

# Aldona Kobus

---

## Tradycja badań popkulturowych w perspektywie anglocentrycznej

---

Kultura Popularna nr 1 (39), 68-81

---

2014

Artykuł został zdigitalizowany i 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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Aldona Kobus

# Tradycja badań

## popkulturowych *w perspektywie an- glocentrycznej*

Badania nad kulturą popularną wyrastają z krytyki kultury masowej z początku XX wieku. Krytyczne nastawienie stanowiło więc sedno amerykańskiego medioznawstwa, jako dyscypliny utworzonej na gruncie badań kultury medialnej, nawiązującej silnie do paradygmatu przemysłu kulturowego szkoły frankfurckiej oraz związanej ze specyficznym amerykańskim purytanizmem, który stoi za wszelkimi falami nagonki i paniki otaczającej różne aspekty nowych mediów od lat 80. aż do dzisiaj (przemoc w telewizji i grach wideo, pornografia i wymiana plików w systemie p2p w obiegu internetowym itd.). Wpływ szkoły frankfurckiej wiąże się oczywiście z emigracją jej przedstawicieli do Stanów, a także z ich doświadczeniami, które nakazywały w amerykańskiej kulturze masowej widzieć takie samo narzędzie manipulacji na usługach ideologii, jakim stała się kultura w rękach nazistów.

Manipulacja to kluczowa kategoria w ramach krytycznego podejścia do kultury masowej. Bez względu na to, czy jej obiektem są producenci przemysłu kulturowego czy też same masy ludzkie, sprowadzające współczesną kulturę do najmniejszego wspólnego mianownika, jak głosił José Ortega y Gasset w *Buncie mas*, kultura masowa opiera się na manipulacji, niwelując swobodę interpretacyjną i krytyczny odbiór w imię ideologicznej indoktrynacji. W takim ujęciu kultura popularna, jako kultura odbioru właśnie, nie ma prawa zaistnieć. A jednak współczesne *media studies* w amerykańskim wydaniu skupiają się niemal wyłącznie na badaniach recepcji, walcząc z wizją homogenicznej, zestandaryzowanej, uprzemysłowionej kultury, która wraz z mitem „kanapowego lenia” (*couch potato*) stanowi dziedzictwo idei szkoły frankfurckiej.

Najdoskonalszym wyrazem krytyki kultury masowej w duchu purytanizmu jest z pewnością *Seduction of the Innocent* z 1954 roku autorstwa Fredrica Werthama, której społeczne oddziaływanie osiągnęło niebywały zasięg, inspirując liczne kampanie cenzorskie. Wertham mówił wprost o demoralizującym wpływie kultury masowej, zastępując zarzuty wobec technicyzacji i uprzemysłowienia produkcji kulturowej krytyką jej treści. Jego interpretacja stanowi paradoksalnie ciekawy przypadek wczesnego świadectwa tzw. *resistant reading*, które determinuje współczesne podejście do mainstreamowych treści kulturowych. Wertham, dostrzegając homoseksualne podteksty w komiksie amerykańskim, próbuje legitymizować swoje odczytanie wbrew oficjalnym deklaracjom twórców, odchodząc od instancji autorskiej jako głównego punktu odniesienia i ustanawiając intencje czytelnika jako wiążące.

W tej sytuacji należy spytać, w jakich warunkach nastąpiło przejście od stygmatyzacji kultury masowej do jej akceptacji (kosztem wręcz odejścia od zagadnień tzw. kultury wysokiej i awangardowej), od krytyki warunków produkcji i dystrybucji do analizy treści i recepcji, od manipulacji do oporu jako podstawowej kategorii badań medioznawczych. Śledząc genezę trendów w amerykańskim medioznawstwie, z łatwością można sprowadzić źródła tej zmiany paradygmatów do wpływów Johna Fiske'a, który przeszczepił na grunt amerykańskiej akademii podstawowe pojęcia brytyjskich studiów kulturowych oraz przyświecające im idee. Przeniesienie to zaowocowało wytworzeniem nowego podejścia do tekstów kultury masowej, odmiennego od krytyki społecznej i ideologicznej, która charakteryzowała zarówno szkołę frankfurcką, jak i szkołę z Birmingham. To podejście znajduje swój najgłębszy wyraz na polu współczesnego medioznawstwa wśród spadkobierców Fiske'a. Za fundament nowej teorii, którą można określić jako anglocentryczną perspektywę medioznawczą, uznać wypada wypracowanie przez Fiske'a teorii kultury popularnej jako pojęcia wręcz opozycyjnego wobec

**Aldona Kobus** – doktorantka literaturoznawstwa na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Napisała pracę magisterską na kulturoznawstwie pt. *Teoria fandomu. Fanowskie modele odbioru*. Współautorka *Słownika fandomu i fanfiction* opublikowanego w *Netlorze*. *Wiedzy cyfrowych tubylców*. Prowadzi badania z nurtu *fan studies* oraz zajmuje się historycznym rozwojem koncepcji autorstwa. E-mail: lobogirl@wp.pl.

kultury masowej oraz wykazanie potencjału wywrotowego tkwiącego w samej konstrukcji tekstów kultury popularnej, w przeciwieństwie do subwersywnych wartości przypisywanych wyłącznie aktom recepcji i wykorzystywania materiału popkulturowego, które to wątki pojawiały się już w teoriach szkoły z Birmingham.

Kultura masowa oznacza przekazywanie szerokim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści, płynących z nielicznych źródeł, sytuuje się więc jednoznacznie po stronie nadawców. Kultura popularna w rozumieniu Fiske'a oznacza mechanizmy, jakim poddana zostaje kultura masowa w indywidualnych aktach recepcji, sytuuje się więc po stronie odbiorców, którzy tworzą popkulturę w oparciu o zawłaszczanie, przekształcanie i rekontekstualizowanie tekstów kultury masowej, przeciwstawiając się w ten sposób homogenizacji i standaryzacji. Umasowienie oznacza techniczny wymiar nadawania określonych treści, stanowi więc immanentny element samych tekstów; popularność to atrybut zyskiwany przez nadawane masowo treści w aktach ich odbioru (Jenkins 2007: 65), podobnie jak kultowość, stanowiąca poniekąd pogłębienie popularności. Jak mówi sam John Fiske: „Kultura popularna to nie tyle kultura przedmiotów artystycznych i obrazów, ile zespół czynności kulturowych, dzięki którym sztuka przenika do obyczaju i warunków codziennego życia” (1997: 175). Badacz nie poprzestaje więc na zwykłej analizie treści, ale zauważa, że kultura popularna rodzi się na zetknięciu dwóch płaszczyzn: masowo nadawanych tekstów i codzienności ludzkiego doświadczenia, które przenikają się nawzajem, przypisując nowy status tekstom kultury masowej. Kultura popularna stanowi wycinek kultury masowej, a kluczowe kryterium jej wytwarzania ma charakter jakościowy, a nie ilościowy – oznacza afektywną więź z danym tekstem, aktywny odbiór, który napędza dalszą produkcję tekstów, opierając się na mechanizmach negacji, reinterpretacji i afirmacji. W ten sposób Fiske charakteryzuje popkulturę jako kulturę odbioru – aktywnego, krytycznego i kreatywnego – a więc jako kulturę fanowską, ustanawiając mechanizmy działania fandomu, wspólnoty fanów, jako standard zachowań recepcyjnych w polu popkultury, zawężając tym bardziej jej zakres. Jest to ujęcie idealistyczne, w którym kreatywny odbiór dotyczy każdego odbiorcy popkultury, ponieważ to właśnie przekształcenie tekstu kultury masowej stanowi elementarne źródło przyjemności, którą się z niej czerpie (Fiske 1997: 32–33).

W duchu brytyjskich studiów kulturowych Fiske interpretuje popkulturę jako sferę oporu. Kultura masowa pozostaje narzędziem ideologicznej manipulacji, zgodnie z paradygmatem szkoły frankfurckiej i brytyjskich studiów kulturowych, które również widziały w mainstreamie wyraz hegemonii, zwróciły się więc do subkultury w poszukiwaniu potencjału zmiany społecznej. Popkultura stanowi zatem efekt przekształcania materiału oferowanego przez dominujące bloki nadawcze ideologii u władzy według własnych potrzeb społecznych, politycznych, tożsamościowych i emocjonalnych. W praktyce oznacza to, że jedynymi środkami konstruowania naszej własnej przestrzeni symbolicznej są te ofiarowane przez system, który nas sobie podporządkował. Dlatego też popkultura Fiske'a jest postępową, ale nie radykalną. Jest sferą uwidaczniania istniejących konfliktów społecznych, szukania oddolnych dróg oporu. Chociaż towar kulturowy stanowi środek dyscyplinujący, „odwołujący się do wartości wspólnych dla wszystkich ludzi, zaprzeczający różnicom społecznym” (Fiske 2010: 28), to produkty kulturowe zaspokajają ludzkie potrzeby antagonistyczne wobec podporządkowujących je sobie sił:

[...] są bowiem stale przeobrażającą się matrycą powiązań społecznych, która wykracza poza wszelkie kategorie, niezależnie od tego, czy będą one związane z samym człowiekiem, klasą, płcią, rasą czy jakąkolwiek inną kategorią na stałe zakorzenioną w porządku społecznym. Siły popularne przekształcają towar kulturowy w zasób kulturowy, popularyzują znaczenia i przyjemności, które z sobą niesie, wymykają się próbom zdyscyplinowania, które podejmuje, przełamują jego jednorodność i spójność, plądrując jego teren. Kultura popularna w każdej formie jest walką, zmaganiem o znaczenie doświadczeń społecznych, o własne ja i jego relacje z porządkiem społecznym oraz o teksty i utwory w tym porządku funkcjonujące (Fiske 2010: 28).

Tekst popularny musi zawierać w sobie minimalny potencjał krytyczny wobec sił, które go stworzyły, ujawniając własną wewnętrzną sprzeczność jako element systemu reprodukcji ideologii i krytyki tejże ideologii jednocześnie. Tekst popkulturowy zostaje więc określony przez Fiske'a jako tekst wytwarzalny. Wzorując się na wprowadzonej przez Rolanda Barthes'a klasyfikacji na tekst czytelny i tekst pisalny (określenia oznaczające poziom zdyscyplinowania czytelnika w akcie odbioru, zawarty w samej strukturze tekstu), Fiske definiuje tekst wytwarzalny jako ich hybrydę, zawierającą w sobie przystępność tekstu czytelnego i otwartość tekstu pisalnego. „Tekst wytwarzalny obfituje w luźne wątki, które wymykają mu się spod kontroli; utrzymanie własnych znaczeń nie leży w jego mocy. Luki, które w nim istnieją, są na tyle pojemne, aby pomieścić zupełnie nowe treści w nich wytwarzane” (Fiske 2010: 108). Tekst wytwarzalny nie wymaga od odbiorcy tego samego nastawienia, co tekst pisalny, tj. może zostać odczytany zgodnie z zakodowaną we własnej strukturze intencją, bez wyłapywania „białych plam” stanowiących miejsca przyłączania własnych znaczeń odbiorców. Nie może jednak zapobiec pojawieniu się aktywności właściwej dla tekstu pisalnego. W oparciu o teksty wytwarzane rodzi się więc popkultura – jednak teksty popkulturowe dla niektórych pozostają zwykłymi tekstami czytelnymi, a siła kultury popularnej zależy od społecznego obiegu tekstów i aktywności odbiorców. Jak ujmuje to Fiske:

Aby tekst był faktycznie popularny, musi posiadać adekwatne punkty odniesienia do różnych odbiorców, znajdujących się w odmiennych kontekstach społecznych – musi zatem już sam przez się być polisemiczny, a każde odczytanie winno być warunkowane, to znaczy określane, przez społeczne warunki, w jakich tekst jest odczytywany. Adekwatność wymaga polisemii i relatywizmu, neguje zamknięcie, absolut i uniwersalizm (Fiske 2010: 145).

Co ciekawe, u Fiske'a kultura masowa w praktyce nie istnieje (2010: 183), ponieważ nie można odgórnie i sztucznie włączyć tekstów do społecznego obiegu, nie można narzucić produktów kulturowych tak, aby stały się częścią procesów znaczeniowych społeczeństwa. Nie istnieje też wyalienowany, bierny odbiorca, ponieważ odczytanie zawsze jest aktywne:

Odczytanie jest grą strategii i taktyki, aktem kłusownictwa, częścią rozgrywki siłowej obecnej w kulturze. Odbiorca to teren, na którym owa rywalizacja przebiega. Popularne odczytania zawsze są sprzeczne, gdyż obejmują zarówno to, przeciwko czemu stawiamy opór, jak i bezpośrednią formę, jaką nasz opór przyjmuje. Właśnie dlatego kultura popularna wymyka się wszelkim definicjom: nie da się jej jednoznacznie umiejscowić ani wśród tekstów, ani wśród odbiorców [...]. Kultury popularnej należy szukać właśnie w konkretnych praktykach, a nie w samych tekstach czy ich adresatach, choć praktyki te są szczególnie obecne w momencie, gdy tekst i odbiorca wchodzi w interakcje (Fiske 2010: 183).

Opierając się na adaptowanej przez szkołę z Birmingham teorii hegemonii z pism Antonia Gramsciego, Fiske stworzył radykalną teorię, stanowiącą całkowite przeciwieństwo dotychczasowych modeli kultury, z jej podziałem na kulturę wysoką i niską, awangardową i masową, subwersywną i podporządkowaną. Dla szkoły frankfurckiej potencjał wywrotowy tkwił jedynie w awangardzie, a kultura masowa służyła wdrażaniu ideologii amerykańskiego kapitalizmu. Zarówno frankfurtczycy, jak i badacze skupieni w CCCS uważali kulturę masową za tryb ideologicznej reprodukcji i narzędzie ustanawiania opresyjnego porządku społecznego, która kształtuje sposoby myślenia tak, aby wpasowywały się w społeczne warunki wymagane przez kapitalizm. Brytyjskie studia kulturowe zaczęły jednak wychwytywać i wartościować momenty oporu w interpretacjach odbiorców popkultury, badać indywidualne akty odbioru i użytek, jaki odbiorcy robią z tekstów kultury masowej, odkrywając różnicowanie w sposobie recepcji oraz mechanizmy negocjacji i przełamania ideologii w jej ramach. Fiske poszedł o wiele dalej, sprowadzając cały odbiór kultury medialnej do kwestii oporu i kontrhegemonii. Pozostając w paradygmacie teorii konfliktu społecznego, zauważył, że popkultura zawsze jest kulturą konfliktu, wytwarzaniem społecznych znaczeń, które leżą w interesie grup podporządkowanych. Zmienił odbiór kultury masowej w walkę o prawo do nadawania znaczeń, które kształtują naszą codzienność (Fiske 1995: 2). Jego teoria kultury popularnej stanowi przeniesienie struktur fanowskiego odbioru na wszystkich odbiorców popularnych treści kulturowych. Produkcja własnego kulturowego kapitału w postaci cyrkulacji znaczeń i własnej twórczości, zależnej od tekstów popkulturowych, stanowi cechę charakterystyczną społeczności fanowskich. Dlatego też teoria Fiske'a została zaadaptowana w całości przez medioznawstwo, zajmujące się w większości badaniami współczesnej kultury medialnej, co oznacza przede wszystkim badania recepcji. Najwięcej świadectw recepcji produkują oczywiście środowiska fanowskie, w których wspieranie twórczości członków stanowi cechę samej subkultury. Spadkobiercy myśli Fiske'a w naturalny sposób wykorzystali jego teorię – a za ich pośrednictwem dorobek brytyjskich studiów kulturowych – do badania subkultur fanowskich.

Wydaje się, że najbardziej interesującym aspektem popkulturowej teorii Fiske'a, niedostatecznie jeszcze wyeksploatowanym, jest zwrócenie uwagi na samą strukturę tekstu kultury popularnej, w którą wpisany zostaje wywrotowy potencjał, podatność na kontrideologiczne interpretacje. W połączeniu z wymaganą od odbiorcy aktywnością warunkującą jego przyjemność i napędzającą recepcję, dało to całościowe i spójne ujęcie popkultury jako

ostatecznej siły podważającej hegemonię. Być może dlatego kontynuatorzy myśli Fiske'a odeszli od poszukiwania źródeł subwersji społecznej i politycznej. Dalszy rozwój anglocentrycznego ujęcia w medioznawstwie skupił się raczej na kwestiach indywidualnych i tożsamościowych, ustanawiając centralną kategorią przyjemność odbioru i przypisując jej wartości wywrotowe.

Polityka emancypacyjna, tak istotna w postulatach brytyjskiej szkoły kulturowej, przeszła więc pewną transformację po przeszczepieniu na grunt amerykański: zrezygnowano niemal całkowicie z analiz w duchu marksistowskim, poszukujących powiązań pomiędzy systemami produkcji i dystrybucji produktów kulturowych, z prób podważania technokracji, z badań ekonomicznego sposobu funkcjonowania kultury, widząc w tym podejściu tendencje redukcjonistyczne. Zamiast tego skupiono się na analizach feministycznych i queerowych, znajdując w badaniach recepcji mniejszości i grup uciskanych nowe narzędzie potencjalnej zmiany społecznej. Kluczowe stały się więc zagadnienia konsumpcji, przyjemności i indywidualnych metod konstrukcji tożsamości w ramach kulturowego populizmu. Kultura medialna bowiem, popkultura, jako zespół narzędzi kulturowego oporu w rozumieniu Fiske'a, dostarcza materiałów do konstruowania swojej tożsamości, przyjemności i wzmacniania pozycji w oparciu o indywidualne interpretacje odbiorców. Nastąpiło więc widoczne przejście od krytyki systemowej do polityki tożsamościowej. Stygmatyzacja kultury masowej jako narzędzia manipulacji, obecna w krytyce szkoły frankfurckiej i zwalczana w ramach brytyjskich studiów kulturowych przez odrzucenie dychotomii kultury wysokiej i niskiej, zmieniła się w afirmację popkultury jako narzędzia emancypacji.

W tym ujęciu najważniejszym osiągnięciem na drodze do emancypacji wydawało się uzyskanie właściwej, adekwatnej reprezentacji medialnej, a dokładniej reprezentacji uzyskanych na drodze twórczości fanowskiej, która stanowi popkulturę *per se* w teorii Fiske'a. Stąd pierwsza fala zainspirowanego Fiske'em medioznawstwa wyewoluowała w tzw. *fan studies*. W ich ramach Henry Jenkins, jako bezpośredni spadkobierca myśli autora *Kultury popularnej*, ustanowił paradygmat badań społeczności fanowskich poprzez wytwarzane przez nie artefakty w odniesieniu do tożsamościowej konstrukcji przedstawicieli fandomu jako grupy podporządkowanej.

Jedną z ciekawszych konsekwencji anglocentrycznego ujęcia w medioznawstwie jest przekształcenie pozycji samego badacza, oparte na powszechności doświadczenia popkultury, która stanowi pierwotne doświadczenie estetyczne człowieka. Najlepszy wyraz dla tego nowego stosunku pomiędzy badaczem a przedmiotem badania znajduje się w pracach Jenkinsa. To właśnie *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* Jenkinsa z 1992 roku ugruntowało nowy stosunek do popkultury. Jednocześnie publikacja ta stanowi konsekwentne ujęcie teorii popkultury Fiske'a, zastosowanej do pionierskich badań fanowskich subkultur i modeli recepcji. W tym samym roku wydane zostały też etnograficzne badania fandomu autorstwa Camille Bacon-Smith – *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth* – jednak to dzieło Jenkinsa znalazło większe rzesze naśladowców, ustanawiając sposoby badania i rozumienia aktywnej recepcji treści popkulturowych, poprzez medioznawcze analizy artefaktów raczej niż przez stosowanie metod antropologicznych. Jenkins pozostawał w swojej pracy także pod wpływem Michela de Certeau, określając kontrideologiczne wyrwy w hegemonicznym systemie popkulturowej produkcji jako taktyki oporu, w przeciwieństwie do strategii dominujących instytucji. W tym samym duchu konstruuje teorię tytułowego tekstowego kłusownictwa jako taktyki

zawłaszczania popkulturowych treści, ich rekontekstualizacji w odniesieniu do codziennych doświadczeń odbiorców.

Godne uwagi są jego refleksje metodologiczne związane ze specyficzną sytuacją, w której podmiot i przedmiot badań pozostają w nierozłącznym związku, tj. sytuacja badania kultury popularnej przez jej uczestnika, a nawet entuzjastę, podważająca tym samym wymóg obiektywności badawczej, warunkowanej przez pewien dystans. Kulturowe kłusownictwo, zawłaszczanie tekstów, niweluje dystans i obiektywność wymagane od badacza w tradycyjnym dyskursie akademickim. Jenkins poświęcił sporo czasu metarefleksjom nad swoją pozycją badawczą, których najważniejszym wyrazem (a zarazem swego rodzaju manifestem współczesnego medioznawstwa w anglocentrycznej perspektywie) jest *Hop on Pop. The Politics and Pleasures of Popular Culture* z 2002 roku, zawierające zbiór analiz pod jego redakcją. Jenkins postuluje więc badania oparte na osobistym doświadczeniu, prowadzone od wewnątrz, wykazujące mechanizmy działania popkultury na własnym przykładzie, tj. analizowanie tego, co konkretne popkulturowe treści robią ze mną i co ja robię z nimi. Jednocześnie jednak stwierdza, że możliwe jest utrzymanie dystansu i ironii, ponieważ leżą one w samej strukturze popkulturowych produktów i to właśnie one stanowią sedno przyjemności, jakie czerpie się z odbioru kultury popularnej – swoista autoironia zajmuje więc to samo miejsce, co systemowa krytyka ideologiczna w teorii Fiske'a, odchodząc jeszcze dalej od źródłowych koncepcji kultury popularnej jako narzędzia wdrażania hegemonii i przeciwstawiania się jej jednocześnie.

Jednak to właśnie Jenkins powraca w swoich pracach do analizowania technicznych i ekonomicznych uwarunkowań kultury popularnej. Jego koncepcja narracji transmedialnej stanowi interesujące rozwinięcie analiz przemysłu kulturowego szkoły frankfurckiej w realiach technologicznych XXI wieku i powinna zostać rozważona pod tym względem. Dziedzictwo brytyjskich studiów kulturowych Jenkins sprowadził jednak do kwestii oporu wobec ideologii producentów i nadawców obecnego w nieoficjalnych, pozasystemowych świadectwach recepcji, jakich dostarczają środowiska fanowskie i tzw. oddolne media. Najbardziej wymiernym aspektem pracy Jenkinsa nawiązującym do szkoły z Birmingham jest nacisk, jaki kładzie on na wartości edukacyjne badania mechanizmów działania współczesnej kultury (teoria alfabetyzmu medialnego) oraz stosowany przez niego model analizy interwencyjnej, bazujący na koncepcji Johna Hartleya, który polega na artykułowaniu potrzeb i wymagań odbiorców z użyciem instytucjonalnego autorytetu badacza, przeciwstawiając fanowską władzę nadawania znaczeń ekonomicznej władzy producentów i nadawców (Jenkins 2006: 91). Oznacza to również, że badacze automatycznie zajmują pozycję widowni, odbiorców, utożsamiając się z nią w procesie wdrażania jej interpretacji do systemowego obiegu treści kulturowych.

Aby dokładnie zrozumieć przełom, jakim była publikacja *Textual Poachers*, oraz zajmowane przez Jenkinsa stanowisko wobec popkultury, nie wystarczy oprzeć się na stygmatyzacji kultury popularnej wynikającej ze znanej dychotomii kultury wysokiej i niskiej. Przyjmując w swoich badaniach pozycję fana, Jenkins przeciwstawił się silnemu w dyskursie medialnym obrazowi fana jako patologii odbioru produktów kulturowych. Zgodnie z funkcjonującym przekonaniem fani:

- a. to bezmyślni konsumenci, kupujący wszystko, co związane jest z programem lub jego obsadą [...];
- b. to osoby kultywujące bezużyteczną wiedzę [...];
- c. to osoby błędnie uznające za istotne bezwartościowe treści [...];



- d. to społeczne wyrzutki, którym obsesja na punkcie określonego programu rekompensuje niepowodzenia w innych dziedzinach życia [...];
- e. są zniewieściali i/albo zdeksualizowani przez swoje bliskie powiązania z kulturą masową [...];
- f. są infantylni, emocjonalnie i intelektualnie niedojrzali [...];
- g. są niezdolni do odróżnienia fikcji od rzeczywistości [...] (Jenkins 1992: 10).

Fan w tym rozumieniu jest fanatykiem, jednostką na skraju psychozy, ucieleśniającą wszelkie niebezpieczeństwa, jakie purytańska panika moralna wiąże z rozwojem mediów i technicyzacją społeczeństwa. Jest życiowym nieudacznikiem, który poprzez kapitał kulturowy oparty na popularnych produktach rekompensuje sobie niepowodzenia w życiu społecznym. Fanem jest Mark Chapman, zabójca Lennona. Fanami są prześladowcy z filmów: *Fade to Black* Zimmermana z 1980 roku, *The Fan* Bianchiego z 1981, *King of Comedy* Martina Scorsese z 1983, *Misery* Reinera z 1990 (na podstawie powieści Stephena Kinga) oraz *Fan* z Robertem de Niro i w reżyserii Tony'ego Scotta z 1996. Tego rodzaju obraz medialny fana-fanatyka-nieudacznika wciąż pozostaje żywy, stanowiąc wskaźnik, za pomocą którego rozgranicza się właściwy odbiór treści medialnych i jego wymiar patologiczny, dystans i jego brak, określając właściwy stosunek konsumenta do nadawanych treści.

Zachowania fanowskie, patologizowane w dyskursie medialnym, nie są aprobowane przez sam przemysł medialny – jak inaczej wytłumaczyć nieustanne stygmatyzowanie fanów, którzy wszak stanowią najwierniejszą grupę konsumentów? Pokazuje to, do jakiego stopnia wojna o władzę nadawania znaczeń, której domagają się fani popkulturowych tytułów, jest wciąż żywa i warunkuje antagonistyczne nastawienie nadawców i odbiorców. Pytanie brzmi, czy w nowej anglocentrycznej perspektywie medioznawczej jest to wciąż postrzegane jako walka ideologii czy też jako semiotyczna potyczka o znaczenie medialnych treści – i czy różnica pomiędzy tymi modelami jest istotna.

Patologizacja środowisk fanowskich jest wciąż aktualna, pomimo trzydziestu już lat pracy Jenkinsa i jego kontynuatorów. Wystarczy wspomnieć strzelaninę w mieście Aurora, w Colorado, na premierze filmu *Mroczny rycerz powstaje* Nolana 20 lipca 2012 roku, po której sprawcę od razu okrzyknięto „fanem” Batmana. Serial *The Big Bang Theory* (Lorre, Prady 2007) uczynił stereotypowych fanów głównymi bohaterami i wcale nie zamierza odkłamywać ich stereotypowego wizerunku. Najpopularniejsze tytuły medialne, z rozbudowanymi fandomami, jak *Supernatural* (Kripke 2005) i *Sherlock* (Moffat, Gatiss 2010) wprowadzają patologiczne obrazy fanów jako motywy komediowe. Reklama Canal+ z 2013 roku również parodiuje zachowania fanowskie, pokazując je jako niewłaściwy przykład odbioru treści medialnych (hasło: „Pięćset razy ten sam film? Lepiej zobacz pięćset premier rocznie!”). Jenkins podsumowuje to następująco:

„[...] fan konstytuuje skandaliczną kategorię we współczesnej kulturze, na przemian stając się celem ośmieszania i niepokoju, lęku i pożądania. Bez względu na to, czy przedstawiony zostaje jako religijny fanatyk, psychopatyczny zabójca, neurotyczny fantasta czy oszalała z żądz *groupie*, fan pozostaje fanatykiem czy też fałszywym wyznawcą, którego interesy są fundamentalnie obce „normalnemu” doświadczeniu kultury i którego umysł niebezpiecznie traci kontakt z rzeczywistością” (Jenkins 1992: 16).

Prace Jenkinsa i Bacon-Smith były pierwszymi tekstami przedstawiającymi środowiska fanowskie w pozytywnym świetle, jako źródła aktywnego, krytycznego i kreatywnego odbioru. W wydanej dziesięć lat później *Kulturze konwergencji* Jenkins stwierdza jednak, że fanowski model odbioru nie tylko się rozpowszechnił, ale wręcz stał się wzorcowy dla odbioru treści medialnych, ze względu na popularyzującą się narrację transmedialną jako nowy sposób konstruowania przekazów medialnych: narrację rozproszoną na różnych platformach medialnych, wymagającą od odbiorców aktywności i zaangażowania w procesie zbierania szczytków informacji składających się na całościowy przekaz. Należałoby w tym momencie spytać, do jakiego stopnia wdrażanie takiego modelu odbioru umotywowane jest pobudkami ekonomicznymi i narastającą koncentracją mediów. Jenkins jednak tego nie robi. W zadziwiający sposób skupia się na wykorzystywaniu przez masy nowych technologicznych możliwości, wieszcząc nadejście ery konwergencji, unika jednak analizowania ekonomicznego zaplecza tych przemian. Po przeszczerpieniu na grunt amerykańskiego medioznawstwa teorii hegemonii badanie ekonomicznego podłoża produkcji i dystrybucji medialnych treści w duchu szkoły frankfurckiej uznano za podejście redukcjonistyczne. Być może dlatego Jenkins – rozpisując się na temat możliwości technologicznych i przypisując Internetowi zdolność odbudowy społeczeństwa obywatelskiego przez trenowanie dialogu, negocjacji i współpracy w ramach zbiorowej inteligencji jako jego modelu operacyjnego – nie zajmuje się kwestiami ekonomicznymi ani klasowymi, podobnie jak Fiske, który stopniowo odsuwał podobne tematy z pola swoich rozważań.

Na tym tle Jenkins wystartował z pozycji fana, który tłumaczy własne zachowania w ramach dyskursu akademickiego, w przeciwieństwie do Bacon-Smith, która wielokrotnie w pracy podkreślała swoją zewnętrzną wobec fandomu pozycję badacza. Jenkins zapoczątkował tym samym szeroką falę badań nad fandomem i aktywnym odbiorem treści medialnych, w których kluczowym zagadnieniem była właśnie przynależność samego badacza do przedmiotu badań, zacieranie granicy rzekomo warunkującej obiektywność. Większą część metodologicznych refleksji autora *Kultury konwergencji* zajmują więc próby legitymizacji tego stanowiska. Poczynając od strony praktycznej, stwierdzić można, że fandom to środowisko zamknięte i osoba „z zewnątrz” nigdy nie uzyska pełnego dostępu do pewnych jego sfer (Bacon-Smith opublikowała swoją pracę jako wynik ośmioletnich badań terenowych, zanim dotarła do materiałów, które osobom rozpoznanym jako członkowie fandomu są prezentowane w o wiele krótszym czasie), co uniemożliwia przeprowadzenie rzetelnych badań. Jenkins idzie jednak dalej, określając nową pozycję badacza w odniesieniu do rozwijanej przez siebie teorii popkultury.

Jak wcześniej Fiske, Jenkins określił popkulturę jako sferę oporu. Produkty medialne stają się popularne dzięki emocjonalnemu zaangażowaniu odbiorców, które swoje źródło ma w zawłaszczaniu określonych treści (identyfikacji z nimi) oraz w wykorzystywaniu ich w produkcji własnych znaczeń – których nie określa się już jako kontrideologiczne, a raczej jako rozwinięcie znaczeń rzutowanych na tekst przez nadawców (Jenkins nie posądza fanów o nadinterpretację). Konflikt pomiędzy nadawcami i odbiorcami nie jest już odczytywany jako antagonizm ekonomiczny (w myśl szkoły frankfurckiej) czy społeczny (zgodnie z założeniami szkoły z Birmingham), ale jako kwestia zaspokajania potrzeb odbiorców, przyjemności czerpanej z odbioru i właściwej reprezentacji medialnej. Jenkins odcina się również od krytyki nadawców i odbiorców treści kulturowych, rozpoznając, że każda ze stron ma własne

racje: producenci dysponują kapitałem ekonomicznym, odbiorcy kapitałem emocjonalnym. Zajmując mediacyjne stanowisko zgodnie z założeniami analizy interwencyjnej, badacz postuluje wzajemne poszanowanie racji obu stron. Zauważa zabiegi manipulacyjne po stronie odbiorców i w swojej pracy czyni je ważniejszymi od materiału źródłowego, jakim jest przekaz medialny, sztucznie łagodząc tym samym konflikt pomiędzy tymi środowiskami – odchodząc całkowicie od konfliktu społecznego w teorii brytyjskich studiów kulturowych, pozostawia jednak kategorię oporu, czyniąc go niezbędnym warunkiem funkcjonowania popkultury. Można by więc spytać, wobec czego jest to opór, jeśli ideologia instancji nadawczej nie ma rzekomo żadnej rzeczywistej władzy, a tym samym znaczenia. Nawet opór Jenkins przedstawia w kategoriach popkosmopolityzmu – transkulturowego przepływu produktów kulturowych, odpowiadającego niszowym zapotrzebowaniom odbiorców, stwarzającego im nowe perspektywy i możliwości inwestycji swojego kapitału emocjonalnego oraz kreacji własnej tożsamości. Opór miałby się więc wyrażać w przekształcaniu treści medialnych na własne potrzeby i selekcji przyswajanych treści zgodnie z konsumencką samoświadomością, a więc godzić się ze swoją lokalnością, przypadkowością i brakiem zakotwiczenia, wpasowując się w model taktyk kulturowych de Certeau, pozbawionych rzeczywistego potencjału wywrotowego kontrideologii w procesie walki o nową hegemonię.

Deformując kategorię oporu, tak kluczową dla rozumienia działań aktywnych środowisk odbiorczych, Jenkins jednocześnie rozwija teorię kultury popularnej. Zauważa, że samym zadaniem popkultury jest zmuszanie nas do odczuwania, a jej główny parametr to kryterium emocjonalnej intensyfikacji. W swoich „[...] najlepszych przejawach jednak popkultura skłania nas do myślenia przez to, co odczuwamy” (Jenkins 2007: 3). Estetyka popkultury przeciwstawia się więc uniformizacji i formalizacji, ponieważ nie wywołują one reakcji – emocjonalnych ani intelektualnych – odbiorców. Rozpoznanie tej estetyki wymaga jednak kompetencji kulturowej, zdolności zrozumienia unikatowości, jaka cechuje popkulturowy produkt, przez osadzenie go w kontekście innych: „[...] aby w pełni docenić dzieło sztuki popularnej, należy znać dostatecznie dużo innych dzieł, by zauważyć, w jaki sposób nadbudowuje się i przełamuje istniejące formuły [...]. Kultura popularna cieszy się złożonością i różnorodnością dostrzegalną w całym procesie jej rozwoju” (Jenkins 2007: 3). W tym ujęciu jedynym sposobem mówienia o popkulturze jest uczestnictwo w niej, poddanie się jej wpływowi, rozpoznanie generowanego przez nią samą kontekstu i standardów estetycznych. W tym sensie popkultura jest również autoreferencyjna, nieustannie odsyłając do samej siebie w procesie cyrkulacji znaczeń, i co za tym idzie – autoironiczna, poprzez grę ze zestandaryzowanymi schematami.

Można zauważyć kolejne przesunięcie w stosunku do teorii brytyjskich studiów kulturowych, z których Jenkins czerpie – o ile szkoła frankfurcka opierała się na dychotomii kultury wysokiej i niskiej, a badacze CCCS ignorowali funkcjonowanie kultury wysokiej, postulując badanie produktów kultury masowej z takim samym podejściem, jak przy badaniu dzieł awangardowych, Jenkins ustanawia popkulturę nową awangardą. Już Fiske uczynił popkulturę strefą oporu, czym wcześniej była sztuka awangardowa. Jenkins nie tylko trzyma się tej myśli, ale także neguje standardy estetyczne przypisywane przemysłowi kulturowemu przez szkołę frankfurcką, wpisując popkulturę w modele estetyczne przewidziane dla kultury wysokiej, jak chociażby wymóg wytworzenia kompetencji kulturowej.

W ten sposób jednak Jenkins legitymizuje nową, hybrydalną postawę badawczą aka-fana. Jenkins wielokrotnie podkreśla, że stanowisko fana oscyluje pomiędzy fascynacją a frustracją, adoracją a krytyką. W ten sposób afektywne zaangażowanie w odbiór popkulturowych treści nie stoi na przeszkodzie ich obiektywnej ocenie i badaniu – aktywny odbiór produktów popkulturowych w samą swoją strukturę ma wpisane z jednej strony emocjonalne zaangażowanie, a z drugiej ironiczny dystans. Podejście oceniające i krytyczne stanowi integralny element kulturowej kompetencji niezbędnej do właściwego oceniania popkulturowych treści. Wiedza fanowska zostaje uznana w jego twórczości za nieoficjalny system ekspercki, od którego powinien wychodzić badacz, zanim zajmie zinstytucjonalizowane i zdystansowane stanowisko. Jenkins podkreśla również, że pozycja aka-fana nie polega na folgowaniu własnym popkulturowym upodobaniom, ale stanowi trudną sytuację tłumacza, przekładającego doświadczenia odbiorców popkultury na oficjalny język nauki, przeżycia afektywne na semiotykę afektywną:

Te aspekty kultury popularnej są trudne do zrozumienia z perspektywy refleksyjnego dystansu. Aby zrozumieć, jak popkultura oddziałuje na nasze emocje, musimy się do niej zbliżyć, zaznajomić się z nią, pozwolić, aby nas oczarowała i dopiero wtedy pisać o naszym własnym zaangażowaniu (Jenkins 2007: 10).

Na tej podstawie Jenkins konstruuje nowy model badacza, odwołując się w manifeście tej nowej szkoły medioznawczej (*new cultural studies*) wprost do koncepcji „organicznego intelektualisty” Gramsciego i tradycji szkoły z Birmingham. Jak piszą redaktorzy *Hop on Pop*: „[...] jesteśmy zainteresowani codziennością, intymnością, bezpośredniością; odrzucamy monumentalizm kanonicznych formacji i autorytarny dystans tradycyjnego akademickiego dyskursu. Angażujemy się w kulturę popularną jako tak »bliższą ciału«, tak stanowiącą element nas samych, że niezwykle trudne staje się badanie jej z dystansu” (Jenkins i in. 2002: 3). Uważając się za pierwszą generację medioznawców zdolną do badania popkultury w warunkach, które ona sama określa, dążą do zatarcia granicy pomiędzy „dyskursem naukowym i popularnym, pracą a zabawą, przyjemnością a polityką” (Jenkins i in. 2002: 5). Za wyznacznik nowej formacji medioznawczej uważają więc bezpośredniość (*immediacy*) jako kluczową cechę popkultury, co wykazał już Jenkins w *The Wow Climax*, jako ten aspekt popkulturowej estetyki, który odróżnia ją od burżuazyjnej kultury wysokiej (Jenkins i in. 2002: 6), co czyni nacechowane dystansem próby podejścia do popkultury ułomnymi i podejrzanymi. Ten postulat metodologiczny nowych studiów kulturowych najlepiej oddaje pozycję aka-fana: próbę „[...] artykulacji własnego wielokrotnego (i często wewnętrznie sprzecznego) zaangażowania, uczestnictwa, identyfikacji z popularnymi tekstami – bez wyparcia, racjonalizacji i zniekształcania” (Jenkins i in. 2002: 7), albowiem najlepszy krytyk kultury znajduje się zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz przedmiotu badań (Jenkins i in. 2002: 7). W dalszym toku manifestu zauważa się wielowartościowość kultury popularnej, której efekty, konsekwencje i ideologie nie mogą zostać jednoznacznie określone (Jenkins i in. 2002: 11). Rozrastanie się znaczeń stanowi element codziennego doświadczenia i kulturowej tożsamości (Jenkins i in. 2002: 11). Postulowane jest więc ujęcie partykularne i kontekstualne, wymagające elastyczności metodologicznej i usytuowania badanych treści w ramach procesów globalizacji (Jenkins

i in. 2002: 20). Odpowiadając na zarzuty o ucieczkę w popkosmopolityzm przed trudnością artykułowania konfliktów społecznych wyrażanych we współczesnej kulturze, autorzy manifestu odpowiadają, że nie zamierzają poddawać się binarnym podziałom na produkcję i konsumpcję, w których tylko produkcja oznacza prawdziwą politykę, a tylko konsumpcja prawdziwą przyjemność (Jenkins i in. 2002: 21), ponieważ przyjemności i polityki nie można tak łatwo od siebie odseparować, a ich celem jest prześledzenie i wyłożenie związków, w jakich pozostają te dwie wartości. Planują więc stworzyć nowe medioznawstwo jako teorię i praktykę kultury popularnej. Przyjmują tutaj pozycję „organicznego intelektualisty” z pism Gramsciego, zdolnego do wyrażenia wiedzy, zainteresowań i doświadczeń swojej klasy na szerszym polu społecznym i politycznym – w tym przypadku zapewne chodzi o grupę odbiorców popkulturowych treści. Próbują więc rozszerzyć model aka-fana i uczynić z analizy interwencyjnej wzorcowy model dyskursu popkulturowego. Największy sukces na tym polu z pewnością odniósł Jenkins ze swoim programem edukacji medialnej opartej na idei alfabetyzmu medialnego, czyli zestawu zdolności niezbędnych do swobodnego poruszania się w nowym krajobrazie medialnym, minimalnej technicznej kompetencji wymaganej do zrozumienia, jak działa nowa kultura medialna oparta na narracji transmedialnej i konwergencji, czego owocem jest opracowany przez niego program edukacyjny Fundacji McArthur, promujący wiedzę technologiczną na temat funkcjonowania nowych mediów i partycypacji w wytwarzanych przez nie treściach. Nacisk, jaki przedstawiciele nowych studiów kulturowych kładą na edukację jako narzędzie udostępniania i użytkowania kultury, stanowi najsilniejszy rys z dziedzictwa brytyjskich studiów kulturowych w ich programie.

Prace z zakresu nowych studiów kulturowych, zgromadzone w tomie *Hop on Pop* i innych, stanowiące dalekie echo dziedzictwa badań prowadzonych w CCCS, oferują interesujący zestaw podejść i narzędzi metodologicznych dla polskich badaczy zajmujących się partycypacją w kulturze popularnej, szczególnie w odbiorze zagranicznych produktów popkulturowych, i polskimi fandomami, w ramach których dochodzi do szczególnej rekontekstualizacji treści kultury medialnej. Analizy tego typu zjawisk powinny zachowywać partykularne i kontekstualne wymogi postulowane w manifestie, a także oddawać transkulturowy charakter tych zjawisk oraz ich techniczne zakorzenienie, biorąc pod uwagę, że większa część partycypacji polskich fanów w popkulturze toczy się w Internecie (fora dyskusyjne, blogi tematyczne, kanały na YouTube, vlogi, rozbudowana produkcja i dystrybucja w obiegu internetowym polskich subów oraz skalacji itd.). Ciekawe byłoby też wykazanie indywidualnego, zaangażowanego odbioru popkultury ze strony polskich badaczy na wzór amerykańskich, biorąc pod uwagę, jak żywa wciąż pozostaje w polskim dyskursie akademickim teoretyczna dychotomia i refleksja krytyczna szkoły frankfurckiej, przy praktycznym braku w kraju zarówno funkcjonalnej (spełniającej swoją funkcję społeczną i estetyczną) kultury wysokiej (wystarczy wspomnieć, że jako jedno z największych osiągnięć artystycznych niedawno zmarłego Wojciecha Kilara próbowano przedstawić propozycję stworzenia ścieżki dźwiękowej do trylogii *Władca Pierścieni* Petera Jacksona), jak i rodzimej kultury popularnej (która z definicji jest kulturą klasy średniej, brak więc dla niej w Polsce ekonomicznego ugruntowania).

Douglas Kellner dokonał analizy związków pomiędzy założeniami szkoły frankfurckiej i brytyjskimi studiami kulturowymi, wykazując daleko posunięte podobieństwa pomiędzy ich podejściami, wyrastające z ducha krytyki

marksistowskiej. Stworzył też klasyfikację, nakładając trzy etapy w rozwoju studiów kulturowych na kolejne fazy rozwoju kapitalizmu. W tym ujęciu krytyka szkoły frankfurckiej to okres fordyzmu, statycznego i monopolistycznego kapitalizmu lat 30., kiedy to jednostki poddawano kontroli systemowej – co legitymizuje postrzeganie kultury masowej jako sposobu inkorporacji klas pracujących w struktury społeczne kapitalizmu za pomocą manipulacji i narzucania ideologii. Stąd zarzuty wobec kultury masowej odnośnie do jej homogenizacji i uniformizacji, chociaż należy pamiętać, że kultura masowa nigdy nie była aż tak jednolita, jak pokazywał to model frankfurcki. Brytyjskie studia kulturowe przypadają na okres postfordowski, czas bardziej zróżnicowanych formacji kulturowych i narodzin subkultur, okres antagonizmów społecznych i klasowych, kwestionowania konserwatywnych ideologii, także ekonomicznych, i dominacji kapitalizmu. Stąd zainteresowanie badaczy CCCS subwersywnym i wywrotowym potencjałem nieoficjalnych, oddolnych mechanizmów kulturowych. Anglocentryczne podejście w medioznawstwie, stanowiące efekt transmisji ideałów brytyjskich studiów kulturowych na teren amerykańskiej akademii, zostało uwikłane w postmodernistyczne zagadnienia konsumpcji, przyjemności i polityki tożsamościowej, znacząco zmieniając założenia, na których zostało ufundowane, i odpowiadać ma nowej erze globalnego kapitalizmu. Postępujący zanik perspektywy krytycznej i odcięcie się od tradycji marksistowskiej stanowią więc ma reakcję na mechanizmy globalizacji, decentryzacji i konsumeryzmu w nowym społeczeństwie informacyjnym (Kellner 2002). Biorąc pod uwagę powyższe, tym bardziej należałoby uwzględnić w swoich dążeniach metodologicznych powrót do źródłowych teorii i zacząć stawiać pytania o pochodzenie i sposoby dystrybucji produktów kulturowych, uwzględniając w swoich analizach ich zaplecze ekonomiczne. Właśnie ze względu na nową fazę rozwoju kapitalizmu, na progu rewolucji technicznej, jakiej dostarczają nowe media i środki dystrybucji, tym pilniej należy pytać o ideologie stojące za określonym medialnym przekazem i o charakter sposobów jego użycia – czy kłusownicza działalność fanowska rzeczywiście ma charakter wywrotowy czy też stanowi bufor bezpieczeństwa dla oficjalnej kultury, w ramach którego następuje realizacja roszczeń odbiorców, tak aby oficjalny przekaz mógł pozostać niezakłócony? W jaki sposób rozwój Internetu zmienił funkcjonowanie obiegów kulturowych? Czy popkulturalizm to jeszcze jedna forma imperializmu kulturowego? Jaki wpływ na nasze życie ma koncentracja mediów i postępujący razem z nią monopol informacyjny? Jaki jest związek pomiędzy kulturą medialną a aktywnością polityczną i społeczną, którą wzbudzają próby cenzurowania i ograniczania wolności przepływu danych w sieci, podejmowane w ostatnich latach? Czyje interesy reprezentuje obecnie dyskurs medialny? Te wszystkie pytania wciąż czekają na odpowiedź, a prawdziwy potencjał narzędzi badawczych dostarczonych nam zarówno przez szkołę frankfurcką, jak i brytyjskie studia kulturowe wciąż czeka na wykorzystanie.

## BIBLIOGRAFIA

- Bacon-Smith, Camille. 1992. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. New York: University of Pennsylvania.
- Fiske, John. 1997. Postmodernizm i telewizja. Tłum. Jolanta Mach. W: Andrzej Gwóźdź (red.), *Pejzaże audiowizualne*, Kraków: Universitas.
- Fiske, John. 2010. *Zrozumieć kulturę popularną*. Tłum. Katarzyna Sawicka. Kraków: wuj.
- Fiske, John. 1995. *Reading the Popular*. London, New York: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: NYU Press.
- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture. Studies in Culture and Communication*. New York: Kindle Edition.
- Jenkins, Henry. 2007. *The Wow Climax. Tracing the Emotional Impact of Popular Culture*. New York: NYU Press.
- Jenkins, Henry. McPherson, Tara. Shattuc, Jane. 2002. *The Culture that Sticks to Your Skin: A Manifesto of New Cultural Studies*. W: tychże, *Hop on Pop. The Politics and Pleasures of Popular Culture*. New York: NYU Press.
- Kellner, Douglas. 2002. *The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation* [online]. Dostęp: <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/frankfurtschoolbritishculturalstudies.pdf> [4.01.2014].
- Wertham, Fredric. 1954. *Seduction of the Innocent*. California: Rinehart and Company.