywności, niż szczegółową analizą⁸.

Zacznijmy zatem od wskazania kilku przykładów *produktywności tekstualnej*. Ważnym i najbardziej oczywistym rodzajem tego rodzaju działalności podejmowanej przez fanów komiksu jest oczywiście tworzenie tekstów o komiksach. Mogą to być recenzje, omówienia, eseje, relacje bądź inne formy publicystyczne prezentowane w formie pisemnej lub mówionej. Mogą one być publikowane w magazynach komiksowych wydawanych w formie papierowej bądź też internetowej. W internecie tego rodzaju teksty ukazują się na specjalnych tematycznych portalach poświęconych komiksom lub w odpowiednich działach portali ogólnotematycznych. Co więcej, dzięki dynamicznemu rozwojowi nowych aplikacji internetowych niemal każdy może dziś założyć autorskiego bloga poświęconego komiksom i publikować na nim własne teksty. Uprawianie publicystyki związanej z komiksami stanowi dziś aktywność dostępną dla każdego zainteresowanego taką formą działalności miłośnika komiksów.

Jeśli chodzi o miejsca, w których można publikować swoje teksty, to w pierwszej kolejności należy wymienić tworzone przez fanów portale i blogi poświęcone wyłącznie komiksom: „Aleja Komiksu”, „Gildia Komiksu”, „KZ – Magazyn Miłośników Komiksu”, „Kolorowe Zeszyty”; „Czas na komiks”, „Strefa Komiksu”, „Ziniol”. Obok nich funkcjonują również portale poświęcone szeroko rozumianej kulturze popularnej, które mają osobne działy poświęcone komiksom: „Magazyn Kultury Popularnej Esensja”, „Paradoks”, „Poltergeist”, czy powstały niedawno blog „Brody z Kosmosu”, który ma także swoją internetową wersję magazynową dostępną w pliku pdf. Działy poświęcone komiksom mają też ogólnopolskie portale internetowe (np. Wirtualna Polska, Onet). Wymienione powyżej portale i blogi są tworzone przez mniej lub bardziej zorganizowane i zinstytucjonalizowane redakcje, ale fani komiksu działają także poza tymi strukturami i tworzą własne, amatorskie jednoosobowe blogi. Mają one różny charakter: są wśród nich takie, które nastawiają się na publicystykę, ale znajdziemy również blogi publikujące newsy i materiały graficzne. Do pierwszych można zaliczyć m.in. „Kopiec Kreta”, czy też „Blog Anonimowego Grzybiarza”. W drugiej znajduje się np. blog „Z Dziennika Geeka”.

Poza ogólnotematycznymi portalami i blogami można odnaleźć także takie, które poświęcone są konkretnemu gatunkowi, bohaterowi, twórcy lub wydawnictwu. Komiksy superbohaterskie są głównym przedmiotem zainteresowania twórców magazynu „SuperHero”. Wśród blogów poświęconych konkretnemu bohaterowi komiksowemu należy wymienić: „BatCave”, „Gotham w Deszczu” – oba koncentrują się wokół postaci Batmana; „Daily Planet” – blog poświęcony

⁸ Z uwagi na brak miejsca pomijam np. miłośników mangi, o których można byłoby napisać osobną, fascynującą monografię. Niektóre formy aktywności fanów komiksu opisywałem w innej ramie teoretycznej w: Ciołkiewicz 2015.

Supermanowi. Jeżeli zaś chodzi o bohaterów europejskich, to należy wymienić chociażby „Thorgalverse”, na którym główną postacią jest Thorgal. Blogi koncentrujące się wokół konkretnych twórców to np. „Na plasterki” – blog zajmujący się twórczością Janusza Christy (autor serii komiksów o Kajku i Kokoszu), „Niezwycześony” – blog poświęcony dorobkowi Roberta Kirkmana (autor komiksu „Żywe trupy”). Głównym przedmiotem zainteresowania mogą być także wydawnictwa: „Nieregularny Blog Poświęcony Image Comics”, „DC Maniak” (blog poświęcony wydawnictwu DC), „Avalon” (blog poświęcony wydawnictwu Marvel), „Planeta Komiksu” (blog o obu wymienionych amerykańskich wydawnictwach). Warto wskazać także jeden z młodszych blogów, poświęcony legendarnemu brytyjskiemu wydawnictwu 2000AD – „2000AD PL”. Już na podstawie tego pobieżnego przeglądu można stwierdzić, że blogosfera jest dziś – między innymi ze względu na techniczne udogodnienia – bardzo popularnym obszarem fanowskiej działalności.

Nie sposób także pominąć działalności z pogranicza publicystyki i twórczości komiksowej. Ważnym elementem aktywności fanów komiksu są mianowicie różnego rodzaju magazyny komiksowe tworzone bądź przez autorów komiksów bądź też przez publicystów (bądź przez jednych i drugich). Publikowane są w nich paski komiksowe, krótkie komiksy, recenzje, felietony. Wymienić trzeba m.in: powołany do życia przez Łukasza Mazura, Jacka Jastrzębskiego oraz Mateusza Trąbińskiego „Biceps” (pierwszy numer ukazał się w 2010 roku, do dziś ukazało się siedem numerów). Wśród magazynów, które już się nie ukazują odnotować trzeba: „Produkt” (założony przez Michała Śledzińskiego magazyn wydawany w latach 1999-2004), „Ziniol. Kwartalnik Kultury Komiksowej” (stworzony przez Dominika Szcześniaka wydawany od 1998 do 2010 zawierający komiksy i publicystykę). Warto odnotować, że choć ostatni numer pojawił się w roku 2010 do dziś funkcjonuje w internecie blog „Ziniol” poświęcony komiksom. Co ważne cały czas powstają także nowe inicjatywy. Przypadek „Ziniola” pokazuje, że obecnie publikacyjna działalność fanów komiksu często przenosi się do internetu. Istnieją oczywiście jeszcze magazyny w wersji papierowej (np. „Biceps”), ale ich autorzy borykają się z coraz większymi problemami. Do nowych magazynów zaliczyć można np. „Komiks i My”, który w ostatnim czasie zadebiutował w polskiej komiksowej sferze publicznej.

Intensywnie rozwijającą się dziś formą działalności publicystycznej jest tworzenie i publikowanie filmów na portalu You Tube. Trzeba tu wymienić między innymi kanał programu radiowego „Prosto z Kadru”, na którym publikowane są audycje wcześniej emitowane na antenie radiowej (często w wersji rozszerzonej). Kanał poświęcony jest szeroko rozumianej tematyce komiksowej. Znajdziemy tu recenzje najnowszych komiksów, dyskusje z twórcami, relacje z imprez komiksowych. Kolejną inicjatywą jest kanał „Komiksomaniak” na którym omawiane są komiksy, filmy będące ich adaptacjami oraz wszelkie sprawy z nimi związane. Na komiksach

z uniwersum DC koncentruje się natomiast autorka kanału „Egzaltowana BlueBird”. Znajdziemy tu omówienia wybranych zeszytów oraz komentarze na temat postaci z tego uniwersum. Inne kanały, które warto wymienić to m.in.: „Spoiler Included”, Comics Weekly” „Kadr ci w oko”, „Szafa z komiksami” i wiele innych. Ten sektor fanowskiej działalności wydaje się najbardziej dynamiczny – powstaje wiele nowych kanałów, ale nie wszystkie wytrzymują próbę czasu.

W komiksowym fandomie nie tylko o komiksach się pisze i mówi, ale także próbuje się komiksy tworzyć. Amatorscy twórcy nieustannie produkują własne dzieła, ale zazwyczaj wędrują one do szuflady, albo są publikowane w internecie, gdyż wydanie komiksu wiąże się z dużymi kosztami. Dziś bardzo popularne – w Polsce i na świecie – stało się finansowanie społeczne (*crowdfunding*), polegające na poszukiwaniu wsparcia finansowego wśród członków grup potencjalnie zainteresowanych danym produktem. Jednym z najstarszych polskich serwisów *crowdfundingowych* jest – wzorowany na amerykańskim Kickstarterze – „Polak Potrafi”, który wystartował w marcu 2011 roku, natomiast jednym z pierwszych wydawnictw, które wydało komiks dzięki tej formie finansowania było Wydawnictwo Dobre Historie, które opublikowało komiks oraz książkę o przygodach bohaterki żyjącej w postapokaliptycznym świecie (*Tequila, Liczba Bestii*). Innym dziełem sfinansowanym w podobny sposób, ale za pośrednictwem innej platformy, był komiks *Kij w dupie*. Sfinansowany dzięki zbiorce pieniędzy na platformie „Wspieram to” komiks ukazał się w 2014 nakładem wydawnictwa Gindie. Inaczej niż w przypadku *Tequili*, była to papierowa wersja komiksu publikowanego wcześniej w internecie, zatem osoby, które zdecydowały się na wsparcie, wiedziały, w co inwestują swoje pieniądze. Podobna sytuacja miała miejsce w przypadku komiksu internetowego *Strange Years*. Komiks najpierw został opublikowany w internecie, a później ukazał się nakładem wydawnictwa Kultura Gniewu dzięki funduszom zebranych przez platformę „Wspieram to”. W sierpniu 2015 roku sukcesem zakończyła także zbiórka pieniędzy na wydanie drugiego tomu komiksu *Kij w dupie* oraz innego komiksu internetowego *Portal*. Aktywne poszukiwanie źródeł finansowania realizacji własnych projektów bez wątpienia dowodzi aktywności komiksowej wspólnoty.

Własne dzieła można publikować w internecie lub wydawać dzięki finansowaniu społecznemu, ale można również proponować współpracę oficjalnie działającym na rynku wydawnictwom. Tym bardziej, że jest ich wiele, a w ostatnim czasie ciągle przybywają nowe. Do największych i najbardziej znanych zaliczyć należy m.in. Wydawnictwo Egmont, Wydawnictwo Komiksowe, Timof i Cisi Wspólnicy, Kultura Gniewu, Taurus Media, Mucha Comics, Ongrys, Centrala. W ostatnim czasie na rynku pojawiły się także nowe oficyny z bardzo ciekawą ofertą: Planeta Komiksów (publikujące głównie komiksy wydawnictwa Dynamite), Bum Projekt (oferujące m.in. *Mysią Straż* i wznawiające na polskim rynku serię *Dylan Dog*), Studio Lain (wydające komiksy 2000AD), Scream Comics (oferujące głównie komiksy frankofońskie), Kubusse (wprowadzające

na rynek komiksy ze scenariuszami Jeana van Hamme'a: *Epoxy*, *Lady S.*), Wydawnictwo Kurc⁹ (debiutujące w październiku 2015 komiksem *Storm* i systematycznie oferujące kolejne klasyczne pozycje komiksu frankofońskiego) czy wydawnictwo OMG! Wytwórnia Słobobrazu (rozpoczynające swoją przygodę od amerykańsko-francuskiego hitu *Jam jest Legion*). Tę listę uzupełnić trzeba o wspomniane już powyżej wydawnictwo Gindie, które założone zostało w roku 2012 i pierwotnie wydawało gry fabularne a dziś publikuje także komiksy. Odnotować trzeba, że większość z tych wydawnictw to małe oficyny powołane do życia przez fanów komiksu.

Wymienione powyżej formy działalności publikacyjnej poświęconej komiksom wpisujące się w obszar produktywności tekstualnej nie wyczerpują oczywiście zagadnienia. Poza nimi jest zapewne jeszcze wiele miejsc, w których uczestnicy świata społecznego komiksu realizują swoją pasję pisząc i mówiąc o komiksach. Obok tej zorganizowanej działalności publikacyjnej zaobserwować można także oddolne inicjatywy fanowskie w większym stopniu nastawione na wspólnotowość, którą można wiązać z *produktywnością enuncjacyjną*. Wszędzie tam, gdzie fani nie tylko prezentują wytwory własnej działalności, ale także zaczynają o nich żywiłowo dyskutować, manifestuje się ich aktywność i zaangażowanie.

Omawianie tych form działalności warto zacząć od krótkiej charakterystyki profili zakładanych na portalach społecznościowych, gdzie często toczą się niezwykle żywiłowe dyskusje poświęcone problematyce komiksowej. Zacznijmy zatem od profili związanych z istniejącymi na rynku wydawnictwami czy seriami komiksowymi. Jako przykład posłużyć może zakładanie na Facebooku stron poświęconych komiksom. Jednym z przejawów takiej działalności jest inicjatywa dwóch miłośników komiksu, którzy latem 2012 roku założyli fanpage serii „Wielka Kolekcja Komiksów Marvela”, wydawanej na polskim rynku przez wydawnictwo Hachette. Fani komiksów superbohaterów stworzyli stronę poświęconą kolejnym tomom, która jest zdecydowanie lepsza od oficjalnej witryny wydawnictwa. Autorzy publikują szczegółowe informacje na temat twórców, prezentują dzieje superbohaterów, omawiają relacje pomiędzy poszczególnymi tomami, publikują recenzje, czy wreszcie opisują analogiczne kolekcje wydane w Wielkiej Brytanii i Czechach. Warto odnotować, że publikacja tej kolekcji komiksowej okazała się tak dużym sukcesem, że Hachette zdecydowało się na start jeszcze jednej kolekcji poświęconej marvelowskim superbohaterom (Kolekcja Superbohaterowie Marvela), a Eaglemoss wszedł na polski rynek z kolekcją komiksów z uniwersum DC (Wielka Kolekcja Komiksów DC). Istotą tych profili jest oczywiście publikowanie przez autorów informacji na temat komiksu, ale kluczową rolę odgrywają tu dyskusje fanów dotyczące rozmaitych aspektów wydawanych komiksów. Informacje zamieszczane przez administratorów profilu są zazwyczaj jedynie wstępem do dyskusji.

⁹ Pierwotnie: Wydawnictwo Incal.

Jeżeli już o Facebooku mowa, to interaktywny charakter tego portalu społecznościowego sprzyja zakładaniu grup dyskusyjnych, na które zapisywane są osoby o ściśle określonych zainteresowaniach. Nie mogło oczywiście zabraknąć tu grup zrzeszających fanów komiksu. Chyba najbardziej znaną i najliczniejszą (ponad cztery tysiące osiemset osób) jest grupa o nazwie „Kult Kultury Komiksu”. Członkowie tej grupy dzielą się na portalu swoimi opiniami na temat poszczególnych komiksów, dyskutują o działalności wydawnictw czy też o formule konwentów i festiwali organizowanych w Polsce. Tematyka podejmowana w ramach tej grupy jest bardzo szeroka i odnosi się do rozmaitych form komiksowej działalności. Bardziej ograniczona tematycznie jest inna facebookowa grupa „Peleryny i maski” licząca około półtora tysiąca członków. Jak sama nazwa wskazuje jej uczestnicy zajmują się przede wszystkim dyskusjami na temat komiksów superbohaterskich.

Jednym z najbardziej widocznych poza internetem przejawów działalności fanowskiej jest organizacja konwentów. Są to spotkania, na których kluczową rolę – jak zgodnie podkreślają ich uczestnicy – odgrywa możliwość spotkania się i dyskusowania na tematy będące wspólną pasją. Wśród miłośników komiksu status kultowych imprez mają przede wszystkim dwa wielkie międzynarodowe festiwale: ComicCon w San Diego oraz Festiwal Komiksu w Angoulême. Ten pierwszy jest rzecz jasna ważny dla miłośników komiksu amerykańskiego, drugi natomiast dla fanów komiksów frankofońskich. Nie są to jedyne festiwale komiksowe, ale właśnie one cieszą się wyjątkową estymą – chyba każdy fan marzy, by choć raz w życiu wziąć udział w tych wielkich świętach komiksu.

Najważniejszą komiksową imprezą w Polsce jest natomiast Międzynarodowy Festiwal Komiksu i Gier, organizowany od roku 1991 w Łodzi. Podczas tej imprezy spotykają się fani komiksu z całej Polski i biorą udział w prelekcjach, spotkaniach z autorami, warsztatach komiksowych, kupują komiksy na stoiskach wydawców i na giełdach, a także wytrwale polują na autografy i rysografy twórców. Co roku w Łodzi można spotkać największe gwiazdy światowego komiksu. Od niedawna komiksy mają także swój dział podczas corocznych Warszawskich Targów Książki – jest to tzw. Komiksowa Warszawa. Tu też coraz chętniej pojawiają się wydawcy i autorzy. Trzeba także wymienić takie inicjatywy jak: Lubelskie Spotkania Komiksowe, Festiwal Komiksu i Kultury Popularnej DwuTakt organizowany w Toruniu, Dzień Darmowego Komiksu organizowany przez Bibliotekę Uniwersytecką w Poznaniu czy Krakowski Festiwal Komiksu. Poza imprezami poświęconymi tylko komiksom trzeba oczywiście wymienić wielkie konwenty poświęcone kulturze popularnej, na których komiks również zajmuje ważne miejsce. Do najważniejszych należą: Pyrkon (Poznań), Falkon (Lublin); Polkon (Wrocław). Są to ogromne imprezy przez które przewija się kilka tysięcy osób zainteresowanych różnymi przejawami kultury popularnej. Esencją tych spotkań są dyskusje uczestniczących w nich fanów.

Jednym z najbardziej widowiskowych aspektów fanowskiej działalności, manifestującej się głównie podczas festiwali i konwentów, jest działalność tzw. *cosplayerów*, czyli osób przebiegających się za bohaterów komiksów, gier komputerowych czy filmów. Są to pasjonaci, którzy bardzo wiele czasu i energii poświęcają na odtwarzanie w najdrobniejszych szczegółach strojów bohaterów. W Polsce istnieje oficjalna grupa zajmująca się taką działalnością – Komiksowi.pl, ale poza nimi na konwentach komiksowych można spotkać również inne osoby mniej lub bardziej amatorsko i entuzjastycznie tworzących takie przebrania na własną rękę.

Podczas konwentów widoczna jest jeszcze jedna grupa osób podejmujących specyficzną aktywność – łowcy autografów. Nazwa może być nieco myląca, bo przedmiotem ich pożądania są nie tylko zwykłe autografy, ale także – a może przede wszystkim – rysunki wykonywane przez autorów zapraszanych na konwenty. Zdobyćcie takiego „rysografu” nie jest łatwe. Po pierwsze, do najbardziej znanych rysowników ustawiają się zazwyczaj bardzo długie kolejki. Po drugie, stworzenie rysunku (w komiksie, na osobnej kartce albo w specjalnie przygotowanym albumie) wymaga sporo czasu, co sprawia, że liczba osób, które mają szansę na zdobycie takiego trofeum nie jest duża. Po trzecie, żeby mieć szansę na zdobycie rysunku trzeba najpierw pozyskać „numerek” uprawniający do ustawienia się w kolejce do danego artysty (jest to ostatnio wprowadzana przez organizatorów próba uporządkowania żywiu łowców autografów). Wszystko to nie zraża najbardziej wytrwałych uczestników tego wyścigu, dla których cały festiwal bardzo często sprowadza się do wielogodzinnego stania w kolejkach po to, by zdobyć „rysograf” i zamienić choć słowo z ulubionym autorem.

Wydaje się, że rozpatrywanie tych wspólnotowych działań podejmowanych podczas konwentów w ramach produktywności enuncyjnej jest uzasadnione ich interaktywnym charakterem. Wszystko to dokonuje się bowiem w relacji pomiędzy fanami, którzy nieustannie ze sobą dyskutują na tematy ściśle związane z tą działalnością. Wszystkie omówione powyżej formy produktywności zdają się stanowić potwierdzenie tezy mówiącej o tym, że postrzeganie fana jako biernej, patologicznej jednostki jest zafałszowywaniem rzeczywistości. Włączenie tych praktyk do charakterystyki fana jest jednak dopiero pierwszym krokiem w analizie. Kolejny powinien polegać na podjęciu szczegółowych etnograficznych badań nad wskazanymi powyżej formami fanowskiej aktywności. Dopiero na ich podstawie będzie można sformułować wnioski na temat charakteru współczesnego fana komiksów.

Podsumowanie

Na podstawie powyższych uwag można stwierdzić, że społeczność fanów komiksu jest niezwykle zróżnicowana i znaczna jej część pozostaje zaangażowana w realizację praktyk związanych z obiektem swojej fascynacji. Nie oznacza to oczywiście, że wszyscy fani komiksu są

w jednakowym stopniu produktywni. Bez wątplenia są wśród nich także takie jednostki, które traktują lekturę komiksu tylko i wyłącznie jako sposób na wypoczynek i relaks. Jednak z godnie z przywołaną tu wcześniej perspektywą Michela de Certeau nawet taka lektura może przecież obfitować w szereg działań o produktywnym charakterze i powinna być traktowana jako przejaw produktywności semantycznej.

Opisując, z konieczności skrótowo, pewien zestaw praktyk fanowskich chciałem odnieść je do szerszej refleksji dotyczącej przeobrażeń kultury popularnej i dyskusji na temat autonomicznego charakteru działalności prosumenckiej. Na podstawie tego przeglądu można sformułować wniosek, że uproszczony i stereotypowy obraz fana jako biernej i niezbyt dostosowanej do życia w społeczeństwie jednostki, jest nie tylko krzywdzący, ale po prostu nieadekwatny. Nie chodzi o to, że fanów odpowiadających temu stereotypowi nie ma – zapewne są, ale obok takiego sposobu bycia fanem jest jeszcze wiele różnych form podejmowania tej aktywności, które należy objąć analizą.

Bez odpowiedzi pozostaje natomiast na razie pytanie o to, w jakim stopniu te praktyki stanowią przejaw autonomicznej prosumpcji, a w jakim są przejawem rządomyślności. Na pierwszy rzut oka może się wydawać, że ta spontaniczna działalność jest doskonałym przykładem podmiotowego zaangażowania aktywnych jednostek w sferę społeczno-kulturowej działalności. Nie sposób jednak wykluczyć, że w tym obszarze obecne są również elementy świadczące o tym, że ta działalność – nawet podejmowana w dobrej wierze – stopniowo zostaje zawłaszczana przez przemysł kulturalny, który w ten sposób bezkosztowo zwiększa skuteczność swego oddziaływania. Odpowiedź na to pytanie wymaga skrupulatnych badań i analiz.

Powyższa charakterystyka pozwala natomiast sformułować tezę mówiącą o globalnym charakterze wspólnoty fanów komiksu. Nie chodzi tu jednak o to, że tworzą oni społeczność, w której wszyscy się znają i komunikują się ze sobą w nieskrępowany sposób. Taka sytuacja jest oczywiście niemożliwa. Zamiast tego mamy raczej szereg mniejszych, zązębiających się wspólnot, w ramach których podejmowane są określone aktywności mające swoje warianty w różnych częściach świata. Najbardziej podatne na taki ogólnościowy charakter są wspólnoty fanów konkretnych bohaterów komiksowych. Ze względu na logikę rozwoju przemysłu komiksowego najbardziej wyrazistymi markami są dziś amerykańscy superbohaterowie, którzy mają swoich fanów na całym świecie. Niemniej jednak każdy fan komiksu ma świadomość funkcjonowania w większej, ogólnościowej strukturze, tworzonej przez osoby, z którymi łączy go wspólnota zainteresowań i praktyk.

Bibliografia

- Baudrillard, J. (2005). *Symulakry i symulacje*, Warszawa: Wydawnictwo Sic!
- Brooker, W. (2013). *Foreword*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, (red.) L. Burke, Bristol: Inntelect Books.
- Burke, L. (2013). (red). *Fan Phenomena. Batman*, Bristol: Inntelect Books.
- Ciołkiewicz, P. (2014). *Wolność i kultura popularna: pomiędzy rządomyślnością i prosumpcją*, [w:] *Rzeczywistość edukacyjna. Wolność a wychowanie. Problemy, dylematy, kontrowersje*, S. Sztobryn, K. Kamiński, (red.), Łódź: Wydawnictwo Naukowe WSP.
- Ciołkiewicz, P. (2015). *Młodzież i kultura popularna. Przyczynek do badań świata społecznego komiksu*, „Władza Sądzenia”, nr 7.
- Covich, A-M. (2013). *Heroes With Issues: Fan Identification With Batman*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, (red.) L. Burke, Bristol: Inntelect Books.
- de Certeau, M. (2008). *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, Kraków: Wydawnictwo UJ.
- de Tocqueville, A. (2005). *O demokracji w Ameryce*, Warszawa: Fudacja Aletheia.
- Dondero, J. (2013). *Dark Hero Rising: How Online Batman Fandom Helped Created A Cultural Archetype*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, (red.) L. Burke, Bristol: Inntelect Books.
- Fiske, J. (2001). *The Cultural Economy of Fandom*. [w:] *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, L.A. Lewis, (red.), London/New York: Routledge.
- Foucault, M. (2010a). *Bezpieczeństwo, terytorium, populacja*, Warszawa: PWN.
- Foucault, M. (2010b). *Narodziny biopolityki*, Warszawa: PWN.
- Habermas, J. (2007). *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Warszawa: PWN.
- Hall, S. (1987). *Kodowanie i dekodowanie, Przekazy i Opinie*, nr 1/2.
- Horkheimer, M., Adorno, T. (2010). *Przemysł kulturalny. Oświecenie jako masowe oszustwo*. [w:] tychże, *Dialektyka oświecenia. Fragmenty filozoficzne*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, London/New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: WAIp.
- Keen, A. (2007). *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, WAIp, Warszawa.
- Krzysztofek, K. (2014). *Rozproszone społeczeństwo: od wielkich centrów wytwórczych do osobistych przemysłów*, [w:] *Prosumpcja: pomiędzy podejściem apokaliptycznym a emancypującym*, P. Siuda, T. Żaglewski, (red.), Gdańsk: Wydawnictwo Katedra.
- Le Bon, G. (2004). *Psychologia tłumu*, Kęty: Wydawnictwo Antyk.
- Levinson P. (1999). *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa: Muza.

- Levinson, P. (2010). *Nowe nowe media*, Kraków: Wydawnictwo WAM.
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa: WNT.
- McMurtry, L. (2013). *Mad, Bad and Dangerous to Know: The Nolan/Ledger Joker, Morality and the Hetero-Fictional Fan Impulse*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, (red.) L. Burke, Bristol: Inntelect Books.
- Mika, B. (2014). *Prosumpcja – niedoszła rewolucja*, [w:] *Prosumpcja: pomiędzy podejściem apokaliptycznym a emancypującym*, P. Siuda, T. Żaglewski, (red.), Gdańsk: Wydawnictwo Katedra.
- Ortega y Gasset, J. (1982). *Bunt mas i inne pisma socjologiczne*, Warszawa: PWN.
- Postman, N. (2002). *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, Warszawa: Muza.
- Proctor, W. (2013). *Dark Knight Triumphant: Fandom, Hegemony and the Rebirth of Batman on Film*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, (red.) L. Burke, Bristol: Inntelect Books.
- Rossmann, M. (2013). *The Passive Case: How Warner Bros. Employed Viral Marketing and Alternate Reality Gaming to Bring Fandom Back Into the Culture Industry*, [w:] *Fan Phenomena. Batman*, L. Burke, (red.), Bristol: Inntelect Books.
- Sartori, G. (2007). *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Warszawa: Wydawnictwo UW.
- Scarlet, J. (2016). *Superhero Therapy: A Hero's Journey through Acceptance and Commitment Therapy*, London: Robinson.
- Siuda, P. (2010). *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, „Studia Medioznawcze”, nr 3.
- Siuda, P. (2012a). *Mechanizmy kultury prosumpcji, czyli fani i ich globalne zróżnicowanie*, „Studia Socjologiczne”, nr 4.
- Siuda, P. (2012). *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Warszawa: IDUW.
- Toffler, A. (1997). *Trzecia fala*, Warszawa: PIW.
- Trippe, D. (2015). *Something Terrible*.
- Wertham, F. (1948). *The Comics... Very Funny*, “The Saturday Review of Literature”, 29 May.
- Wertham, F. (1953). *What Parents Don't Know About Comic Books*, “Ladies' Home Journal”, November.

Summary: *Global Village of Fans. The Case of Socio-cultural Activities of Comic Book Lovers.* The main purpose of this article is to describe the specificity of comic book fans on the background of the socio-cultural transformations. The text is an attempt to answer the question, if comic book fans can be treated as creators of McLuhan's global village. First, the author indicates the theoretical sources of negative image of the fans, that stem from the discussions about the modernization, democratization and the development of mass culture. In the subsequent passage the author presents the issues relating to the contemporary modifications, that take place in the field of cultural production. He also explains Toffler's category of a prosumer. Next, the author describes the transformation of theoretical reflection about the fans. In the last part of the article, various characteristics of the activities undertaken by Polish comic book fans are presented. According to the author, examples analyzed in this article undermine the thesis about passivity of the audience of popular culture.

Key words: global vilage, fan, prosumer, comic books.

Paweł Ciołkiewicz – doktor socjologii, absolwent Uniwersytetu Łódzkiego, adiunkt w Uczelni Nauk Społecznych w Łodzi. Laureat Nagrody im. Jana Lutyńskiego za najlepszą pracę magisterską napisaną w Instytucie Socjologii UŁ (2002) oraz głównej nagrody w ogólnopolskim konkursie na najlepszą pracę doktorską organizowanym pod patronatem Prezydenta RP (2011). Zainteresowania naukowe: analiza dyskursu, kulturowe oddziaływanie mediów, kultura popularna (ze szczególnym uwzględnieniem komiksu). Autor książki pt. *Pamięć zbiorowa w dyskursie publicznym. Analiza polskiej debaty na temat wypędzeń Niemców po drugiej wojnie światowej* (2012) i kilkudziesięciu artykułów publikowanych w punktowanych czasopismach naukowych (m.in. „Przegląd Socjologiczny”, „Studia Socjologiczne”, „Kultura i Społeczeństwo”, „Przegląd Humanistyczny”, „Studia Kulturoznawcze”, „Władza Sądzenia”) oraz monografiach. Publikuje również w magazynach i portalach internetowych poświęconych kulturze popularnej (m.in. „Esensja”, „Paradoks”, „KZ”, „Gotham w Deszczu”).

Kontakt z autorem: pciolkiewicz@gmail.com