

Komiks amerykański w kontekście telewizji. Prolegomena

Wstęp, czyli słowo o związkach

Trwające od ponad dekady magnetyczne przyciąganie komiksu i filmu, najefektowniej owocujące kolejnymi ekranizacjami przypadków superbohaterkich, przyzwyczaiało odbiorców do kontekstowego spoglądania na obie formy przekazu. A przecież i bez tej mody na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia Wojciech Birek mógł zasadnie przypuszczać, że „adaptacje są chyba najsilniejszą grupą świadczącą o wzajemnym zainteresowaniu filmu i komiksu”¹. Z tym że w wykorzystywanej przez autora klasyfikacji owych „wzajemnych zainteresowań” adaptacja stanowi tylko ułamek komiksowo-filmowych związków, towarzysząc innym rodzajom twórczych pokrewieństw i powinowactw obu mediów. Tymczasem wraz ze wzrastającym fenomenem telewizji, szczególnie gatunku seriali (ale i specjalizacji kanałów tematycznych, w tym informacyjnych), twórcy komiksowi poczęli coraz częściej rozpoznawać w swym rzemiośle, na różnych piętach jego organizacji, atrakcję szklanego ekranu. Pryzmatem związków komiksu i telewizji może stać się sytuacja amerykańskiego rynku rozrywki. „Moda na telewizję” poczyna odciskać piętno na układach sił rządzących przemysłem historii graficznych, przy czym, należałoby dodać, wektor oddziaływań jest właściwie obustronny. Chociaż więc ideałem odpowiedzi krytycznej na proces zbliżenia komiksu i telewizji byłaby klasyfikacja analogiczna do tej przeprowadzonej przez Wojciecha Birka, uwzględniająca rozpodobnienie związków obu mediów (jako twórczego wykorzystania różnic je dzielących), ich pokrewieństw (a więc operowania genetycznym podobień-

¹ W. Birek, *Komiks a film – pokrewieństwa i związki*, w: *Od fantastyki do komiksu. W kręgu gatunków filmowych*, red. K. Sobotka, Łódź 1993, s. 168.

stwem tworzyw) i powinowactw (związków pośrednich)², obieram cel mniej ambitny, choć, mam nadzieję, nie pozbawiony szans na poznawczy zysk. Proponowana tu analiza medialna i rynkowa interferujących przestrzeni komiksu i telewizji – zakreślona w formie kilku problemowych „zbliżeń” – uwypukla wagę samego zjawiska i pomyślana została jako wstęp do dalszych badań.

Świt (nie tylko) żywych trupów

Świętujący triumfy nie tylko na amerykańskich ekranach telewizyjnych serial stacji AMC *The Walking Dead*, tworzony na podstawie komiksowej opowieści pisanej przez Roberta Kirkmana, przypomina o nie do końca rozpoznanej przestrzeni dialogu obu mediów, telewizji i komiksu. Chodzi mianowicie o paralełę warunków twórczości w obrębie dwóch coraz bardziej zacieśniających komitwę gałęzi przemysłu medialnego. Pochód „żywych trupów” przez migotliwe ekrany telewizorów niespodziewanie stał się kasowym sukcesem i legitymacją komiksu wśród publiczności zdecydowanie liczniejszej niż grono entuzjastów historii obrazkowych. Przede wszystkim jednak zaakcentował fakt, że ofensywa produkcji telewizyjnych ostatnich lat – a warto przypomnieć, że pierwsze dziesięciolecie nowego milenium doczekało się miana „dekady seriali” – wciąż upominająca się o należyty rezonans w medioznawczych pracach krytycznych, z całą pewnością nie pozostała bez wpływu na sytuację rynkową komiksu, a w pewnym stopniu także na jego język. Komiksowo-telewizyjny fenomen *The Walking Dead* to nie tylko udana ekranizacja, ale znak przemian, jakim podlegał amerykański przemysł rozrywkowy od kilku, a może kilkadziesiąt lat. Oto bowiem obserwatorzy amerykańskiej popkultury stali się świadkami kulminującej na rynku medialnym za oceanem tendencji, w której to stacja kablowa AMC już nie tylko artystycznie, ale dzięki *Żywym trupom* pod pewnymi względami także kasowo dystansuje czterech telewizyjnych gigantów (CBS, ABC, NBC, FOX), a i komiks Kirkmana publikowany przez Image okazuje się jedną z najdłuższych serii wydawniczych, konkurujących z potentatami z Marvela i DC (pod względem franszyzy budowanej wokół niezależnego dzieła autorskiego ustępując być może tylko *Wojowniczym Żółwiom Ninja* Kevina Eastmana i Petera Lairda). Innymi słowy, *casus The Walking Dead* uprzytamnia, że w kulturze popularnej coraz częściej to, co marginalne, poczyna wstępować na pozycje centralne, przy czym owo „ukąszenie” głównonurtowością nie musi mieć reperkusji negatywnych, zarówno w aspekcie merkantylnym, jak i kreatywnym. W pewnym sensie komiks amerykański, dyskutowany coraz częściej w kontekście świtu *creator-owned series*, a więc serii, do których prawa posiada-

² Por. tamże, s. 149-150.

ją ich autorzy, nie zaś wydawnictwa, wstępuje na drogę, jaką pokonywała telewizja, by z medium producenckiego, jak pisali Horace Newcombe i Robert Alley w latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku, stać się medium scenarzystów³. Sukces serii Kirkmana na małym ekranie to jednak tylko wstęp, syntetyczny skrót do zagadnień silniej sprzężonych z komiksową poetyką.

Komiks w kleszczach *widescreen*

Przyglądanie się funkcjonowaniu rynku komiksowego i telewizyjnego w USA z zacięciem komparatystycznym może służyć wypracowaniu narzędzi analizy jakości artystycznych rysowanych opowieści. Do oszałamiającego sukcesu telewizyjnych seriali, których dobra passa trwa, jak można przyjąć orientacyjnie, od emisji *Rodziny Soprano* (1999-2007) w stacji HBO, oprócz kreatywnego zaangażowania telewizji kablowych przyczynił się rozwój rynku DVD. Jeśli, jak sugeruje Andrzej Gwóźdź, traktować DVD jako „medium, czyli technokulturowy porządek istnienia filmu (choć skutecznie demontujący dyspozytyw kina), a nie tylko format”⁴ (albo, dodajmy, rodzaj nośnika), jego rola w dyskusjach o kształcie wizualnej komunikacji wzrasta niepomierne. Bo chociaż film, respektując wymóg macierzystej przestrzeni odbioru, a więc sali kinowej i jej wielkiego ekranu, stosunkowo dawno stał się beneficjentem obrazu panoramicznego, można zaryzykować hipotezę, że kariera *widescreen* rozpoczęła się w dobie kina domowego, na prawach przeniesienia i imitacji przestrzeni kinowej. Zmiana formatu nadawania poszczególnych programów dotknęła w pierwszym rzędzie utwory fabularne (serial NBC *ER*, znany w Polsce jako *Ostry dyżur*, aspirujący w procesie produkcji do norm kinowych, jeszcze pod koniec lat dziewięćdziesiątych, w środku emisji, „złapał” szerokoekranowego bakcyła), by wraz z rozwojem telewizji cyfrowej stać się udziałem całego strumienia audiowizualnego. Usankcjonowanie kariery kina domowego, a więc i szerokiego ekranu, wiązać można ze stopniowym „obalaniem” gabarytów telewizyjnych odbiorników (a także monitorów komputerów), których „kwadratowość” (4:3) zastąpiły prostokąty, ostatecznie przystosowujące percepcję wizualną do formatu 16:9.

Swoiste zwędrowanie kina „pod strzechy”, a więc „udomowienie” *widescreen*, kojarzy się więc szerokiej publiczności może nie tyle z samą telewizją czy kinem, co z telewizyjnym odbiornikiem. Pozostaje jednak w tym samym kręgu technokultury, o którym wspominał Andrzej Gwóźdź. Przeorientowanie

³ *The Producer's Medium. Conversations with Creators of American TV*, red. H. Newcombe, R. S. Alley, New York 1983.

⁴ A. Gwóźdź, *Obok filmu, między mediami*, w: *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010, s. 35.

ekranowego formatu – choć to na razie kolejna hipoteza warta dalszych badań – rezonuje zmianami w komiksowej sztuce sekwencyjnego opowiadania⁵. Rysownicy coraz śmielej posługują się szerokim kadrem (przy niezmiennym standardzie rozmiarowym ekranu-kartki, w przypadku amerykańskich zeszytów komiksowych – B5), naśladując wygląd wystawnych produkcji filmowych. Owo uwiedzenie panoramicznością obrazu można oczywiście traktować w sposób parodystyczny, jak uczynili Alan Moore i J. H. Williams III w jedenastym numerze serii *Promethea*. Podporządkowując fabułę niewyszukanym aluzjom do horrorów klasy B, na dodatek „przewracając” zeszyt tak, by czytało się go horyzontalnie, oprócz rozwijania historii tytułowej heroiny, za pomocą środków formalnych komentują wizualny trend przewijający się przez komiksowe wydawnictwa. Za mistrzów panoramicznego kadrowania uchodzą na przykład Brian Hitch (wystarczy spojrzeć na prace w wydanych także w Polsce seriach *The Ultimates* albo *The Authority*) czy John Cassaday (*Planetary*, *Astonishing X-Men*), którzy ilustracyjnym rozmachem upodobniają opowiadane przez siebie historie do obrazowej manieri letnich *blockbusterów* kinowych. Zjawiska tego, jak mi się wydaje, nie można odseparować od przyzwyczajzeń publiczności telewizyjnej, stymulowanych zjawiskiem kina domowego i DVD, a więc także „wytrenowaniem” oka do wpatrywania się w prostokątny ekran telewizyjny czy komputerowy. *Widescreen* staje się obowiązującym terminem przy opisywaniu zarówno kompozycji komiksowej planszy, jak i trybu opowieści, który to hasło konotuje (slogan reklamowy drugiego wydania zbiorczego *The Ultimates* brzmi „Millar and Hitch’s widescreen super-hero epic concludes!”, a więc: „Konkluzja szerokoekranowej, epickiej historii superbohaterskiej Millara i Hitcha!”).

Parateksty między mediami

Swoją drogą, poruszając kwestię wydań zbiorczych i rynku DVD, warto pokusić się o krótki ekskurs. Otóż amerykański rynek komiksowy od kilkadziesiątu lat zalewany jest przedrukami (*tradepaperback*) wydań zeszytowych w postaci wydawnictw zwartych, kolekcjonujących kompletne fabuły danych serii. Ale dopiero od około dwóch dekad – głównie za sprawą polityki wydawniczej propagowanej przez Karen Berger, redaktorkę imprintu Vertigo, nawyk ów zyskał na regularności, a od kilkunastu lat – ekskluzywne wydania zbiorcze muszą być okraszane dodatkami (niewykorzystane plansze, wywiady z twórcami

⁵ W kontekście relacji komiksu i DVD opisują upowszechnienie się terminu *widescreen* amerykańscy publicyści, por. np. M. Peterson, *Comics Column #3 – A Question of Accessibility: Studying Pathology and Archaeology* (Warren Ellis, *Superheroes*), 31.10.2008, <<http://www.slantmagazine.com/house/2010/01/comics-column-3a-question-of-accessibility-studying-pathology-and-archaeology-warren-ellis-superheroes>> z 10 lutego 2014.

mi, kulisy powstawania) preparowanymi na wzór dodatków do filmów umieszczanych na płytach DVD. Komiks zaczyna więc funkcjonować w tym samym tyglu paratekstów, co współczesny film, odpowiadając w formie wydawniczej na kolekcjonerską manię unikatowości produktu, ale i na znany entuzjastom kina domowego specyficzny *voyeuryzm* pojawiający się w sferze wglądu w proces twórczy. Popularność wydań zbiorczych skutkuje zaś sprzężeniem zwrotnym – coraz większa liczba komiksowych scenarzystów myśli o fabule przystosowanej do formatu przedruku, nie zaś pojedynczego, spójnego zeszytu-odcinka, który często traci walory zwartej kompozycji na rzecz fabularnej dekompresji. Wielce nieprawdopodobne, by równoległość mody na parateksty kina i komiksu była czystą koincydencją. Zbieżność ta uprzytamnia na pewno istnienie sieci zależności łączącej nośniki kulturowych treści i konieczność dostrzegania określonych tendencji w oglądzie nie izolowanym a intermedialnym, w perspektywie medialnej konwergencji.

Sezon pierwszy, czyli o pewnym aspekcie obecności telewizji w przemyśle komiksowym

Wzrastająca renoma serializowanych utworów telewizyjnych wywiera na amerykański przemysł komiksowy znacznie większy wpływ niż nagłaśniane w branżowych mediach transfery personalne między sferami twórczości adresowanej do widzów szklanego ekranu i obrazkowych historii. Niedysyjesze pojawienie się w Marvelu osławionego twórcy serialu *Babylon 5*, Joe Michaela Straczynskiego, późniejszy etat dla Jossa Whedona, pomysłodawcy telewizyjnej serii *Buffy, postrach wampirów*, długi telewizyjny staż komiksowego scenarzysty Jeffa Loeba, praca Briana K. Vaughana, autora znanej w Polsce serii *Y The Last Man*, przy serialu *Lost (Zagubieni)* – to tylko wybrane dowody dobrej komitywy filmu i komiksu (szczególnie w jego odmianie zeszytowej), ufundowanej na podobnym trybie pracy, projektowaniu fabularnego rytmu wieloodcinkowych opowieści⁶. To, co w swoistej interpunkcji telewizyjnej układa się

⁶ Wśród nazwisk słabiej kojarzonych przez szeroką publiczność z działalnością w obrębie obu mediów znajduje się na przykład Allan Heinberg, scenarzysta między innymi *Życia na fali (The O.C.)* czy *Chirurgów (Grey's Anatomy)*, który napisał dla Marvela serię *Young Avengers* i *Wonder Woman* dla DC, jak również współtworzył z Geoffem Johnsem fragment sagi *JLA*. Inny przykład kolaboracji międzymedialnej to praca Marka Gugenheima, piszącego niegdyś skrypty między innymi dla serialu *Prawo i bezprawie (Law & Order)*, później dla inspirowanej superbohaterskim komiksem, choć oryginalnej produkcji telewizyjnej pt. *No Ordinary Family* (2010-2011), a obecnie dla opartej na motywach komiksu ze tajni DC serii *Arrow* (stacji The CW), a przy tym znanego czytelnikom historii obrazkowych choćby z takich tytułów, jak *The Flash* czy *The Amazing Spider-Man*. Dalej: Bryan Q. Miller, legitymujący się pracą przy serialu *Smallville*, którą zamienił na tworzenie scenariuszy dla komiksu *Batgirl*, by ostatecznie przystąpić od pisania komiksowej

w stosunkowo zwarte całości narracyjne zwane sezonami, odnajdywało swoje, bądź co bądź, niedoskonałe odbicie w wydawanych latami seriach komiksowych w tak zwanych *runach*, czyli ciągu historii opowiadanych przez jednego artystę albo stały zespół twórców, scenarzysty i rysownika (w pewnym sensie „archetypicznym” modelem takiego kreatywnego współdziałania była wieloletnia współpraca Stana Lee i Jacka Kirby’ego nad serią *Fantastic Four*). Ciągące się seriale komiksowe naszpikowane wątkami i postaciami dokładanymi przez kolejne zespoły scenarzystów, a nade wszystko sygnowane numerami biegnącymi w krotności setek nie generują jednak nowych czytelników. Stąd zamiast ką znaków przestankowych w komiksowych sagach stało się „zerowanie” numeracji, zaczynanie leciwych serii od numeru pierwszego, by z pomocą wołanej w sukurs atrakcji nowości budować nową publiczność. Coraz częściej jednak przez amerykańskie portale i fora komiksowe (także te zbliżone do decydentów branżowych, jak *Comic Book Resources*⁷) przetacza się dyskusja o zbliżeniu modelu wydawniczego rysunkowych narracji do formatu telewizyjnych sezonów, a więc wprowadzenia układu „serii miniserii”, preferowanego od lat na przykład przez Mike’a Mignolę w jego autorskim *Hellboyu*, publikowanym pod szyldem wydawnictwa *Dark Horse* (w Polsce przez Egmont).

Tym jednak, co najłatwiej transplantuje się z ciała jednej gałęzi rozrywkowego przemysłu (telewizji) do ciała drugiego (komiksu) jest nazewnictwo. Kiedy pod koniec lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia Marvel zaprosił Johna Byrne’a, legendarnego twórcę amerykańskiego komiksu, któremu zawdzięczamy nową wersję przygód Supermana, do odrestaurowania dziejów Człowieka-Pająka tak, by zaadaptować historię herosa do wymagań czytelnika z końca wieku, w podtytule swojej największej marki umieścił słowa „Chapter One”. W tłumaczeniu: „rozdział pierwszy”, a więc przymglony refleks powinowactwa literackiego. Od kilku lat podobna inicjatywa wydawnicza – przypominania genezy najpopularniejszych superbohaterów w formie tak zwanych *original graphic novels* – nosi nazwę „Season One”, a więc „sezon pierwszy”⁸. Niejako

kontynuacji wspomnianego serialu pt. *Smallville Season 11*. Osobliwy przypadek współpracy „ludzi komiksu” z telewizją stanowi kolektyw „Man of Action”, w którego skład wchodzi Duncan Rouleau, Joe Casey, Joe Kelly i Steven T. Seagle, odpowiedzialni za *gros* animacji produkowanych głównie dla stacji *Cartoon Network*. Wśród twórców komiksów niezależnych, którzy przenieśli się do telewizji, pojawia się nazwisko Javiera Grillo-Marxuacha. Katalog ten można, rzecz jasna, uzupełniać.

⁷ Por. np. *Axel-In-Charge: Welcoming Back Creators, Experimenting with Numbering*, 24.01.2014, <<http://www.comicbookresources.com/?page=article&id=50517>> z 10 lutego 2014.

⁸ Po dokładnie tę samą deskrypcję sięgnęli Ed Brubaker i Sean Phillips, wydając serię *Sleeper* (Wildstorm, DC, 2003-2005). Dwanaście pierwszych numerów złożyło się na „sezon pierwszy”, kolejny tuzin na „sezon drugi”.

bezpośrednio wykorzystując popularność telewizyjnych serii i słownika z nimi związanego, redaktorzy Marvela stosują coś więcej niż marketingowy chwyt. *Season One* w tytule opowieści, osobliwie wyartykułowane *ab ovo*, „od początku”, przeobraża się w deskrypcję *quasi-genologiczną*, zapraszając czytelnika do zawarcia umowy gatunkowej i zwiastującą tym samym określony typ historii „genezyjskiej”⁹.

Ekspluatowanie pomysłów na sterowanie systemem „opowiadania historii” na polu komiksowym, wypracowane przez producentów seriali, to inne jeszcze świadectwo rosnącej roli telewizji i jej publiczności. Oto współtworzące Image Comics wydawnictwo Top Cow rozpoczęło w 2007 roku projekt *Pilot Season*, polegający na publikacji kilku pierwszych numerów komiksowych serii, z których kontynuowane będą tylko te, na które zagłosują czytelnicy. Zamyśl jest repetycją zabiegów producentów telewizyjnych, którzy po nakręceniu odcinków pilotażowych swoich seriali czekają na zamówienie większej liczby epizodów przez władarzy danej stacji. Mniejsza o sam mechanizm – co istotne, to sam fakt powoływania się na termin *pilot* i *season*, potwierdzający ich petryfikację w świadomości określonej grupy odbiorców, w znacznej mierze, jak należy przypuszczać, wspólnej dla kręgów komiksowych i telewizyjnych. Choć pomysł Marvela zasada się na obietnicy „szybkiego dostępu”, pomnażającego grono czytelnicze uznanych marek, projekt Top Cow zaś na akcie eliminacji – ostatecznie zawierają się w tej samej macierzy popkultury: wariantywnie realizowanej pogoni za nowością.

⁹ Proces odwrotny, a więc wpływ komiksu na telewizję w przestrzeni nomenklaturalnej, sygnalizującej zresztą konsekwencje strukturalne, obserwować można w przypadku nieopartego na żadnym konkretnym komiksie serialu *Heroes* (2006-2010, znanego w Polsce jako *Herosi*). Poszczególne sezony telewizyjnej serii dzielone są na „volumes”, a więc indywidualnie tytułowane rozdziały, delimitujące poszczególne całości fabularne (zwykle zachodzi tu relacja ekwiwalencji: każda seria to jeden rozdział, ale na przykład trzeci sezon obejmuje dwa rozdziały, czyli zaburza standardowy telewizyjny schemat wątku przewodniego, rozpiswanego zwykle w perspektywie całego roku wyświetlania serii). Sukces serialu *Heroes* uitorował drogę innym produkcjom luźno inspirowanym komiksami superbohaterskimi, jak wspomniany wcześniej *No Ordinary Family*, ale też *The Cape* (NBC, 2011) czy *Alphas* (SyFy, 2011-2012). Nieco wcześniej potrzebę obecności na ekranie telewizyjnym fabuł *quasi-superheroicznych* począł zapełniać serial *The 4400* (USA Network, 2004-2007). Rezonans mody na opowieści komiksowe prezentowane poza komiksem stanowił brytyjski sitcom *No Heroics* (ITV2, 2008). W tym przedziale nieadaptacyjnych związków narracji komiksowych i telewizyjnych należałoby również umieścić serie *Grimm* (NBC, 2011-) czy *Once Upon A Time* (ABC, 2011-), oparte na koncepcie zderzenia znanych fabuł baśniowych ze współczesną rzeczywistością. *Casus* tychże to rodzaj istnienia „zamiast” – tutaj: zamiast nieudanej próby przeniesienia na ekran komiksu *Baśnie* (*Fables*), stworzonego przez Billa Willinghama. Zob. też: „EKRAŃY” 2011, nr 3-4 (*Rewolucja w serialu telewizyjnym*).

Status opowieści między mediami

Nomenklaturowe powinowactwo komiksu i telewizji w Ameryce nie wyczerpuje się w rachubie komercyjnej – znajduje bowiem bezpośrednie przełożenie na status samej opowieści, rozwijanej w komplementarnym splocie obu mediów. Pytanie o charakter narracji dotyczącej jednego *brandu* (postaci superbohatera, fantastycznego uniwersum), marki rozpanoszonej po mechanizmach różnomedialnego gospodarstwa, wydaje się zasadnicze szczególnie w obliczu tendencji przewijającej się przez wydawnictwa komiksowe w ostatnich latach.

Dla nikogo bowiem nie jest tajemnicą, że największym hitom (markom) wielkiego i małego ekranu, jak seriom *Star Wars* czy *Star Trek*, zawsze towarzyszyły licencjonowane „dodatki” komiksowe, rozwijające pewne wątki z dzieł „głównych”, ale podkreślające względną autonomię fabularną (tak zwane *spin-offs*, czyli „dokrętki” do głównego rdzenia fabularnego, *tie-ins*, a więc swoiste „wprowadzenia” w zasadniczy nurt opowieści *etc.*). „Satelity” te, prezentujące różnoraki poziom artystyczny, spełniały zazwyczaj funkcje marketingowe i plasowały się raczej po komercyjnej stronie funkcjonowania przemysłu rozrywkowego (podobnie jak w przypadku nowelizacji scenariuszy filmowych w USA, towarzyszących premierom kinowym). Jedną z bardziej udanych serii, będących adaptacją znanej telewizyjnej marki, *Z archiwum X*, mogli poznać także polscy czytelnicy. Ale moda na równoległość opowieści dotyczących tych samych postaci dotykała nawet telewizyjnych sitcomów, jak *Świat według Bundych* (*Married... with Children*) czy znany w kraju nad Wisłą także w wersji rysunkowej *Alf*.

Relacja „dzieła macierzystego” i utworów krążących po jego orbicie (komiksów, książek, gier komputerowych) podlega nie zawsze uświadomianej gradacji, która streszcza się w pojęciu kanonu. Popkulturowe „spory o kanon”, a więc o to, czy dany tekst dookreślający albo kontynuujący wątki pierwotnej opowieści, został uznany przez twórców teje za „prawomyślny” i relewantny dla statusu ich oryginalnej narracji, stanowią swoistą wersję dyskusji o autorstwie¹⁰. Marka, która w zamierzeniu speców od komercji ma dotrzeć do jak największej liczby odbiorców i dać poczucie, że staje się ich „własnością”, prowokując ich na przykład do sporządzania kolejnych tekstów *fan-fiction*, jednocześnie i paradoksalnie, często pod czujnym okiem tej samej publiczności, pilnie strzeże swych granic.

¹⁰ Przy czym termin „kanon” zastępuje często wśród amerykańskich odbiorców komiksów inny – *continuity*. Kontynuacja oznaczać ma wspólną linię czasową i przyczynowo-skutkową narracji realizowanych w różnych mediach. Odbiorcy chcą wiedzieć, czy to, co przydarza się bohaterowi na przykład w będącej adaptacją komiksu grze komputerowej, należy do jego oficjalnego (uznanego przez właścicieli marki, twórców postaci bądź wydawnictwo) fikcyjnego życiorysu.

W ciągu ostatnich kilku lat pojawia się jednak inna tendencja: komiksowe serie, namaszczone podtytułem „sezonu”, opuszczają przestrzeń fabularnego marginesu (która jątrzy spory o ich kanoniczność, ową ekstensję autorstwa), by stać się pełnoprawnym nośnikiem głównej opowieści. Serial *Buffy, postrach wampirów*, po siedmiu seriach telewizyjnych, kontynuowany jest w formie graficznej jako *Buffy, the Vampire Slayer Season Eight* i *Season Nine*. Komiksowy *prequel* do zakończonego serialu *Battlestar Galactica* odnajdziemy pod nagłówkiem *Season Zero*, graficzną zaś kontynuację serialu o młodym Supermanie w publikowanych pierwotnie w Sieci odcinkach *Smallville Season 11*. Przedwcześnie przerwana z powodu niskiej oglądalności i wystawnego budżetu produkcja serialu *Jericho* (2006-2008) doczekała się kontynuacji w komiksie zeszytowym. Przykłady można by mnożyć. Oznaczanie kolejnych serii rysunkowych jako dalszych „sezonów” seriali nie wyklucza oczywiście dawnego porządku funkcjonowania komiksów jako paratekstów głównego tekstu narracyjnego – współistnieją bowiem w przestrzeni odbiorczej na przykład komiksy o *Buffy* i *Angelu* z czasów emisji odpowiadających im seriali i obecna seria, która zajmuje centralną pozycję wobec głównego nurtu opowieści.

Kilka lat temu w jednym z wywiadów twórcy i producenci wykonawczy serialu s.f. *Fringe. Na granicy światów*, Roberto Orci i Alex Kurtzman, ogłosili, że jeśli stacja Fox nie pozwoli im opowiedzieć zaplanowanej przez nich historii do końca na ekranie telewizyjnym, publiczność pozna jej finał w formie komiksu. Opowieść jako taka nieoczekiwanie awansuje w hierarchii ważności komercyjno-kreatywnego konglomeratu czynników produkcji. Benjaminowski „twórca jako wytwórca” bowiem deklaruje, że nie ma związku koniecznego między narracją a jej nośnikiem, a w przewróconej do góry nogami sentencji Marshalla McLuhana przekażnik musi ostatecznie uznać wyższość samego przekazu. A więc kolejna „śmierć oryginału” – tym razem jako oryginalnego, prymarnego połączenia narracji i jej medium. Narracja przestaje być tylko trybem opowieści, ale zaczyna funkcjonować jako karta przetargowa: wobec widzów – bo upewnia się ich, że warto inwestować emocje i uwagę w tekst, który na pewno osiągnie formę domkniętą, wobec stacji telewizyjnej – bo sugeruje umniejszenie jej roli w procesie twórczym (nie tylko tym konkretnym, ale i jemu podobnych). Owo dyskursywne kreowanie unikalności opowieści, której scenarzyści i media są tylko „pokornymi sługami”, łatwo jednak sabotować. Twórcy *Fringe*, mimo kredytu zaufania udzielonego przez stację Fox, która pozwoliła im dopowiedzieć losy bohaterów na ekranie telewizyjnym, i tak pokusili się o akompaniament w postaci serii komiksowej (na razie bez znacznika rysunkowego „sezonu”).

Faktycznie bowiem i serial telewizyjny, i komiksowy realizują formułę dzieła otwartego, ale na sposób paradoksalny – bo w nieustannym zaprzeczeniu. Z pozoru sprawa jest jasna – seria komiksowa za oceanem, opowiadająca o su-

perbohaterze, który jest fundamentem aktywności rynkowej korporacji (Superman i Batman dla DC Comics, Spider-Man dla Marvela), jak dobrze wiedzą jej czytelnicy, nie ma końca. Mimo to jednak, wzorzec przepisowej trzyaktowości, a więc dobrze opowiedzianej fabuły, respektujący dobrostan odbiorcy, wymaga podkreślania – mimo znanej dyrektywy późnej nowoczesności, w myśl której podróż ważniejsza jest od jej celu – że akt trzeci jest nieunikniony i pewny. To z kolei maskuje inkluzywną naturę samej popkulturowej opowieści – jej nieustanną gotowość do włączania nowych wątków, rozszerzania każdego z aktów, zacierania samej struktury¹¹. Tekst serialu komiksowo-telewizyjnego jednocześnie jest więc i nie jest otwarty. Otwartość, brak pełni, to fakt dyskursywnie skrywany, bo w pierwszym rzędzie sycący komercyjną stronę przedsięwzięć twórczych. Na straży integralności horyzontu zdarzeń fabularnych umacnia się więc wspomniana „kanoniczność” – odsyłająca do instancji autor-skiej, a więc odpowiedzialna za roztaczanie w dziedzinie wytworów kultury popularnej nimbu kreatywności.

Zakończenie, czyli początek

Zaproponowana tu ścieżka analizy medialnej odkrywa tylko skromną część powiązań komiksu i telewizji. Co prawda, najczęściej przeoczoną, bo postrzegającą telewizję także w jej aspekcie technicznym, nie tylko programowym, oba media zaś w ich uwikłaniu komercyjnym, nie zaś – w podkreślanym nieraz za wszelką cenę – wielorakim obliczu form sztuki. Świadomi bogactwa komiksowych przedstawień czytelnicy zdają sobie jednak sprawę, że niemal każda z poruszanych tu kwestii wymaga rozwinięcia. Bo przecież pierwsze ekranizacje komiksu miały właśnie formę seriali, tyle że kinowych, zarówno aktor-skich, jak i animowanych. Bo seriale jako forma adaptacji komiksowych marek królowały na małym ekranie od lat sześćdziesiątych XX wieku. I będą nadal, skoro za hegemonami przemysłu komiksowego, jakimi wciąż pozostają Marvel i DC, stoją gmachy jeszcze poważniejszych graczy na rynku multimedialnym, wytwórcie Disneya i Warner Bros. Dzięki sukcesowi *Żywych trupów* otwiera się szansa ekranizacji innych niskonakładowych wydawnictw komiksowych. Jeszcze kilka lat temu (2008, ABC Family) telewizyjna wersja niezależnego komiksu *The Middleman* Javiera Grillo-Marxuacha (z wydawnictwa Viper Comics) okazała się klapą i nie pamiętają o niej nawet najbardziej zagorzali fani komiksowych ekranizacji.

¹¹ Inkluzywność oznacza w tym przypadku, że nawet domknięcie głównych wątków opowieści nie przekreśla możliwości wypełniania miejsc fabularnie niedookreślonych w obrębie wszystkich aktów przedstawionej historii narracyjnymi suplementami.

Nie można też zapomnieć o innym rodzaju więzi. Artystyczna doniosłość wykorzystania przez Franka Millera w *Powrocie Mrocznego Rycerza* (*The Dark Knight Returns*) ekranu telewizora (wielokrotnie później naśladowana, choćby w *Spawnie* Todda McFarlane'a), na mocy asocjacji utożsamionego z graficznym komiksowym kadrem, domaga się analizy semiotycznej, implikując problematykę już nie związku komiksu i telewizji, ale ich pokrewieństwa czy powinowactwa. Przypomina też o różnorodnej obecności telewizji w komiksie i komiksie w telewizji¹².

W podobnym przedziale przedmiotu badań plasuje się zabieg zastosowany przez Matta Kindta w powieści graficznej *Revolver*. W historii mężczyzny przemierzającego się po dwóch równoległych rzeczywistościach zagospodarowana zostaje metatekstowa część planszy komiksowej, mianowicie numeracja stron. Kindt, nawiązując do poetyki telewizji, włącza paginację w ciąg narracyjny paska informacyjnego, „płynącego” u dołu strony i charakteryzującego świat przedstawiony alternatywnej rzeczywistości, do której trafia bohater. Inny eksperyment z narracją na komiksowej planszy przeprowadza Ray Fawkes w powieści *One Soul*. Opowiada bowiem równolegle osiemnaście historii ludzi żyjących w różnych czasach na przestrzeni tysiącleci w taki sposób, że czytać można tylko poszczególne „okienka” relacjonujące sprawy konkretnego żywota bądź też poznawać zdefragmentaryzowaną wersję wszystkich żywotów podczas naturalnej lektury konsekwentnej. Wybór tego drugiego trybu odbioru – chociaż faktycznie kadry zgrupowano zgodnie z regułą poli wizji – rodzi wrażenie znanego z doświadczenia telewizyjnego *zappingu*, skakania po kanałach, w którym strumień audiowizualny powstały z przetasowania sekwencji odsłania niespodziewane zderzenia sensów.

Jeszcze inną perspektywę badawczą otwiera Alan Moore, konkludując zasadniczą część swojej dwunastozeszytowej serii *Top 10* słowami „End of Season One” („Koniec sezonu pierwszego”). Brytyjski twórca nie tyle antycypuje modę na komiksowe sezony (które wypychają ze słownika wydawców na przykład termin „volume”, czyli tom), co streszcza charakter modelowania utworu, w którym kompozycja jednego zeszytu ma strukturalnie odpowiadać odcinko-

¹² W jednym z odcinków serialu *Castle* (*The Final Frontier*, data emisji w USA: 5 listopada 2012), opowiadającego o pisarzu kryminałów, który współpracując z policją, szuka inspiracji dla swych powieści, jeden z rodzajów takiej łączności zostaje zilustrowany niemal podręcznikowo. Otóż fikcyjne powieści Richarda Castle'a zostały w rzeczywistości pozatelewizyjnej wydane jako *graphic novels*, które postać grana przez Nathana Filliona promuje podczas konwentu, stającego się miejscem zbrodni w jednym z epizodów serii. W ten sposób komiks, którego źródłem jest telewizyjna fabuła, wraca na ekran, by przyczynić się do napędzenia akcji w ramach kolejnej fabuły. Przykład obecności telewizji w komiksie to choćby stematyzowanie telewizyjnej produkcji. To przypadek serii *Satellite Sam* (2013-), która opowiada o tytułowym serialu, kręconym „na żywo” dla wczesnej publiczności telewizyjnej w roku 1951.

wi telewizyjnego serialu. Ponadto składa hołd swojej głównej inspiracji, polityczno-obyczajowej serii *Hill Street Blues*, święcącej niegdyś sukcesy na małym ekranie.

Ograniczenie przeglądu powiązań komiksu i telewizji, sprowadzone do ich aspektów medialno-rynkowych i sytuowane w obliczu rozpędzonej popularności gatunku seriali uświadamia ogrom pracy, jaką należałoby wykonać, by po pierwsze, uwagi powyższe nie miały zastosowania tylko do twórczości amerykańskiej, i po drugie, by dopełnić ów zbiór o rzetelną analizę semiotyczną. W niej bowiem tkwi wewnątrz podszywające tworzywo analizowanej tu „zewnątrznosci” – zjawiska międzymedialnego dialogu komiksu i telewizji, zbyt często sprowadzanego li tylko do telewizyjnych adaptacji opowieści rysunkowych.