

Tomasz Żaglewski – adiunkt w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Obecnie zajmuje się teorią komiksu w kontekście współczesnej kultury medialnej i audiowizualnej, czego efektem ma być książka poświęcona filmowym adaptacjom komiksu. Publikował m.in. w „Kwartalniku Filmowym”, „Przeglądzie Kulturoznawczym”, „Zeszytach Komiksowych” i „Studiach Kulturoznawczych”.

TOMASZ ŻAGLEWSKI

KOMIKS JAKO MEDIUM PARTYCYPACYJNE

W książce *Kultura wizualna a edukacja* Natalia Pater-Ejgierd określiła potrzebę rozwijania alfabetyzmu wizualnego i medialnego mianem jednego z najważniejszych wyzwań współczesnej edukacji. Jak argumentuje autorka za Paulem Messarisem: „Zagadnienie alfabetyzmu wizualnego wiąże się więc z szerokim obszarem wiedzy dotyczącej:

- umiejętności percepcyjnych rozwijanych w czasie procesu socjalizacji,
- umiejętności odczytywania treści wizualnych,



- umiejętności krytycznej ewaluacji materiałów wizualnych,
- umiejętności twórczego odbioru estetycznych własności kultury wizualnej”¹.

W dalszej części pracy Pater-Ejgierd zauważa jednak, iż zasadniczą rolę w rozwijaniu kompetencji niezbędnych do poruszania się we współczesnym, poddanym wszechobecnej wizualizacji i mediatyzacji świecie, odgrywają media tradycyjne – nie technologiczne multimedia, lecz klasyczne przekazy graficzne – obrazy, grafiki czy komiks. Ten ostatni zdaje się zajmować szczególne miejsce, ponieważ najbardziej spośród mediów analogowych zapowiada, lub też bezpośrednio realizuje, wiele rozwiązań i strategii estetycznych, które dziś przypisuje się wyłącznie tak zwanym nowym mediom. Zasadniczą tezę niniejszego artykułu jest zatem przekonanie, iż w przypadku komiksu można mówić o pewnej formie medialnej, która nie tylko zawiera formalne właściwości przynależne, jak często błędnie się przypuszcza, wyłącznie najnowszym technologiom medialnym, ale która właśnie z tego powodu powinna być włączona do współczesnej edukacji wizualnej i medialnej. W tym kontekście rozpatrywanie miejsca komiksu musi zawierać odpowiedzi na dwa kluczowe pytania. Przede wszystkim należy określić, na ile rozwiązania kojarzone dziś z tak zwaną kulturą prosumpcji lub kulturą uczestnictwa są zbieżne z rozwiązaniami występującymi w starszych wariantach popkultury, wśród których komiks – szczególnie w postaci popularnych tytułów amerykańskich – może być uznany za pionierski w zakresie nowych rozwiązań o charakterze narracyjnym, ekonomicznym czy partycypacyjnym. Innymi słowy, warto zbadać, na ile kategorie, które Henry Jenkins zdaje się ekskluzywnie rezerwować dla najnowszych rozwiązań medialnych i powiązanej z nimi kultury – jak autorstwo przez współpracę, synergia, sztuka tworzenia światów, opowieści transmedialne itd. – są faktycznie nowatorskimi osiągnięciami wynikającymi z właściwości najnowszych mediów, a na ile stanowią jedynie przetworzenie cech kluczowych dla opowieści popkulturowych w ogóle, w znacznie szerszym spektrum czasowo-medialnym. Tego zagadnienia nie zamierzam jednak poruszać w niniejszym studium, a czytelników zainteresowanych zasygnalizowaną kwestią odsyłam do innej publikacji, w której rozważam ten problem². Po drugie, przy uznawaniu komiksu za inspirację dla dzisiejszych multimediiów warto odpowiedzieć sobie na pytanie: czy komiks jest medium partycypacyjnym? Na pierwszy rzut oka ta kategoria może brzmieć bezsensownie, bowiem każda forma medialna zakłada partycypację ze strony potencjalnego odbiorcy niezależnie od tego, ile twórczego wysiłku dane medium wymaga ze strony widowni. Nie ulega jednak wątpliwości, iż w ciągu ostatnich lat wykształciła się pewna grupa mediów – określanych wymiennie mianem nowych mediów, mediów społecznościowych, mediów cyfrowych itd. – w przypadku których kwestia aktywnej partycypacji ze strony odbiorcy jest szczególnie często i wyraźnie podnoszona jako najważniejsza „zmiana”, jaką owe media oferują. Ten właśnie wątek postaram się w niniejszym tekście rozwinąć.

1 N. Pater-Ejgierd, *Kultura wizualna a edukacja*, Fundacja „Tranzyt”, Poznań 2010, s. 159–160.

2 Zob. T. Żaglewski, *Wiele frontów „Tajnych Wojen”*. *Komiksowy crossover jako hybryda narracyjna*, „Studia Kulturoznawcze” 2(8)/2015.

Przyglądając się czołowym publikacjom poświęconym próbom opisanego tak zwanych mediów partycypacyjnych łatwo zauważyć, iż większość z nich wymienia określony zestaw właściwości, które powszechnie przypisuje się owym formacjom medialnym. W dużym skrócie technologie te najlepiej zdają się opisywać dwa terminy: interaktywność i hipertekstualność. To właśnie od obecności i natężenia wspomnianych właściwości zależy, czy dane medium można jeszcze zaliczyć do tradycyjnych mediów (w domyśle, w mniejszym stopniu opartych na czynnym uczestnictwie odbiorcy), czy też można je już określić mianem nowego medium (w o wiele większym stopniu uzależnionego od owego uczestnictwa). W tym miejscu warto precyzyjnie zdefiniować, co te dwie kategorie miałyby oznaczać w interesującym mnie kontekście. Jedną z najlepszych i najbardziej wszechstronnych definicji interaktywności znajduje się w pracy Erica Zimmermana *Narrative, Interactivity, Play and Games: Four Naughty Concepts in Need of Discipline*, w której autor wyszczególnił cztery podstawowe rodzaje interaktywności, zaznaczając przy tym słusznie, iż w zasadzie każda forma medialna operuje którymś z wariantów opisywanej interaktywności. W zaproponowanym rozróżnieniu mamy zatem do czynienia z tak zwaną interaktywnością poznawczą, w przypadku której mowa jest o operacjach mentalnych prowadzących do określonego sposobu interpretacji danego dzieła. Jak komentuje Zimmermana Ryszard W. Kluszczyński: „Zimmerman mówi tu o partycypacji interpretacyjnej, o zaangażowaniu w dzieło na poziomie interakcji psychologicznych, emocjonalnych, hermeneutycznych i semiotycznych”³. Drugi rodzaj interaktywności, podobnie jak pierwszy, przyporządkowany wariantowi tak zwanej interaktywności zewnętrznej, autor definiuje jako interaktywność funkcjonalną, oznaczającą dopuszczalne operacje na gruncie określonej materialności danego medium lub nośnika. Interaktywność eksplicytna oznacza z kolei „czynności wynikające z nieliniarnych właściwości dzieła/tekstu, sięgające również po strategie wyboru, otwierające się na wydarzenia przypadkowe [...]. Kształtowana tu partycypacja ma charakter otwarty, określany jedynie przez wybory i procedury zaprojektowane w ramach dzieła/tekstu”⁴. Ostatnią kategorią jest tak zwana meta-interaktywność, która zasadniczo dotyczy nie tyle konkretnego artefaktu kulturowego, ile jego ulokowania w intertekstualnej przestrzeni wielu tekstów; staje się ona tym samym zbiorem możliwych form partycypacji polegających na poruszaniu się w przestrzeni międzytekstowej i łączeniu oferowanych przez nie narracji.

Do kwestii zaproponowanych tu wariantów interaktywności w kontekście medium komiksowego powrócę w dalszej części tekstu. Wpierw chciałbym odnieść się bowiem do drugiej z kluczowych metafor służących zdefiniowaniu unikatowych właściwości współczesnych mediów partycypacyjnych, czyli hipertekstualności. O ile większość badaczy skłonna jest przyznać, iż z pewnymi odmianami interaktywności spotykamy się w zasadzie w każdej możliwej odmianie medialnej, o tyle hipertekstualność wydaje się kategorią zare-

3 R.W. Kluszczyński, *Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 161.

4 Tamże.



zerwowaną wyłącznie dla efektów postinternetowej rewolucji technologicznej. Znow jednak należy przede wszystkim dokładnie określić, czym w zasadzie jest owa forma hipertekstualna i jak jej integralne składniki mają się do bardziej klasycznych rozwiązań tekstualno-medialnych. Jeden z najbardziej kompleksowych opisów kategorii hipertekstualności znajduje się w książce Piotra Celińskiego *Interfejsy. Cyfrowe technologie w komunikowaniu*⁵, w której autor zaproponował bardzo szerokie i wieloaspektowe rozumienie hipertekstu poprzez wyodrębnienie jego kluczowych elementów bazowych. Zdaniem autora o odmienności form hipertekstualnych od klasycznych tekstów mają świadczyć następujące elementy: pojawienie się nowych wymogów adresowanych do odbiorców stających się tak zwanymi *wreadernami*, encyklopedyczny charakter przekazów hipertekstualnych, ich „kłączliwy” charakter, adekwatność kategorii leksji Rolanda Barthes’a do opisu odczytywania przekazów hipertekstualnych oraz tkwiąca w nich poststrukturalistyczna logika konstrukcyjna. Analizując elementy wskazane przez Celińskiego, warto zacząć od kwestii narodzin *wreadera* w obliczu powszechnie dziś ogłaszanej „śmierci autora”. Jak definiuje autor:

W rezultacie zaburzenia ról czytelnik dzieła literackiego z roli konsumenta przechodziłby na pozycję producenta tekstu. Stawałby się w ten sposób *wreaderem* (pojęcie pochodzi od pomieszenia i gry słów w języku angielskim, gdzie *write* znaczy pisać, a *read* czytać, a więc *write* i *read* razem to *wread*) – jednocześnie odbierającym i konstruującym zarówno sam tekst, jak i jego znaczenia. W czasie czytania hipertekstu *wreaderzy* poruszają się w dowolnych kierunkach, korzystając z mnogości linków, wyznaczają niezliczone ścieżki wędrówki przez treści⁶.

Zaproponowana tu kategoria *wreadera* w szerszym kontekście współczesnych teorii popkultury dająca się skojarzyć z kategorią *prosumenta*, byłaby zatem nowa o tyle, o ile odnosi się do kategorii (hiper)tekstów, które niejako wprost zapraszają owego *wreadera* do wskazanej, dowolnej wędrówki przez tekst. To z kolei jest możliwe dzięki specyficznie „nowomediальной” konstrukcji hipertekstu, która opiera się między innymi na koncepcji budowli o charakterze encyklopedycznym lub szerzej – na kategorii bazy danych. W tym miejscu warto przywołać słowa pioniera myślenia o hipertekstualnej kulturze w kategoriach bazy danych, Lva Manovicha:

Obiekty nowych mediów bez względu na to, czy wykorzystują zaawansowane model bazy danych czy nie, z punktu widzenia doświadczeń użytkownika są bazami danych w bardziej ogólnym sensie. Wydają się zbiorem elementów, na których użytkownik może dokonywać operacji różnego rodzaju – oglądać, nawigować, wyszukiwać⁷.

5 P. Celiński, *Interfejsy. Cyfrowe technologie w komunikowaniu*, Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej, Wrocław 2010.

6 Tamże, s. 166.

7 L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypriański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 334.

A w innym miejscu ten sam teoretyk dodaje: „Baza danych jako forma kulturowa przedstawia świat w postaci listy elementów, których w żaden sposób nie porządkuje”⁸.

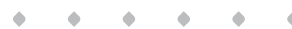
Określony sposób konstruowania przekazów hipertekstualnych – opartych na logice encyklopedii lub bazy danych – oraz wymuszany przez taką strukturę nowy rodzaj partycypacji użytkownika stającego się wreaderem to nie wszystkie właściwości omawianej kategorii. Kolejną jest zaproponowana przez Gilles’a Deleuze’a i Félix’a Guattariego kategoria kłacza, mająca określać zdecentralizowaną oraz nieograniczoną strukturę cyberrzeczywistości i nomadyzmu jako strategię poruszania się po owym świecie. Jak pisze Celiński: „Nomadyczną wędrówkę odbywają z pasją także użytkownicy internetu. Wielu z nich znajduje spełnienie w chaotycznym błakaniu się po niezmiernych przestrzeniach baz danych zarówno w poszukiwaniu określonych informacji, jak i przemierzając je bez jasno wyznaczonego celu, dla satysfakcji z samego ruchu i urody przemierzania się, odkrywania nieznanego dotąd lokalizacji”⁹. Odczytanie również przepastnego hipertekstu skłania jednak, jak konstatuje autor, do wyszukiwania ukrytych i nie wprost wyrażonych sensów, których odkrywanie może stać się dodatkową przyjemnością dla wreadera w toku jego poruszania się po międzytekstowej przestrzeni. Dowolny hipertekst składa się zatem z zestawu określonych leksji (w rozumieniu Barthes’a), nie tylko w wymiarze ideologicznym, lecz także formalnym, łącząc w sobie na przykład materiały wideo, klasyczny tekst i animację. Ostatnią wreszcie z kluczowych dla Celińskiego właściwości formalnych hipertekstualnej kategorii jest jej dekonstrukcyjny charakter, który najsilniej zdaje się różnicować te warianty przekazów od mediów nie-hipertekstualnych. „Hipertekst jest – jak podsumowuje autor *Interfejsów* – strukturą w większości zdecentralizowaną – obfitującą w równoważne miejsca startu, przebiegu i zakończenia – zatem skonstruowaną w logice demontażu i rozplenienia sensów charakterystycznej dla dekonstrukcji. Hipertekst stanowi w tym sensie ucieleśnienie tej strategii, bo sam jest dekonstrukcją tekstualności”¹⁰.

Zaprezentowany opis dwóch najważniejszych cech kojarzonych z kategorią mediów partycypacyjnych wyczerpująco charakteryzuje potencjalne właściwości, które decydują o tym, że owe media można uznać za istotnie odmienne (pod względem aktywnej postawy użytkownika) od mediów tradycyjnych, które owej aktywności w równie dużym natężeniu rzekomo nie wymagały. Chciałbym przeciwstawić się powyższej tezie, głoszącej przekonanie o unikatowym charakterze współczesnych mediów partycypacyjnych, i udowodnić, iż w przypadku medium analogowego (komiksu) można mówić o właściwościach typowych dla mediów cyfrowych i zaskakująco bliskich lub wręcz równoważnych względem zrekonstruowanych powyżej kategorii interaktywności oraz hipertekstualności. Wpierw należy jednak ponownie przedstawić kluczowe za-

8 Tamże, s. 342.

9 P. Celiński, dz. cyt., s. 189.

10 Tamże, s. 193.



łożenia teorii komiksu, a następnie przeciwstawić je zdefiniowanym wcześniej właściwościom nowych mediów. Z racji ograniczonego miejsca chciałbym wysunąć zaledwie jedną propozycję teoretyczną dotyczącą komiksu, która będzie jednak zawierać wszystkie kluczowe dla końcowych wniosków aspekty komiksowego medium. Wybraną koncepcją są tezy zwarte w swoistym podręczniku-komiksie autorstwa Scotta McClouda *Zrozumieć komiks*¹¹, która ostatnio trafiła wreszcie do rąk polskiego czytelnika. Kultowa już niemalże pozycja nie jest co prawda szczególnie zaawansowana metodologicznie lub teoretycznie, o czym chociażby wspomina we wstępie do polskiego wydania Jerzy Szyłak¹². Pomimo tych braków jest to jednak praca precyzyjna i cenna dla zrozumienia języka komiksu, ponieważ zawiera obserwacje nie tylko badacza, ale i praktyka komiksu, który poszczególne cechy medium definiuje na podstawie własnej działalności twórczej, zmierzającej do wywołania określonego efektu u odbiorcy.

Kategoria aktywnej partycypacji odbiorcy w kontekście odbioru przekazu komiksowego pojawia się w książce McClouda kilkakrotnie i odnosi do najbardziej kluczowych właściwości medium. Warto przy tym pamiętać, iż jedną z najważniejszych inspiracji teoretycznych dla autora są obserwacje Marshalla McLuhana zawarte w jego przełomowej analizie *Zrozumieć media*, w której medioznawca ten przyporządkował komiks do kategorii mediów zimnych, czyli wymagających o wiele więcej aktywnej pracy ze strony odbiorcy niż na przykład film. Prowadząc obserwacje w tym właśnie duchu, autor książki *Zrozumieć komiks* pierwszą uwagę odnośnie partycypacji odbiorcy w zakresie rozumienia komiksu formułuje przy okazji omawiania komiksowego języka, którego jednym z najważniejszych elementów jest tak zwany *cartoon*. Zdaniem McClouda, definiując immanentne właściwości języka komiksowego, za kluczową jego funkcję należy uznać *cartooning*, czyli tendencję do przedstawiania świata nie w stylu ultrarealistycznym, lecz upraszczającym, sprowadzającym poszczególne postacie, przedmioty oraz scenografie do ich podstawowych właściwości. Ta cecha komiksu, często wykorzystywana jako argument przeciw temu medium, które rzekomo używa prostackiego języka wizualnego, odgrywa w istocie ważną rolę w uaktywnianiu operacji poznawczych odbiorcy. Autor definiuje tę zależność następująco:

Ikony potrzebują naszego uczestnictwa, aby zadziałały. W tym rysunku [przedstawiającym najbardziej schematyczny wizerunek twarzy sprowadzony do koła, dwóch kropek i poziomej linii – T.Ż.] jest tylko tyle życia, ile sam(a) w niego tchniesz. Aby tworzyć mnie na tych kartach, kadr po kadrze, potrzebny jest wysiłek nie tylko rysownika, ale i twój. Minęło już ponad dwadzieścia lat od chwili, kiedy McLuhan zauważył, że ludzie w drugiej połowie XX wieku pragną nie celów, tylko ról! A w systemie wizualnej ikonografii o to właśnie chodzi¹³.

Jednak w przypadku komiksu nie tylko sam język wizualny można potraktować za wyjątkowy atraktor odbiorczej partycypacji, który z racji swej umowności

11 S. McCloud, *Zrozumieć komiks*, przeł. M. Błażejczyk, Kultura Gniewu, Warszawa 2015.

12 Zob. J. Szyłak, *Zrozumieć Scotta McClouda*, [w:] S. McCloud, dz. cyt., s. III–V.

13 Tamże, s. 59.

skłania jednocześnie czytelnika do re-konstruowania określonych wizerunków. Okazuje się również, że sama forma narracji komiksowej bierze istotny udział w konstruowaniu „zimnego” przekazu komiksowego. Kluczowym elementem jest tu oczywiście tworzenie danego schematu narracyjnego w oparciu o ciąg zestawionych ze sobą ilustracji (najczęściej zamkniętych w pojedynczych kadrach), które wspólnie składają się na określony schemat fabularny. Tym, co odróżnia komiks od innych mediów operujących narracjami wizualnymi, jest znacznie większa rola, jaka przypada odbiorcy. Jak konstatuje McCloud:

W życiu codziennym często zdarza się nam dookreślać niekompletny obraz, posługując się przy tym doświadczeniem przeszłości. Niektóre formy dookreślania są wynikiem celowych działań artystów. Ich celem jest wywołanie efektu suspensu lub rzucenie odbiorcom wyzwania [...]. W mediach elektronicznych mamy bezustannie do czynienia z dookreślaniem. W przypadku filmu dookreślenie następuje dwadzieścia cztery razy na sekundę – nasz mózg wspomagany zjawiskiem trwania wrażenia wzrokowego, zamienia serię nieruchomych obrazów w ciągłe, ruchome przedstawienie¹⁴.

Uściślanie zatem, w dość szerokim rozumieniu, jakie proponuje McCloud, można by uznać za kluczową funkcję mediów przede wszystkim wizualnych – choć nie tylko – w przypadku których odbiorca musi wykonać określone operacje, niezbędnych dla zrozumienia wyrażonych nie wprost sytuacji i sensów. W przypadku komiksu funkcja dookreślania jest tym bardziej istotna i o wiele bardziej aktywizująca „twórcze” działanie odbiorcy – bazuje ona przede wszystkim na jednym z kluczowych elementów komiksowej formy, czyli odstępach między kadrami. Zdaniem badacza komiksu:

Tutaj, w przepaści odstępów, ludzka wyobraźnia zamienia dwa obrazki w jedną myśl [...]. W mediach elektronicznych dookreślanie jest procesem ciągłym, w znacznym stopniu bezwolnym i praktycznie niedostrzegalnym. Ale w komiksie nie następuje ono ani w sposób ciągły, ani bezwolny! Każdy czyn popełniony na papierze przez rysownika komiksowego wymaga współdziałania podżegacza i cichego współnika, równorzędnego partnera w zbrodni, zwanego czytelnikiem [...]. W komiksie dookreślenie buduje poczucie bliskości, niemal tak silne, jak w przypadku słowa pisanego. Jest to niejawni, milczący kontrakt między twórcą a odbiorcą¹⁵.

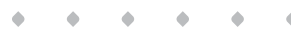
Ostatnią z kluczowych dla niniejszego studium konsekwencji teorii McClouda na temat formalnych właściwości komiksowego języka jest wprowadzona przez niego kategoria „sztuki interwałów”, która opisuje zasygnalizowaną już aktywną i poznawczą postawę odbiorcy w trakcie lektury. Jak czytamy w *Zrozumieć komiks*:

Czy jest możliwe, żeby dwa sąsiadujące ze sobą kadry nie miały ze sobą nic wspólnego? Ja tak nie uważam. Nieważne, jak bardzo różnią się od siebie, jest taka nieuchwytna siła, która pomaga nam odnaleźć znaczenie nawet w najbardziej zaskakujących połączeniach. Takie przejścia mogą nie mieć sensu w potocznym rozumieniu tego słowa, ale w umyśle czytelnika na pewno zrodzi się jakieś logiczne ich wyjaśnienie. Układając dwa lub więcej obrazków w sekwencję, obdarzamy je jednostkową tożsamością i zmuszamy czytelnika do potraktowania ich jako jedną całość¹⁶.

14 Tamże, s. 65.

15 Tamże, s. 66–68.

16 Tamże, s. 73.



W publikacji McClouda trudno znaleźć bardziej wymowny fragment opisujący najbardziej adekwatną zdaniem autora kategorię, służącą ukazaniu wyjątkowości komiksowego języka. Podtytuł oryginalnej wersji książki – *Niewidzialna sztuka* – jednoznacznie wskazuje na ów unikatowy charakter komiksu, który, wymagając od czytelnika, jak się okazuje, bardzo zaawansowanych operacji poznawczych, zmusza go przede wszystkim do postrzegania tego, co wyrażone jest nie wprost, a jedynie zasugerowane, przy jednoczesnym poruszaniu się między kadrami, a nie tylko w ich obrębie. „Dookreślenie może być równie potężnym środkiem wyrazu wewnątrz kadrów, jak pomiędzy nimi, jeśli rysownik zdecyduje się pokazać tylko fragment danej sceny. Komiksy potrafią pokazywać nam rzeczy w sposób szalenie niejasny. Pokazując niewiele albo prawie nic z danej sceny i oferując czytelnikom tylko podpowiedzi, rysownik może uruchomić w ich wyobraźni bardzo różne reakcje”¹⁷. Podsumowując kluczową wykładnię swoich obserwacji, autor stanowczo podkreśla, iż „twórca komiksu zaprasza nas do milczącego tańca między tym, co widać i czego nie widać. Widzialnym i niewidzialnym”¹⁸.

Sądzę, że na podstawie zrekonstruowanych powyżej kluczowych założeń teorii komiksu autorstwa Scotta McClouda i przywołanych wcześniej podstawowych założeń definiujących współczesne media partycypacyjne czytelnik potrafiłby już wskazać kilka punktów stycznych między oboma zjawiskami. Wspomnianą powyżej „niedookreśloną” właściwość medium komiksowego można by zatem uznać i za interaktywną (we wszystkich czterech wariantach Zimmermana), i za hipertekstualną (w zakresie wymogów stawianych przed *wreaderem*, struktury komiksu bliskiej graficznej bazie danych, nomadycznego sposobu jego lektury, konieczności rekonstrukcji leksji oraz dekonstrukcyjnego charakteru komiksowej wizualności). Medium komiksowe zdefiniowane przez McClouda dopuszcza więc warianty interaktywności poznawczej (odnoszącej się do komiksowej narracji), funkcjonalnej (odnoszącej się do komiksowej formy – zarówno drukowanej, jak i cyfrowej) oraz meta-interaktywności (w zakresie np. współzależności danych tytułów komiksowych lub prac określonego autora). Okazuje się jednak, iż komiks proponuje czytelnikom także specyficzną formę interakcji wewnętrznej, zapraszając go – pomimo swej często linearnej budowy – do nielinearnych wyborów i indywidualnych ścieżek interpretacyjnych, warunkowanych opisaną powyżej „niewidzialną” zawartością danego utworu. Warto przy tym zaznaczyć, iż owa nielinearność komiksu odnosi się nie tylko do kwestii poznawczych wyborów, lecz także do fizycznego obcowania z danym tekstem, co inny praktyk i teoretyk komiksu, Will Eisner, określił swego czasu mianem częstego skłaniania się oka czytelnika komiksów do „wałęsania się” między kadrami, wbrew ich sekwencyjnemu uszeregowaniu¹⁹. Zasadne okazuje się też określenie komiksu mianem struktury pre-hipertekstualnej, odwołującej się bardziej do współ-twórcy niż tradycyjnego czytelnika. Utwór komiksowy jako całość, a szczególnie jego elementy, czyli ilustracje,

17 Tamże, s. 86.

18 Tamże, s. 92.

19 Zob. W. Eisner, *Comics and Sequential Art*, Poorhouse Press, Tamarac 2005.

kadry i strony, są niczym innym, jak zbiorem manovichowskiej bazy danych, której uszeregowanie zależy tylko i wyłącznie od percepcyjnej pracy *wreadera*, opartej częstokroć na wyszukiwaniu i konstruowaniu owych ukrytych między kadrami sensów i znaczeń. Komiks wreszcie w najoczywistszym sensie jawi się jako medium dekonstrukcyjne, po pierwsze z racji wspomnianej właściwości posługiwania się uproszczonym językiem *cartoonu*, po drugie – z racji radykalnych zabiegów rozbijających sceny i sekwencje na ciąg uproszczonych wizualizacji.

Nie chciałbym, aby zaprezentowana teza została uznana za skończony projekt interpretacyjny. W tym celu należałoby podjąć o wiele bardziej zaawansowany i rozbudowany wysiłek analityczny, który mógłby rozwinąć ową zależność między językiem komiksu a językiem nowych mediów. Sądzę jednak, że tego rodzaju poszukiwania są wyjątkowo cenne – zarówno dla teoretyków mediów, jak i praktyków, zaangażowanych w poszerzanie wspomnianego we wstępie alfabetyzmu wizualnego. Ci pierwsi bowiem, niesłusznie eliminując komiks jako medium niepoważne ze spektrum swoich zainteresowań, mają szansę wyjść poza ograniczające spojrzenie na tak zwane nowe media i odszukać elementy kultury uczestnictwa w starszych rozwiązaniach medialnych. Ci drudzy z kolei mogą zyskać potężnego sojusznika, który w klarowny i inspirujący sposób może ukazać kluczowe właściwości współczesnej kultury multimedialnej i wizualnej w starszych, a jednak równie zaawansowanych formach kultury.

COMICS AS A PARTICIPATORY MEDIUM

Discussions about the current media often cite the thesis that the „novelty” of the current technologies lies in their ability to offer recipients a unique experience. The recurrent buzzwords used to describe these „new media”, such as interactivity, hypertextuality or immersivity, lead to the conclusion that an innovative category of media messages which engage recipients in a multi- and transmedial way, has really existed only for a dozen or so years. However, when we consider more classic media, it quickly becomes clear that some of the solutions commonly ascribed to their digital counterpart are in fact only the next stages in the evolution of the traditional, analogue media which exhibit very modern and „new” properties. This study presents an analysis of comics, which – despite being commonly included in the realm of the „old” media – feature a number of solutions that definitely make it an interactive and hipertextual medium.