

Kamila Tuszyńska

Polskie komiksy okolicznościowe i użytkowe : historyczne, religijne, społeczne

Napis. Pismo poświęcone literaturze okolicznościowej i użytkowej 17, 347-362

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Kamila Tuszyńska

Polskie komiksy okolicznościowe i użytkowe: historyczne, religijne, społeczne

Inspiracją do przyjrzenia się tego rodzaju komiksom były badania nad literaturą okolicznościową i użytkową, którą przez lata zajmował się Janusz Maciejewski, pisząc o „obszarach trzecich” literatury. Są one „trzecie” w stosunku do literatury właściwej oraz folkloru („literatury drugiej”). Obszary trzecie „to te wszystkie zjawiska literackie, a także para-, pre- i częściowo literackie, które [...] były traktowane jako niepełna, niewykryształizowana jeszcze, bądź też jako zła literatura czy folklor”¹. Powyższa definicja bardzo wyraźnie podkreśla eklektyczny charakter danego fenomenu tekstowego².

Według Maciejewskiego w ramach obszarów trzecich następuje dalszy podział na literaturę okolicznościową i użytkową. Literatura (i komiksy) użytkowe to: „utwory, których kształt, a często w ogóle powstanie, generuje nie decyzja twórcy [...], ale stojącego nad nim nadawcy właściwego czy nadrzędnego — mocodawcy”³. Może nim być wydawca, zamawiający utwory, które można z największym zyskiem sprzedać, lub grupa, „która w celu [...] zgodnego ze swym interesem umodelowania grup, zamawia u «technika literackiego» twór, który takiemu modelowaniu może służyć”⁴.

Autor *Obszarów i kontekstów literatury* komiks jako gatunek umieszcza wyłącznie w obrębie tekstów użytkowych. Wedle mojej klasyfikacji komiksy religijne oraz komiksy–kampanie społeczne nierzadko należą do kategorii utworów *stricte* użytkowych,

¹ J. Maciejewski, *Obszary i konteksty literatury*, Warszawa 1998, s. 59.

² Powyższy fragment pochodzi z: K. Tuszyńska, *Kolej transmedialna: stacja „Biały Potok” przez Hrabala, Haška, Grabińskiego*, w: „Literatura środka”. *Kontekst słowiański*, red. L. Mięowska, Katowice 2011 [w druku].

³ J. Maciejewski, *op. cit.*, s. 63.

⁴ *Ibidem*.

gdyż przede wszystkim mają programować świadomość odbiorców, ale uwzględniając podział stworzony przez tego badacza, część z nich jest jednocześnie i użytkowa, i okolicznościowa, w znaczeniu zbieżnym z definicją poezji okolicznościowej⁵. Komiks można stworzyć na jakąś okoliczność (np. w związku ze śmiercią Papieża), rocznicę (komiks *Solidarność — 25 lat. Nadzieja zwykłych ludzi*), bądź wtedy, gdy ma on bezpośrednio oddziaływać na odbiorców i kształtować opinię publiczną w sprawach ideologicznych czy obyczajowych⁶ (np. komiksy—kampanie społeczne na rzecz niepełnosprawnych), dlatego też zgodnie z taką definicją prezentowane komiksy historyczne należą do grupy tekstów okolicznościowych.

Komiksy mogą być zatem okolicznościowe, użytkowe lub jednocześnie i użytkowe, i okolicznościowe. Funkcja okolicznościowa według Juliusza Nowak–Dłużewskiego polega na byciu „ważnym medium świadomości społecznej”⁷, co jest zbieżne z niektórymi założeniami literatury użytkowej tworzonej w celu modelowania odbiorców. Okazuje się, że komiksy polityczne (czy polityczno—historyczne) mogą spełniać ową funkcję medium, a zarazem kształtować poglądy czytelników obrębie danej tematyki, co sprawia, że są zarazem okolicznościowe i użytkowe, jak się dzieje w przypadku wspomnianego już komiksu *Solidarność — 25 lat*. Zatem granica między tymi dwoma grupami jest bardzo płynna.

Powstało już bardzo wiele publikacji podejmujących próby zdefiniowania komiksu, opisanie jego ewolucji i miejsca w sztuce, by przywołać tylko książki Krzysztofa Teodora Toeplitza⁸, Adama Ruska⁹ czy Jerzego Szyłaka¹⁰. W artykule tym skoncentruję się jedynie na komiksie okolicznościowym i użytkowym, w ramach którego można wyodrębnić trzy grupy — komiksy religijne, komiksy historyczne oraz komiksy kampanie—społeczne¹¹. Przyjrzyjmy się bliżej poszczególnym przykładom, które pojawiały się masowo na polskim rynku w latach 2002–2008. O przynależności danego utworu do grupy komiksów okolicznościowych bądź użytkowych decyduje jedynie kryterium funkcjonalne (funkcja społeczna)¹². Do próby scharakteryzowania tak specyficznych tekstów przydatne okazują się też zróżnicowane metody badawcze: socjologiczne, religioznawcze czy teologiczne.

⁵ T. Kostkiewiczowa, hasło *Poezja okolicznościowa*, w: *Słownik terminów literackich* pod red. J. Sławińskiego, Wrocław 2002, s. 353.

⁶ Definicja utworzona na podstawie hasła *Poezja okolicznościowa* (*ibidem*).

⁷ J. Maciejewski, *op. cit.*, s. 71.

⁸ K. T. Toeplitz, *Sztuka komiksu. Próba definicji nowego gatunku artystycznego*, Warszawa 1985.

⁹ A. Rusek, *Tarzan, Matolek i inni. Cykliczne historyjki obrazkowe w Polsce w latach 1919–1939*, Warszawa 2001.

¹⁰ J. Szyłak, *Poetyka komiksu. Warstwa ikoniczna i językowa*, Gdańsk 2000.

¹¹ Oczywiście, nie jest to zbiór zamknięty. Można wyodrębnić też więcej rodzajów, np. komiksy polityczne, jednak tu opisywane będą jedynie trzy wyżej wspomniane. W ich ramach również można odnaleźć więcej przykładów poszczególnych komiksów.

¹² Typologia zaczerpnięta z artykułu Stefana Żółkiewskiego *O badaniu dynamiki kultury literackiej*, w: *Konteksty nauki o literaturze*, red. M. Czermińska, Wrocław 1973, s. 65.

Komiksy religijne

Komiksy religijne mogą dzielić się zarówno na okolicznościowe, które zarazem są również użytkowe, jak i na *stricte* użytkowe. Do tych pierwszych można zaliczyć m. in. *Historię Cudownego Obrazu Matki Bożej Licheńskiej*¹³ oraz komiksowe biografie: *Jan Paweł II. Papież trzeciego tysiąclecia*¹⁴ oraz *Z Wadowic do Rzymu. Dzieje życia Karola Wójtyły–Jana Pawła II*¹⁵. Zwłaszcza ostatnia pozycja zasługuje na uwagę: jest to pierwszy w języku polskim komiks o życiu i działalności Jana Pawła II (JP II). Co więcej, uzyskał on aprobatę Watykanu, a wewnątrz znajduje się nawet przedmowa kardynała Paula Pouparda, ówczesnego przewodniczącego Papieskiej Rady ds. Kultury¹⁶.

Innym typowym komiksem okolicznościowym i zarazem użytkowym jest *Twoja Msza*¹⁷. Właściwa akcja komiksu rozpoczyna się w zakrystii. Proboszcz zapoznaje odbiorcę z szatami liturgicznymi oraz modlitwami odmawianymi podczas ich ubierania, naczyniami liturgicznymi i bielizną kielichową. Wystrój ołtarza, a także informacje dotyczące Mszy Świętej przedstawione są w praktycznych schematach.

Natomiast do komiksów *stricte* użytkowych, mających na celu kształtowanie świadomości chrześcijan, należą m. in.: *Jezus z Nazaretu. Historia człowieka niewygodnego*¹⁸ czy seria *Opowieści biblijne*¹⁹.

¹³ *Historia Cudownego Obrazu Matki Bożej Licheńskiej*, scen. S. Adamus, rys. M. Kępski, Licheń 2008. Jest to pierwszy komiks o Sanktuarium. Kustosz Sanktuarium, ks. Wiktor Gumienny mówi, że pomyślano o komiksie, aby przybliżyć historię Cudownego Obrazu najmłodszym pielgrzymom. Komiks ma zakończenie otwarte, dlatego księża marianie zachęcają młodzież do lat 18. do narysowania dalszego ciągu. Twórcy *Historii...* opierali się na pisanych dokumentach źródłowych, a projektując grafikę korzystali ze starych zdjęć okolic Konina, Lichenia.

Więcej: <http://www.kosciol.pl/article.php?story=20080429151545562&query=liche%25F1> [stan z dnia 15 listopada 2011 r.].

¹⁴ *Jan Paweł II. Papież trzeciego tysiąclecia*, scen. T. Pagot, rys. S. Toppi, tłum. J. Chapska, Kraków 2001.

¹⁵ *Z Wadowic do Rzymu. Dzieje życia Karola Wójtyły — Jana Pawła II*, scen. L. B. Koch, rys. D. Bar i G. Lehideux, Kraków 2005. Pierwsza część komiksu pt. *Powołanie Karola Wójtyły* przedstawia przyszłego Papieża na tle historii Polski oraz Jego drogę do godności kardynała. Ostatni kadr ukazuje Jana Pawła II błogosławiącego tłum po konklawe. Druga część pt. *Niestrudzony pielgrzym* przedstawia historię pontyfikatu do roku 2004.

¹⁶ *Trzy komiksy o Janie Pawle II*, <http://www.kosciol.pl/article.php?story=20050204071336642&query=komiks> [stan z dnia 15 listopada 2011 r.].

¹⁷ Komiks ukazał się w 2008 r. *Twoją Mszę* wymyślił o. Demetrio Manousos, narysował Addison Burbank. Ma ona pomóc rodzicom wytłumaczyć dziecku katolicką naukę o Mszy Świętej. Zakonnik przedstawia strukturę Mszy Św. Piusa V, jeszcze sprzed reformy Jana XXIII. Oryginalna wersja angielska pochodzi z 1954 r. (www.kosciol.pl/article.php/20080120142515815 — stan z dnia 15 listopada 2011 r.).

¹⁸ *Jezus z Nazaretu. Historia człowieka niewygodnego*, scen. M. Sonseri, rys. A. Borroni, Kraków 2007. Wydany przez Wydawnictwo Św. Stanisława BM, powołane przez archidiecezję krakowską w 1974 r., którego zadaniem jest promowanie kultury chrześcijańskiej.

¹⁹ Dwanaście zeszytów o biblijnych losach Jezusa Chrystusa ukazało się w 2006 r. (scen. Tobiasz Piątkowski, rys. Mariusz Zabdyr; pierwsza część zatytułowana *I.N.R.I.*) w polsko–angielskiej wersji językowej. Ich edytor, wydawnictwo Mandragora, nie było wydawnictwem kościelnym.

O tym, że język komiksu nadaje się do wykorzystywania w innych obszarach, np. w edukacji²⁰, przekonano się już dawno, prawie stulecie temu. Jednak jeszcze w połowie ubiegłego wieku nikt nie pomyślałby, że w przyszłości Kościół będzie wspierał wydawanie komiksów religijnych — wówczas duchowni je palili, a sympozja o jednoznacznych tytułach, takich jak *Psychopatologia komiksu*, nie były niczym niezwykłym²¹. W latach 50. wydawało się, że połączenie komiksu z Kościołem, czyli pierwiastka świeckiego ze świętym, jest bluźnierstwem. Współcześnie natomiast pokaźna liczba komiksów religijnych świadczy o zmianie stanowiska Kościoła.

W ponowoczesnym świecie zderzenie *sacrum* i *profanum*²² nie powinno zbyt dziwić. Nie są to dwie całkowicie wykluczające się sfery, niemożliwe do połączenia. Poza tym koincydencja coraz większego oddziaływania komiksów na społeczeństwo²³ z coraz mniejszą możliwością dotarcia przez Kościół do młodych ludzi prowadzi do prób pogodzenia *sacrum* i *profanum* na wspólnej płaszczyźnie. Zdają się to potwierdzać słowa Jamesa A. Beckforda:

w świecie, w którym świadomość [różnorodności obrazów świata — K. T.] jest powszechna, rośnie znaczenie poszukiwań wspólnej płaszczyzny jako alternatywy dla konfliktu i czołowego zdarzenia odmiennych wizji. Szczegółowa identyfikacja różnic może iść w parze z identyfikacją punktów wspólnych i porozumienia [...]²⁴

Co więcej, we współczesnym świecie granice między świętym / duchowym i świeckim / codziennym są bardzo płynne. Według Lestera Kurtza rytuał prowadzi do zmiany *profanum* w *sacrum* i odwrócenia normalnego porządku rzeczy. W ten sposób najwyklesza czynność może stać się aktem duchowym²⁵. Jest to w pewien sposób zbieżne

²⁰ Will Eisner był pierwszym twórcą, który wykorzystał formę komiksów do rysowania podręczników dla wojska. Więcej w wywiadzie z Tomaszem Kołodziejczakiem, wydawcą komiksów („Frona. Pismo poświęcone” 2007, nr 42, s. 176).

²¹ O gwałtownych wystąpieniach nauczycieli i duchownych, zarzucaniu komiksowi nadmiaru przemocy, erotyzmu i „podkopywania moralności” oraz wprowadzeniu w 1954 r. w Stanach Zjednoczonych Kodeksu Komikсового pisze Jerzy Szyłak (*idem, Komiks w kulturze ikonicznej XX wieku, op. cit.*, s. 21).

²² Terminów *sacrum* i *profanum* używam tu w rozumieniu Durkheima (*Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*, tłum. A. Zadrożyńska, Warszawa 1990) oraz Mircei Eliadego (*Sacrum i profanum. O istocie religijności*, tłum. R. Reszke, Warszawa 1999).

²³ Por. w dalszej części komiksy–kampanie społeczne i wspomniane już amerykańskie komiksy ostrzegające przed molestowaniem.

²⁴ J. A. Beckford, *Globalizacja i religia*, tłum. E. Kopczyńska, w: *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni–Borowskiej, Kraków 2008, s. 762.

²⁵ L. Kurtz, *Wierzenia, rytuały, instytucje*, tłum. M. Korzewski, w: *Socjologia codzienności* pod red. P. Sztompki i M. Boguni–Borowskiej, Kraków 2008, s. 801. Kurtz zauważa, że religie zmieniają swoje

z uwagą Tadeusza Łukaszuka o tym, że *sacrum* może zostać rozpoznane wszędzie, jeżeli odczuwaniu podmiotu będzie towarzyszyć głęboka wiara. Badacz pisze o mnichach przykładających ucho do podłogi, by usłyszeć bicie serca Jezusa, a w konsekwencji poczuć jego obecność i konkluduje: „Chrystusa można spotkać na szerokim froncie styku z całą rzeczywistością, jeśli patrzy się na nią w świetle objawienia i wiary”²⁶. Następnie dodaje: „przy opisie może dojść do poszerzenia spektrum konkretnych sytuacji, w których da się dostrzec występowanie elementów zdolnych umożliwić i zabezpieczyć uobecnienie Chrystusa w rzeczywistości Kościoła”²⁷. To „zabezpieczenie” wydaje się konieczne, zwłaszcza, jeżeli zestawimy je z tym, co pisze były ksiądz Tadeusz Bartoś:

Religia staje się zbędna. Przekaz mitologiczny zapośredniczony w słowie rywalizować musi z obrazem danym bez słów. Atrakcyjność mszy świętej spada od czasu wynalezienia kina. Dziś mamy nowe spektakle, a barwność i koloryt liturgii są już tylko wspomnieniem²⁸.

Komiks może promować wartości chrześcijańskie w nieco odmienny, nowatorski sposób, docierając przy tym do młodych odbiorców. Filmy z pierwiastkiem religijnym zbyt się już opatrzyły, poza tym niosą:

standaryzację, uproszczenie obrazu, masowość produktu. Istnieje potrzeba dróg bardziej wzniosłych, elitarnych. Literatura, teatr, muzyka, malarstwo, rzeźba — to inne nośniki starych mitów²⁹.

Bartoś nie wymienia komiksu, ale przy takiej ilości wszelkiego typu dzieł o tematyce religijnej w ostatnich latach, chyba uzasadnione jest przypuszczenie, że ta forma przekazu mogłaby się znaleźć między filmem, literaturą a malarstwem. Tym bardziej, że skoro „nowoczesność nie potrafi już odnaleźć się w starym języku [...], umarła wyobraźnia religijna”³⁰, to może właśnie komiks jest próbą komunikowania w nowym, (po)nowoczesnym języku? Łączenie *sacrum* z *profanum* — taka jest właśnie cała historia religii, w której następuje nieuchronne oddalanie się od tego, co sakralne³¹. Na pewną łatwość komiksu w przekazywaniu treści i bezkrytyczność odbiorców, którzy sięgną po religijny komiks chociażby z ciekawości, by przekonać się, jak wygląda Biblia

oblicze dostosowując się poniekąd do przeobrażeń, jakie zachodzą w ich społecznym otoczeniu (*ibidem*, s. 807).

²⁶ T. Łukaszuk, *Ikona w życiu, w wierze i w teologii Kościoła*, Kraków 2008, s. 235–236.

²⁷ *Ibidem*, s. 236.

²⁸ T. Bartoś, *Wolność, równość, katolicyzm*, Warszawa 2007, s. 201.

²⁹ *Ibidem*, s. 202.

³⁰ *Ibidem*, s. 209.

³¹ *Ibidem*, s. 214.

„w obrazkach”, może też wskazywać kolejne zdanie autora *Wolności, równości, katolicyzmu*: „w popkulturze obrazów nieistotne są kanony wiedzy historycznej i krytyczne myślenie”, a wreszcie wniosek: „chcąc zmienić myślenie ludzi, trzeba w ich głowach wymienić obrazy”³². Komiks jako historia obrazowa doskonale nadaje się do zmiany postrzegania religii. „Nowy” przekaznik działa odświeżająco na skostniałe rytuały, a nawet — nieświadomie wpływa na ich treść. Po licznych książkach czy filmach poruszających w różnym stopniu wątki biblijne lub religijne, by przywołać choćby *Kod Leonarda da Vinci* Dana Browna czy *Ósmy grzech* Philippha Vandenberg, przyda się przeciwwaga w postaci „lekkiej formy”, jaką jest komiks, i poważnej treści — chrześcijańskiej, a więc nietypowej dla tego gatunku.

Nie ma nic obrazoburczego w religijnym komiksie okolicznościowym. Beckford, badając relacje między tworzeniem religii a społeczeństwem, przypomina, że David Lyon zauważył wielką siłę ponowoczesności w kształtowaniu obrazu religii i że to właśnie nowoczesność odpowiada za czyniony z niej użytek. Religia ulega „utowarowieniu i wpływom masowej kultury konsumpcyjnej”³³. Beckford postuluje uważniejsze przyjrzenie się „komercyjnym, politycznym i kulturowym kontekstom, w których obmyśla się, [...] [i — K. T.] wprowadza na rynek te potencjalne kanały transmisyjne *świętości*”³⁴.

Od masowego „utowarowienia”, a zarazem obniżenia jakości, wydaje się, że niedaleka droga wiedzie do kiczu. Badaniem tego zjawiska w religii zajął się Bruno Ballardini, rzymski teoretyk komunikacji, którego wypowiedzi o działaniach Kościoła wzbudzają kontrowersje. Uważa on, że to właśnie Kościół wymyślił marketing. Choć o samym komiksie badacz nie pisze nic, jednak można go wpisać w analizowane przez niego kościelne strategie rynkowe. Po pierwsze, Kościół ma bogatą historię, którą tworzyły słowa. Po drugie, „kościół od samego początku zrozumiał, że aby się sprzedać, trzeba obniżyć jak się tylko da poziom komunikowania”³⁵. Zły smak kultury kościelnej rozwijał się przez stulecia, a „wychowanie dla kiczu”³⁶ zaczyna się bardzo wcześnie — już podczas lekcji religii w szkołach. Kicz związany jest z popularnością, dlatego też nawet jeśli komiksy religijne nie są na bardzo wysokim poziomie artystycznym, a ich scenariusze nużą schematycznością i dydaktyzmem, to i tak doskonale wpisują się w długowieczną politykę Kościoła³⁷.

³² Tadeusz Bartoś czyni te uwagi w kontekście filmu *Kod Leonarda da Vinci* oraz *Powieści o czasach ostatecznych* Tima LaHaye’a. Zob. rozdział *Religia w okowach dosłowności* (T. Bartoś, *op. cit.*, s. 223).

³³ Cyt. za: J. A. Beckford, *Teoria społeczna a religia*, tłum. M. Kunz i T. Kunz, Kraków 2006, s. 271.

³⁴ *Ibidem.*, s. 275.

³⁵ B. Ballardini, *Jezus i biel stanie się jeszcze bielsza. Jak Kościół wymyślił marketing*, tłum. M. Oleksiuk, Warszawa 2008, s. 91.

³⁶ *Ibidem.*, s. 88.

³⁷ Ballardini zwraca uwagę, że i malarstwo o tematyce religijnej nie ukrywało swej funkcji perswazyjnej oraz dydaktycznej (*ibidem.*, s. 90–91).

Komiksy mogą w pewien sposób kontynuować tradycję wyznaczoną przez ikony świętych czy *santoni* (małe obrazki świętych), których twórcą był św. Paweł³⁸. Co więcej: można pokusić się o stwierdzenie, że komiks jest nie tak bardzo odległy od obrazów znajdujących się w kościele, na co wskazują rozważania o tryptykach ze świętymi, Drodze Krzyżowej, a nawet Drzwiach Gnieźnieńskich w kontekście prekursorów tego medium. Łukaszuk stwierdza: „głęboki związek, jaki zachodzi między obrazem a chrześcijaństwem, stanowi źródło przekonania, z którym Kościół od początku głosił światu Ewangelię przy pomocy słowa i obrazu [wyróżn. — K. T.]”³⁹. A to właśnie połączenie tych elementów w większości przypadków⁴⁰ tworzy komiks⁴¹! Forma komiksowa nie jest tak odległa od założeń Kościoła, stąd nie powinna zaskakiwać znaczna liczba komiksów okolicznościowych i użytkowych. Tym bardziej, że –jak wykazały powyższe przykłady — komiksy religijne mogą być produkowane nie tylko przez wydawnictwa świeckie (*Jeżus z Nazaretu*⁴² czy *Twoja Msza*⁴³), lecz także katolickie (*Historia Cudownego Obrazu...*, *Jan Paweł II. Papież trzeciego tysiąclecia*).

Komiksy kampanie–społeczne

Komiksy kampanie–społeczne, tak jak i religijne, również są jednocześnie użytkowe i okolicznościowe. Są użytkowe, bowiem na ich powstanie ma wpływ „mocodawca” (np. instytucja), a okolicznościowe, ponieważ mają kształtować opinię publiczną w kwestiach obyczajowych. W skład *Komiksu kontra AIDS*⁴⁴, wydanego przez Krajowe Centrum do spraw AIDS, wchodziły prace zgłoszone na konkurs oraz stworzone przez uznanych artystów. Komiks rozprowadzany był bezpłatnie w warszawskim Centrum ds. AIDS⁴⁵.

³⁸ Przytaczając ten fakt, powołuję się na opinię Andrew Normana Wilsona (*Paul: The Mind of the Apostle*, London 1997). B. Ballardini, *op. cit.*, s. 55–56.

³⁹ T. Łukaszuk, *op. cit.*, s. 26–27.

⁴⁰ W większości, nie we wszystkich. Istnieją bowiem komiksy bez tekstu.

⁴¹ O „jedności ikono–lingwistycznej” pisał Krzysztof. T. Toeplitz (*op. cit.*, s. 40), o ikonizacji słowa — Ryszard Przybylski (*Słowo i obraz w komiksie*, w: *Pogranicza i korespondencje sztuk*, studia pod red. T. Cieślakowskiej i J. Sławińskiego, Wrocław 1980, s. 243), a o związku werbalno–wizualnym — Jerzy Szyłak (zwłaszcza w książkach: *Komiks w kulturze ikonicznej XX wieku*, *op. cit.* oraz *Poetyka komiksu*, *op. cit.*).

⁴² Wydawnictwo Biały Kruk nie jest katolickie, chociaż specjalizuje się w albumach o tematyce katolickiej i kulturalnej.

⁴³ Komiks wydaje Wydawnictwo Lancea, któremu patronuje „Frona”, czasopismo niekościelne, ale mocno prawicowe.

⁴⁴ *Komiks kontra AIDS*, red. D. Wojda, Warszawa 2002.

⁴⁵ Warto w tym miejscu przypomnieć o komiksie *Niebieskie pigułki* Frederika Peetersa, wydanym we Francji w r. 2001 (w Polsce w 2003). Jest to fascynująca opowieść o życiu twórcy komiksów z kobietą, która jest nosicielką wirusa HIV, podobnie jak jej synek. To książka pełna optymizmu i prób przełamania stereotypów powstałych na temat AIDS. Należy jednak zaznaczyć, że AIDS nie stanowi tu naczelnego tematu; jest to bardziej próba oddania własnych przeżyć autora dotyczących związku z seropozywną partnerką.

Drugim przykładem komiksu–kampanii społecznej może być *Tygiel* — komiks edukacyjny, którego bohaterami są niepełnosprawni. Stowarzyszenie na Rzecz Niepełnosprawnych SPES uzyskało w r. 1996 prawo do druku i niedochodowego rozpowszechniania *Tygla*, wyprodukowanego przez amerykańską organizację pozarządową Interaid. Osoby ze Stowarzyszenia SPES uzasadniały to w następujący sposób: „celem [...] jest próba kształtowania pozytywnych postaw wobec *inności* osób niepełnosprawnych”⁴⁶.

Jako komiks–kampanię społeczne można też potraktować okolicznościową serię *Słynni polscy olimpijczycy*⁴⁷, wydawaną w ramach „Biblioteki Gazety Wyborczej”. Kolekcja ta została przygotowana specjalnie z okazji roku Igrzysk Olimpijskich, a patronat honorowy nad nią objął Polski Komitet Olimpijski. Komiksy nabywało się odpłatnie, a część dochodu ze sprzedaży została przeznaczona na wsparcie konkursu dla sportowych szkół podstawowych, zorganizowanego przez Fundację Centrum Edukacji Olimpijskiej Polskiego Komitetu Olimpijskiego.

Komiksy–kampanie społeczne, czy też szerzej: komiksy społeczne, mają długą historię. Pierwsze utwory tego typu mające polskich autorów pojawiły się w prasie krajowej już na przełomie lat 20. i 30. XX wieku⁴⁸. Większość z nich stanowiły historie humorystyczne, ale już wtedy zdarzały się komiksy reklamowe i propagandowe.

Komiksy jako kampanie społeczne znane były już przed wojną, by przywołać chociażby *Przygody Felusia*⁴⁹, które miały zachęcać czytelników do głosowania na Bezpartyjny Blok Współpracy z Rządem (BBWR). Perswazyjność komiksu umieli też wykorzystać ówcześni specjaliści od reklamy, zachęcając do zakupu danego produktu bądź do skorzystania z konkretnej usługi właśnie za pomocą formy komiksowej⁵⁰, bądź też wybierając postać kreskówkową na patrona swojej firmy, np. Myszka Miki „współpracowała” z Bankiem Kupców i Przemysłowców w Łodzi⁵¹.

⁴⁶ A. Łamek, *Komiks o osobach niepełnosprawnych*, <http://www.ipis.pl/arttykul.php?idartykul=807&poddzial=> (stan z dnia 15 listopada 2011 r.).

⁴⁷ Komiks ten ma na celu przybliżyć sylwetki najwybitniejszych polskich sportowców, m. in. Adama Małysza, Roberta Korzeniowskiego, Kazimierza Górskiego, Otylii Jędrzejczyk. Tomy zaczęły ukazywać się co środę, począwszy od kwietnia 2008 r.

⁴⁸ Więcej pisze o tym Janusz Dunin (*idem*, *Papierowy bandyta. Książka kramarska i brukowa w Polsce*, Łódź 1974, s. 235).

⁴⁹ Były drukowane jednocześnie w „Expressie Ilustrowanym” i „Kurierze Czerwonym” przed wyborami do sejmu w 1930. (A. Rusek, *op. cit.*, s. 57).

⁵⁰ Adam Rusek powołując się na „Mały Przewodnik” nr 14 z 1936 r. oraz nr 7 i 14 z 1937 r. pisze, że w „Kurierze Czerwonym” i „Expressie Porannym” zamieszczano jednoplanszowe historie komiksowe. Zdarzało się, że na dwunastu kadrach znajdowały się adresy i rysunki jedenastu przedsiębiorstw. Częściej jednak reklamowano produkty w ten sposób, że bohater komiksu, np. *Przygód Pani Kunegundy* używał rowerów, kosmetyków itp. konkretnej firmy i zachęcał do korzystania z usług danej instytucji (A. Rusek, *op. cit.*, s. 58 i nast.).

⁵¹ A. Rusek, *op. cit.*, s. 59.

Pewnym wyjaśnieniem popularności komiksów–kampanii społecznych mogą być słowa Gillesa Lipovetsky’ego:

reagujemy alergią na komunały oraz prawienie kazań, domagamy się przyjęć, koncertów rockowych, miłych parad najeżonych sloganami, których brzmienie przypomina zabawne reklamy⁵². Aktorzy dzisiejszej sceny społecznej korzystają z uniwersum obrazów, widowisk, środków masowego przekazu, systemu gwiazd, mody i reklamy. [...] Zaangażowanie *moralne* ma jednocześnie charakter emocjonalny, *zgodny z dominującym nastrojem*, zabawny⁵³.

A współczesne komiksy, cały czas kojarzące się z łatwą rozrywką, z zabawą właśnie, przemycają poważne treści i społeczne problemy.

Z kolei Lynn Jamieson, wychodząc od rozważań Giddensa o wyborach dotyczących stylu życia, które są „konstytutywne dla narracji własnego ja”, rozwija pogląd dotyczący ich znaczenia, stwierdzając, że implikują one coraz większą ogólnoludzką świadomość w konstruowaniu swojej tożsamości. Pisząc o „demokratyzacji osobowości⁵⁴”, dodaje, że jest ona czasem określana jako „fenomen *nieskończonego indywidualizmu*”, który wzmacniają: „feminizm, ruchy obywatelskie i inne walczące o równość w społeczeństwie”⁵⁵. Samookreślenie może być też wypracowane w trakcie tworzenia odpowiedzi na praktyczne wyzwania czy problemy współczesnego świata. Dlatego przedstawiciele grup walczących o równouprawnienie mogą wyrażać swoje poglądy w komisie użytkowym. Przykładem tego typu kampanii społecznej niezamierzonej, tj. niepopieranej przez żadną instytucję, może być *Projekt: Człowiek*⁵⁶ Agaty „Endo” Nowickiej lub *Konrad i Paul. Big Dick*⁵⁷ Ralfa Königa.

Ten ostatni to pierwszy na polskim rynku komiks o tematyce gejowskiej. Co ciekawe, premiera komiksu miała miejsce podczas Festiwalu Równości. Jednak w zamierzeniu autora nie jest on manifestem homoseksualnym, mimo że sam König od wielu lat piastuje nieformalne stanowiska naczelnego kronikarza ruchu gejowskiego⁵⁸.

⁵² Na podobny aspekt dzisiejszych mass mediów oraz reklamy wskazuje James A. Beckford (*idem*, *op. cit.*, s. 275).

⁵³ G. Lipovetsky, *Postępująca zmiana istoty tego, co społeczne*, tłum. P. Sekuła, w: *Socjologia codzienności*, *op. cit.*, s. 408.

⁵⁴ Termin utworzony przez Arlene Skolnick (*The Intimate Environment: Exploring Marriage and the Family*, New York 1992, s. 169).

⁵⁵ Wszystkie cytaty z tego akapitu za: L. Jamieson, *Od rodziny do intymności*, tłum. P. Polak, w: *Socjologia codzienności*, *op. cit.*, s. 135–138.

⁵⁶ Ukazał się w 2006 r., wydany przez Kulturę Gniewu. Jego fragmenty pojawiały się wcześniej w „Wysokich Obcasach”, cotygodniowym dodatku do „Gazety Wyborczej”.

⁵⁷ Scenariusz i rysunki Ralf König. Komiks ukazał się w 2008 r., wydany przez Abiekt.pl. Album *Konrad i Paul* powstał w 1990 r., w niemieckim miesięczniku „Magnus”.

⁵⁸ Pierwsze prace autora, publikowane w monachijskim, undergroundowym czasopiśmie „Zomix” oraz w magazynie „Rosa Fliede” pod koniec lat 70., były w sporej części mocno zaangażowane, na-

Z kolei *Projekt: Człowiek* opowiada o dziewięciu miesiącach ciąży. Jest swego rodzaju spontanicznym manifestem. Autorka odważyła się podzielić swoimi uczuciami dotyczącymi spraw intymnych, zmian zachodzących w jej ciele oraz stosunków z ludźmi w tym — przecież tak specyficznym — czasie. Przedstawiła również uwagi, na które narażona jest kobieta będąca „w stanie błogosławionym”. Komiks wyśmienicie wywiązał się z oddania nastroju ciężarnej kobiety i zachowania otoczenia; stał się swego rodzaju paraporadnikiem o tym, jak przetrwać te trzy trymestry.

Szyłak w książce *Komiks: świat przedstawiony* wymienia trzy właściwości komiksu. Pierwsza z nich to widowiskowość: komiks pokazuje to, co się dzieje; nawet konflikty rozgrywające się we wnętrzu bohatera. Druga właściwość to konstruowanie wyrazistych opozycji. I trzecia właściwość, najważniejsza dla komiksów użytkowych, to nieustanna gra między nadawcą i odbiorcą: „nadawca dąży do tego, by intrygować i zaskakiwać odbiorcę [...] w końcu zaś przekraczać horyzont oczekiwań swojego czytelnika”⁵⁹. Te trzy cechy znakomicie przystają do kampanii społecznych. One też muszą być jak najbardziej widowiskowe, zaskakujące i oparte na czarno-białym schematach konstrukcji fabuły i bohaterów, aby jednoznacznie uwypuklić cel i przekonać do niego odbiorców.

Komiksy w grupie kampanii społecznych nie są jednolite: część z nich powstała z inicjatywy jakiejś instytucji czy stowarzyszenia, a część stała się kampanią mimochodem. Artysta stworzył komiks nie myśląc o szerszym odzewie w społeczeństwie, ale w wyniku silnej identyfikacji odbiorców z tematem (ciąża, geje)⁶⁰ utwór zwrócił uwagę na problem dyskryminacji czy nietolerancji. Marian Golka pisze o kulturze masowej

znaczone duchem politycznego ruchu emancypacyjnego gejów. König jest działą społecznie na wielu płaszczyznach. W 1989 r. przygotował osiem zeszytów o tematyce prewencyjnej dla niemieckiego stowarzyszenia Aids-Hilfe.

<http://independent.pl/magazyn/artysty/?id=030135090131080538303532381201390101360202313210004600> [stan z dnia 15 listopada 2011 r.].

⁵⁹ J. Szylak, *Komiks: świat przedstawiony*, op. cit., s. 42.

⁶⁰ Na łatwość identyfikacji z bohaterami komiksu wskazuje Scott McCloud, podkreślając że im bardziej komiksowa (szkicowa) jest twarz, tym więcej ludzi może w niej dostrzec siebie. Patrząc na twarz realistyczną, zbliżoną do fotografii, widzimy twarz „innego”, a patrząc na twarz komiksową („kreskówkową”), widzimy „siebie”. W wielu japońskich komiksach większość bohaterów jest rysowana prosto i szkicowo, a pozostałe postacie bardziej realistycznie, żeby uniemożliwić odbiorcy identyfikację z nimi. Nawet w komiksach europejskich czy amerykańskich jest to zauważalne, ale na innej płaszczyźnie: tło jest przedstawiane starannie, gdyż, jak tłumaczy McCloud, nikt nie będzie chciał się identyfikować z pejzażem czy ścianą z cegieł. McCloud widzi w autoidentyfikacji z postaciami sygnał świadczący o zaangażowaniu w opowiadanie. Co więcej, jest to proces rozpoznania i nabierania samoświadomości (świadomości Siebie) zbieżny z tym osiągalnym podczas, np. prowadzenia samochodu — wtedy podmiot doświadcza znacznie więcej, niż przekazuje mu pięć zmysłów. Samochód kierowca czuje tak dobrze, jak siebie samego. Podczas stłuczki „staje się pojazdem” i mówi „zderzył się ze mną” a nie „zderzył się z moim samochodem”. (S. McCloud, *Understanding comics: the invisible art*, Northampton 1994, s. 31–45).

jako systemie projekcji i identyfikacji⁶¹, gdzie właśnie projekcja rozumiana jest jako porównywanie siebie z treściami przekazywanymi przez kulturę masową. Także komiks użytkowy jako medium zbiorowej świadomości coraz bardziej przyczynia się do kształtowania pewnych postaw.

Komiksy historyczne

Typowy polski komiks historyczny jest tekstem propagandowym, dydaktycznym i okolicznościowym, w którym najważniejsza jest funkcja impresyjna i czasem perswazyjna. Dodatkowo wzmacnia je forma obrazkowa, oddziałująca na emocje, dzięki czemu nad warstwą językową zostaje nadbudowana kolejna warstwa utrwalająca przekaz. Przedstawianie wojny ma długą tradycję we wszystkich dziedzinach sztuki, a narracja w komiksie podkreśla jej ogrom i dynamizm, pojawia się więc „realizm obiektywnej relacji, absurd i patos, a nawet intertekstualna gra ze stereotypami i konwencjami”⁶², jak pisze Wojciech Birek. Bez wątplenia uwarunkowania historyczne sprawiają, że odbiorcy chętnie sięgają po dzieła związane z tą tematyką, co umiejętnie wykorzystują wydawcy i z okazji rocznic konkretnych wydarzeń publikują komiksy okolicznościowe.

Za większością komiksów historycznych stoi „mocodawca”. Może nim być pewna instytucja lub jakaś postać związana z historią Polski, która stara się promować dany komiks. O komiksach tych zazwyczaj informowały liczne media krajowe; stawały się wydarzeniami kulturalnymi. Przeważają komiksy okolicznościowe, *stricto* użytkowe są rzadkością⁶³.

Narodowe Centrum Kultury i Stowarzyszenie Twórców „Contur” przy współdziałaniu Zin Zin Press wydało *11/11 = Niepodległość*⁶⁴. Jest to antologia komiksu przygotowana specjalnie na obchody Narodowego Święta Niepodległości. Muzeum Powstania Warszawskiego we współpracy z najlepszymi rysownikami i scenarzystami wydało *44. Antologia komiksu*⁶⁵. Publikacja pojawiła się z okazji obchodów 63. rocznicy wybuchu

⁶¹ M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa 2008, s. 156.

⁶² T. Birek, *Groza i chwala w komiksie*, „Fo-pa”, nr 12 2007, s. 41.

⁶³ Przykładem na komiksy historyczne ściśle użytkowe może być seria „Historia Polski” (scen. W. Birek, rys. S. Kielbus), ukazująca się od 2005 do 2006 r. Miała ona przybliżyć dzieciom losy postaci znanych z legendy bądź historii, m. in. Popiela, Batorego czy Walezego.

⁶⁴ Scen.: M. Gałek, J. Grudzień, M. Jasiński, B. Kurc, W. Tkaczyk, Z. Tomecki, R. Zaręba; rys.: G. Becla, A. Chochowski, Ł. Ciaciuch, A. Czubek-Spanowicz, A. Janicki, A. Klimek, M. Mazur, J. Michalski, W. Nawrot, T. Tomaszewski, J. Wyrzykowski, Warszawa 2007. Patronem projektu jest Henryk J. Chmielewski, żołnierz Armii Krajowej i uczestnik powstania warszawskiego, autor komiksu *Tytus, Romek i A'Tomek*.

⁶⁵ Scen.: P. Kowalski, T. Piątkowski, R. Skarżycki, D. Wojda, T. Niewiadomski, Ł. Mieszkowski, T. Kołodziejczak, G. Janusz, J. Sanecka, B. Seidler, M. Wójcik, R. Betlejewski, A. Kłoś, T. Kwasiński, J. Staniszewski; rys.: K. Gawronkiewicz, P. Truściński, B. Szneider, J. Rebelka, R. Adler,

Powstania Warszawskiego. Rok wcześniej ta sama instytucja wraz z wydawnictwem Print Partner, po konkursie „Epizody Powstania Warszawskiego”, wydała antologię.

Nawet mniejsze organy są zainteresowane komiksami okolicznościowymi. Władze miasta i gminy Swarzędz promowały utwór *Powstanie Wielkopolskie — Mieszkańcy Swarzędza w zwycięskim zrywie niepodległościowym 1918–1919*⁶⁶, wydany z opracowaniami historycznymi i archiwalnymi zdjęciami.

Kolejne komiksy okolicznościowe dotyczą kopalni „Wujek”, Poznańskiego Czerwca, Solidarności, męczeństwa księdza Jerzego Popiełuszki oraz Westerplatte. Ukazały się dzięki wydawnictwom bezpośrednio niepowiązanym z jakąkolwiek instytucją, ale patronowały im osoby mające swoje miejsce w historii Polski oraz różne organizacje.

1981: *Kopalnia „Wujek”*⁶⁷ pojawiła się w sprzedaży dokładnie w 25 lat po opisanych tam wydarzeniach. Zawiera wstęp Lecha Wałęsy, Janusza Śniadka (przewodniczącego Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność”) i Piotra Dudy (szefa „Solidarności” na Śląsku) oraz wypowiedzi świadków, strajkujących górników, rodzin ofiar, relacje z procesu, teksty historyczne (m. in. spisane raporty dowódców pacyfikacji), a także kalendarium wydarzeń.

Premiera komiksu *1956: Poznański Czerwiec*⁶⁸ miała miejsce w 50. rocznicę pokojowego protestu robotników Zakładów Przemysłu Metalowego Hipolita Cegielskiego (dawne Zakłady im. Stalina), do którego przyłączyła się większość mieszkańców Poznania. Mecenasem wydania jest Bank Zachodni WBK⁶⁹.

Album *Solidarność — 25 lat. Nadzieja zwykłych ludzi*⁷⁰ powstał z okazji 25. rocznicy „Solidarności”. Zawiera wstęp autorstwa Lecha Wałęsy oraz komentarze Wojciecha Roszkowskiego, Jana Rulewskiego, ks. Romualda Biniaka i Jacka Knopki. Jako ilustracje posłużyły tu archiwalne zdjęcia Erazma Ciołka. *Książd Jerzy Popiełuszko. Cena wolności*⁷¹ jest rozszerzoną wersją noweli opublikowanej w powyższym zbiorze. Ko-

K. Ostrowski, E. Gonzales, R. Gosieniecki, J. Fraś, T. Niewiadomski, Ł. Mieszkowski, S. Rostecka, A. Nowicka, A. Madej, M. Oleksicki, I. Konior, B. Kołomycka, Warszawa 2007.

⁶⁶ Scen.: F. Fiedler, W. Nawrot, W. Tkaczyk; rys. J. Michalski, Poznań 2008. Album niedostępny w sprzedaży. Kilkutysięczny nakład jest przeznaczony dla uczniów swarzędzkich szkół, wydawnictwa oraz Urzędu Miasta i Gminy Swarzędz.

⁶⁷ Scen.: M. Jasiński, rys. A. Janicki, J. Michalski, projekt okładki: K. Wyrzykowski; Poznań 2006.

⁶⁸ Scen.: M. Jasiński, W. Żwikiewicz, W. Tkaczyk, rys. J. Michalski, Poznań 2006.

⁶⁹ <http://www.sklep.gildia.pl/komiksy/5892-1956-poznanski-czerwiec> [stan z dnia 15 listopada 2011 r.].

⁷⁰ Scen. M. Jasiński; rys.: J. Przybylski, J. Michalski, K. Wyrzykowski, J. Ordon, Poznań 2005. Komiks składa się z pięciu historii: powstania NSZZ „Solidarność”, wprowadzenia stanu wojennego, drugiej pielgrzymki papieża Jana Pawła II do Polski, zabójstwa ks. Jerzego Popiełuszki i obrad „okrągłego stołu” a także upadku komunizmu w Polsce i w Europie Wschodniej (http://www.komiks.gildia.pl/komiksy/solidarnosc_25_lat/1/art1 — stan z dnia 15 listopada 2011 r.).

O jednej nocy w stanie wojennym opowiada komiks *Stan* (scen. i rys. J. Fraś). Ukazał się w „Przekroju” 7 grudnia 2006 r. jako specjalny dodatek.

⁷¹ Scen. M. Jasiński, rys. K. Wyrzykowski, Poznań 2005.

miks zawiera życiorys księdza Popiełuszki, kilka tekstów jego kazań, a także archiwalne fotografie.

*Westerplatte. Załoga śmierci*⁷² ukazał się w związku z 65. rocznicą wybuchu II Wojny Światowej. Premiera odbyła się na Westerplatte. Patronem medialnym był magazyn „Odkrywca”, poświęcony pamięci kmdr. por. Franciszka Dąbrowskiego, dowódcy obrony Westerplatte, którego setna rocznica urodzin przypadła w roku wydania tego „paradokulturalnego komiksu wojennego”. Komiks zawiera liczne mapy (np. reprodukcję oryginalnej niemieckiej mapy z 1 września 1939 r. pokazującą kurs do ataku na Westerplatte okrętu *Schleswig-Holstein*), zdjęcia (np. przedstawiające uzbrojenie polskich i niemieckich żołnierzy) oraz artykuły (np. *Przeżyłem pierwsze strzały II w. ś.* — dotąd niepublikowany w Polsce sensacyjny wywiad z nieżyjącym już żołnierzem niemieckiej kompanii szturmowej Westerplatte).

O narracji historycznej w komiksie pisał już przed laty Hayden White, zastanawiając się, czy utwór Arta Spiegelmana *Maus. Opowieść ocalałego*, uhonorowany w 1992 r. nagrodą Pulitzera, jest właściwą formą do przedstawienia tak poważnego tematu, jakim jest „Ostateczne rozwiązanie”. Proponuje, by na historiografię spojrzeć jak na dzieło literackie. Wydarzenia traumatyczne takie, jak Holocaust muszą być utrwalone wyłącznie przez gatunki wysokie, jak epos i tragedia, równie dobrze można je przedstawić w komiksie⁷³, co też uczynił Spiegelman. White nie wyklucza komiksu jako wzorca fabularnego właściwego pisaniu o Holocaustie, gdyż „jego przedstawienie, czy to w historii, czy to w literaturze, wymaga [...] stylu modernistycznego [...]”⁷⁴. Styl ten niesie ze sobą możliwości przedstawienia rzeczywistości, „doświadczenia Holocaustu”, którego nie oferowały poprzednie wersje. White postuluje, aby pojęcie realistycznego przedstawienia zrewidować i „wziąć pod uwagę doświadczenia, które są wyjątkowe dla naszego wieku i dla których stare sposoby przedstawiania okazały się nieadekwatne”⁷⁵. Nie da się ukryć, że komiks jest formą charakterystyczną dla nowoczesności i ponowoczesności, dlatego dysponuje więc wielkim wielkimi możliwościami prezentowania historii.

O Holocaustie w kontekście narratywistycznej historiografii pisał także Frank Ankersmit. Można pokusić się o zestawienie jego uwag dotyczących emocji, wywołanych przez pomniki, z odczuciami, które budzą w odbiorcach komiksy o historii. Otóż Ankersmit rozwija pojęcie melancholii i żaloby w rozumieniu Freudowskim.

⁷² Scen. M. Wojtowicz-Podhorski, rys. K. Wyrzykowski, Milton Media, 2004. Autorom okazało pomoc wielu historyków, żołnierzy, ludzi interesujących się historią i militariami oraz szereg instytucji, np. Stowarzyszenie Rekonstrukcji Historycznej WST na Westerplatte. (<http://www.westerplatte.org/glowna/index.php?kod=3> — stan z dnia 15 listopada 2011 r.).

⁷³ H. White, *Poetyka pisarstwa historycznego*, pod red. E. Domańskiej i M. Wilczyńskiego, Kraków 2000, s. 217.

⁷⁴ H. White, *op. cit.*, s. 235.

⁷⁵ *Ibidem*, s. 234–235.

Żalobę łączy z „doświadczeniem przeszłości”, sytuacją, którą odbiorcy przeżyli⁷⁶. Natomiast „doświadczenie dotyczące przyszłości”, związane z melancholią i nerwicą, jest kierowane do następnych pokoleń: odbiorców, którzy sami go nie doświadczyli. Ma na celu upamiętnienie tragicznego zdarzenia. W kontekście oddziaływania komiksów historycznych warty podkreślenia wydaje się fragment z Ankersmita, mówiący właśnie o tym doświadczeniu:

Doświadczenie wywołane przez pomnik i przez jego szczególną zdolność do głębokiego poruszania naszych emocji, może osiągnąć najwyższy stopień *doświadczenia o*. [...] *Doświadczenie o* nigdy nie będzie doświadczenie rzeczywistości, która dana nam jest jako doświadczenie czegoś⁷⁷.

Zarówno pomnik, jak i komiks są tekstami⁷⁸ niepisanyymi i oba mogą mówić o przeszłości. Melancholia sprawia, że będziemy o tym ciągle pamiętać, nigdy nie pogodzimy się ze stratą czy „moralnym fiaskiem”⁷⁹. Zatem „atrakcyjność komiksów historycznych” wiąże się z właśnie tak rozumianą żalobą: dzięki obrazom wywołuje silne emocje, a zarazem melancholia owa ma zapobiec podobnym tragediom w przyszłości.

Bez wątpienia narracja historyczna w komiksie jest uzasadniona, gdyż odbiorcy mogą jej intensywniej doświadczyć, w ten sposób łatwiej zapamiętuje się przekaz wizualny. Już Susan Sontag trafnie zauważyła, że ludzie pamiętają nie dzięki obrazowi, ale same obrazy⁸⁰. Zatem pamiętać coraz częściej znaczy przywoływać sobie konkretny obraz⁸¹.

Nic więc dziwnego, że komiks ze swoją warstwą tekstową i obrazową jest odpowiedni do opowiadania o przeszłości. Dzięki warstwie obrazowej nie ma tylu miejsc niedookreślonych co książka dzięki czemu w trakcie jego lektury nie dochodzi do konkretyzacji Ingardena, gdyż prawie wszystko jest pokazane. Co więcej, odbieranie obrazów jest zbieżne z naturalnymi procesami zachodzącymi w siatkówce oka oraz w pamięci obserwatora. Na znaczenie zmysłu wzroku w procesach pamiętania o przeszłości wskazuje też Ewa Domańska, powołując się na fotografie Antoniego Libery, nazwane przez niego „powidokami pamięci”⁸². Jak wiemy, określenia tego użył po raz

⁷⁶ „Doświadczenie przeszłości” jest związane z żalobą, traumą i ostatecznym przezwyciężeniem straty (F. Ankersmit, *Narracja, reprezentacja, doświadczenie. Studia z teorii historiografii*, Kraków 2004, s. 423).

⁷⁷ *Ibidem*, s. 425.

⁷⁸ Tekst w rozumieniu semiotycznym oznacza każdy tekst (wytwór) kultury.

⁷⁹ F. Ankersmit, *op. cit.*, s. 425.

⁸⁰ S. Sontag, *Regarding the Paint of Others*, New York, 2003, s. 89.

⁸¹ Kilka powyższych akapitów pochodzi z artykułu Kamili Tuszyńskiej *Przeszłość w dwumedium. Powieść graficzna Niebo nad Brukselą*, który niebawem ukaże się w zbiorze *(Re)Wizje Historii w Dyskursie i Literaturze* (Toruń 2011 — w druku)

⁸² E. Domańska, *Historie niekonwencjonalne*, Poznań 2006, s. 238.

pierwszy Władysław Strzemiński, który stwierdził, że po ustaniu bodźca oko nie rejestruje całego obrazu, lecz jedynie jego najbardziej jaskrawe szczegóły⁸³. Zatem im wyraziściej zobrazowana jest opowieść w komiksie, tym mocniej wpłynie na odbiorcę i zmusi go do refleksji.

Komiksy te fascynują jeszcze z innego powodu: łączą dawne zdarzenia ze współczesną formą. Innymi słowy mamy tutaj do czynienia z fuzją postmodernizmu z White'owskim modernistycznym stylem, rozrywkowej formy z poważnymi tematami, obrazu ze słowem, emocji z historią, która tworzy jedyną w swoim rodzaju spójną całość, niemożliwą do osiągnięcia przez literaturę czy film. Sama forma komiksu kusi nowością, lżejszą formą, która oczywiście nie implikuje lżejszej treści; nie jest to kolejny podręcznik do historii. Nawet jeżeli pewne komiksy historyczne są dość schematyczne, propagandowe i brakuje w nich świeżości w przedstawianiu tematu oraz gry z konwencją, to jednak stanowią one znaczny procent wydawanych komiksów okolicznościowych i użytkowych.

Parafrazując zwrot Bolesława Lewickiego⁸⁴, „przyliterackość” komiksu sprzyja kształtowaniu świadomości odbiorców. Komiks tak jak literatura może pełnić funkcję społeczne. Tekst połączony z formą obrazkową jest łatwiejszy w odbiorze, bowiem percepcja obrazów jest zbieżna z naturalnymi procesami zachodzącymi w siatkówce oka i w pamięci obserwatora⁸⁵. Tymczasem komiks, jako McCloud'owski „dzban”, za każdym razem może być wypełniony całkowicie inną „zawartością”; staje się więc Derridiańskim gatunkiem bez granic. O „chloności” komiksu wspominał już Roman Jakobson, rozważając podanie *Iliady* czy *Odysei* w formie komiksów⁸⁶.

Zastanawiające jest, że tak wiele komiksów tworzonych przez polskich twórców stanowią właśnie dzieła okolicznościowe czy użytkowe. W porównaniu z innymi rynkami, np. z rynkiem amerykańskim, francuskim czy japońskim, jest to istny fenomen, gdyż tam wielką popularnością cieszą się komiksy komediowe, kryminalne czy sensacyjne. Oczywiście, komiks doskonale wywiązuje się z przedstawiania wą-

⁸³ W. Strzemiński, *Teoria widzenia*, Kraków 1958, *passim*.

⁸⁴ Bolesław Włodzimierz Lewicki pisał o „przyliterackości” dzieła filmowego. Więcej w książce *Wprowadzenie do wiedzy o filmie* (Wrocław 1964).

⁸⁵ W *Dziesiątej Muzie* Karol Irzykowski zauważa różnicę między obrazem i opisem oraz wynikające z niej różne wrażenia estetyczne. Jerzy Szyłak do tych rozważań włącza komiks. „Nieruchome obrazki pokazujące fazy działań postaci ludzkich i zwierzęcych korespondują jednak z ludzkimi mechanizmami percepcji, są obiektywnym zapisem tego, co się dzieje w psychice obserwatora jakiegoś zdarzenia rozwijającego się w czasie.” I dalej „twórcy komiksu proponują analogiczne [do kina — K. T.] u n i e r u c h o m i e n i e zdarzeń, rozrysowanie ich kolejnych faz, otworzenie procesu, jaki dokonuje się na siatkówce oka i w pamięci obserwatora.” (J. Szyłak, *Komiks w kulturze ikonicznej XX wieku*, *op. cit.*, s. 19.)

⁸⁶ R. Jakobson, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1960, z. 2, s. 431.

ków wyeksploatowanych w innych dziedzinach kultury, gdzie typowy dla nich sposób komunikowania jest już mocno nadszarpięty. Będąc wieczną grą z nadawcą, już na poziomie czysto formalnym ma wpisany element zaskoczenia, zdziwienia, związany również z ludycznością. Msza w komiksie zamiast na rekolekcjach, komiks o gejach obok kolejnej manifestacji czy stan wojenny w obrazkach jako *quasi*-podręcznik do historii — oto przykłady przekształcania rzeczywistości przez to szczególne medium. W zależności od przedstawienia treści w komiksie za każdym razem oddziałuje on na inne emocje; wysłużony temat zaprezentowany w nowej wersji wabi innością, nowością i dociera do różnych odbiorców.

Komiksy historyczne mają tę niewątpliwą zaletę, że nie operują podręcznikowym czy akademickim językiem, nie nużą długimi opisami; wiedzę przekazują „mimocho-dem”, również dzięki atrakcyjnym dodatkom: mapom, zdjęciom itd. Kampanie społeczne w komiksach usuwają na dalszy plan agitatorstwo, a zaangażowanie moralne nacechowane jest ludycznością, pozbawione nudnego logicznego argumentowania. Komiksy religijne, łącząc „stare” prawdy i rytuały z (po)nowoczesną formą, poddają je małemu liftingowi. Komiksy okolicznościowe i użytkowe są obecnie bardzo popularne, gdyż bawiąc kształtują opinię społeczną, zwracają uwagę na pewne współczesne problemy, a także wzmacniają patriotyzm i wiarę. W Polsce istnieje na nie duże zapotrzebowanie, zwłaszcza w porównaniu z zagranicznymi rynkami. Stanowią one dość pokaźny obszar pośród całej twórczości komiksowej i chociażby dlatego, badając „obszary trzeciej” literatury, trzeba się nad nimi pochylić.

Kamila Tuszyńska, Signal in noise — the hidden story in the comic by Neil Gaiman

Signal to noise by Neil Gaiman takes the game with his form, combines different media (comics, film, telephone, writing) and mixed species found within them. At the same time, this comic is part of a series of works by implementing a strategy for story within a story.

The aim of this article is to study the relationship between the film script, which is hidden in the character's head, and the second one — open, which will emerge only after his death. This relationship exposes the eternal impossibility of communication at different levels.

From information theory of data transmission can be drawn the idea that in every field of human activity pattern can be applied to the signal to noise ratio. It allows distinguishing what is important, relevant, from what is unimportant, irrelevant.

The communication problem is also related to the question of information overload. And both of these concepts, i.e. the signal to noise ratio and information overload, are used in Gaiman's comic book.