

Opowiadać dalej
– fanfiki, mashupy, uniwersa
– alternatywa i konwergencja

Go on telling
– fanfic, mashup, universe
– alternative and convergence

Streszczenie:

Rola fanów jest w „epoce konwergencji” coraz większa. Zrzeszają się nie tylko po to, by walczyć np. o wznowienie emisji serialu, lecz także stają się specjalistami od promocji marki, często odgrywając tę rolę nawet lepiej niż zatrudniani w tym celu marketingowcy. „Opowiadanie dalej” może przybierać różne formy. *Fan fiction* jest ostatnio coraz szerzej w Polsce omawiane, często jednak nie zauważa się ogromnej roli, jaką niesie ze sobą twórczość fanowska, nie tylko jako darmowa reklama danej marki, lecz także kurs kreatywności czy forma autoterapii. Kolejnym przykładem może być mashup – połączenie dwóch lub więcej historii w jedną, np. *Duma i uprzedzenie i zombi* Setha Grahama-Smitha. Ostatnim zagadnieniem, o którym wspominałam, są uniwersa. Obecnie możemy obserwować, jak tworzy się *Uniwersum Metro 2033* – inicjatorem tego ruchu był sam autor, który zaprosił do współpracy swoich fanów.

Współczesna kultura oferuje filmy, książki, gry – ale nie tylko. Oferuje nam również teksty o filmach, książkach czy grach, filmy o książkach czy grach oraz gry o książkach i filmach. To odbiorcy nakręcają współczesny rynek i bardzo ważne jest, żeby zdawali sobie z tego sprawę zarówno wydawcy, producenci czy autorzy, jak i badacze kultury.

Summary:

Fans role is getting bigger in the “era of convergence”. They are not only associating to fight, e.g. for resuming emission of their favorite series, but they are also becoming specialists in brand’s promotion. And they are often even better than professionals. The “go on telling” comes in different shapes. Fan fiction is being discussed in Poland more and more often, but its role – not only as a free advertisement, but also as an exercise of creativity and a kind of auto therapy – seems to be underestimated. Another example could be mash-up – uniting two or more stories into one, e.g. *Pride and prejudice and zombies*, by Seth Graham-Smith. The last issue that I would like to recall are universum. Now, practically before our eyes, *Uniwersum Metro 2033* is being created. The initiator of this universe is author himself – who invited to cooperation his fans.

Modern culture offers not only movies, books and games. It offers as well texts about movies and games, movies about books and games and games about books and movies. Recipient create contemporary market, and both the publishers, producers and writers, as well as researchers of culture must remember about that.

Słowa kluczowe: fan fiction, mashup, fani, uniwersa, fikcja fanowska, fanfiki, remiks

Keywords: fan fiction, mashup, fans, universe, fanfic, fan writing, remix

¹ mgr; Uniwersytet Warszawski.

Wstęp

Współczesna kultura oferuje odbiorcom nie tylko zwykłe książki, filmy czy gry. Oferuje nam o wiele więcej: filmy na podstawie książek, gier i komiksów, książki na podstawie filmów, gier i komiksów itd. Niezwykle trudno odnaleźć się w takim zalewie produktów. Mimo wszystko w tym wielkim „kotle różnorodności” – po odsączeniu – można znaleźć coś dla siebie. Jak zauważa Henry Jenkins „przemysł medialny staje się coraz bardziej zależny od aktywnych, oddanych konsumentów rozpowszechniających na zatłoczonym rynku informacje o wartościowych produktach”². W tej sytuacji niezwykle ważną rolę ogrywają właśnie fani. Jenkins uważa, że „w epoce konwergencji dojdzie [...] do prawdziwego rozkwitu kultury fanowskiej”³ – wydaje się, że można obserwować to już teraz.

Na fanizm i samych fanów zwykle patrzy się z dwóch perspektyw: negatywnej, która traktuje tę grupę (lub tę subkulturę) jako fanatycznych, bezmyślnych i bezkrytycznych konsumentów; oraz pozytywnej, w której patrzy się na nią jak na swoistych partyzantów, tworzących alternatywną kulturę, posiadających dużą wiedzę o przedmiocie swej fascynacji, lub wręcz kolekcjonerów. Szerzej temat ten opracował Piotr Siuda⁴. Jak już wspominałam, niewątpliwie rola fanów jest w epoce konwergencji coraz większa. Nie tylko zrzeszają się po to, by walczyć np. o wznowienie emisji serialu lub oprotestować zmiany wprowadzane przez scenarzystów (przypadek walki o *Star Treka*), lecz także stają się specjalistami od promocji marki, wypadając w tej roli nawet lepiej niż zatrudniani w tym celu (i wysoko opłacani) marketingowcy. Każda akcja fanów, a także każdy stworzony przez nich teledysk, filmik czy tekst, jest reklamą oryginalnej marki. Odnosi się do niej i promuje ją. Można uznać, że jest to swoista odmiana marketingu szeptanego. Niezwykle ważne staje się zatem, by zarówno twórcy, jak i producenci, zdawali sobie z tego sprawę i uwzględniali potrzeby oraz pomysły fanów.

„Ja chcę jeszcze raz”⁵ – tylko inaczej

Wśród odbiorców kultury popularnej obserwuje się silną potrzebę kontynuowania przygody w świecie potencjalnym, wykreowanym przez twórców. Tradycyjną formą takiego uczestnictwa jest zapoznavanie się z oficjalnymi kontynuacjami. Po sukcesie *Shreka*⁶ większość jego widzów obejrzała *Shreka 2*, i choć druga część była znacznie słabsza od pierwszej, to i tak poszli zobaczyć część trzecią i czwartą. Za kontynuowanie uczestnictwa można uznać również np. oglądanie filmowych adaptacji książek, gier czy komiksów lub czytanie książek powstałych na podstawie scenariuszy filmowych.

Tzw. opowiadanie dalej może jednak przybierać również bardziej radykalną formę, która budzi kontrowersje nie tylko u oryginalnych twórców. Wielu autorów sprze-

² H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciał, Warszawa 2007, s. 133.

³ P. Siuda, *Fani jako specyficzna „subkultura konsumpcji”. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi*, [w:] „Czas ukoi nas?”. *Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie* (red.) W. Muszyński, Toruń 2008, s. 67.

⁴ Zob. Tenże, *Cierpliwość fana fantastyki. O tym, czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” 2010, nr 2.

⁵ Cytat z filmu *Shrek*, reż. Andrew Adamsona, Vicky Jenson, scen. Joe Stillman i in., tłum. Bartosz Wierzbicki.

⁶ Co ciekawe, filmowy *Shrek* jest tak naprawdę adaptacją ilustrowanej książki *Shrek!* Williama Steiga z 1990 roku.

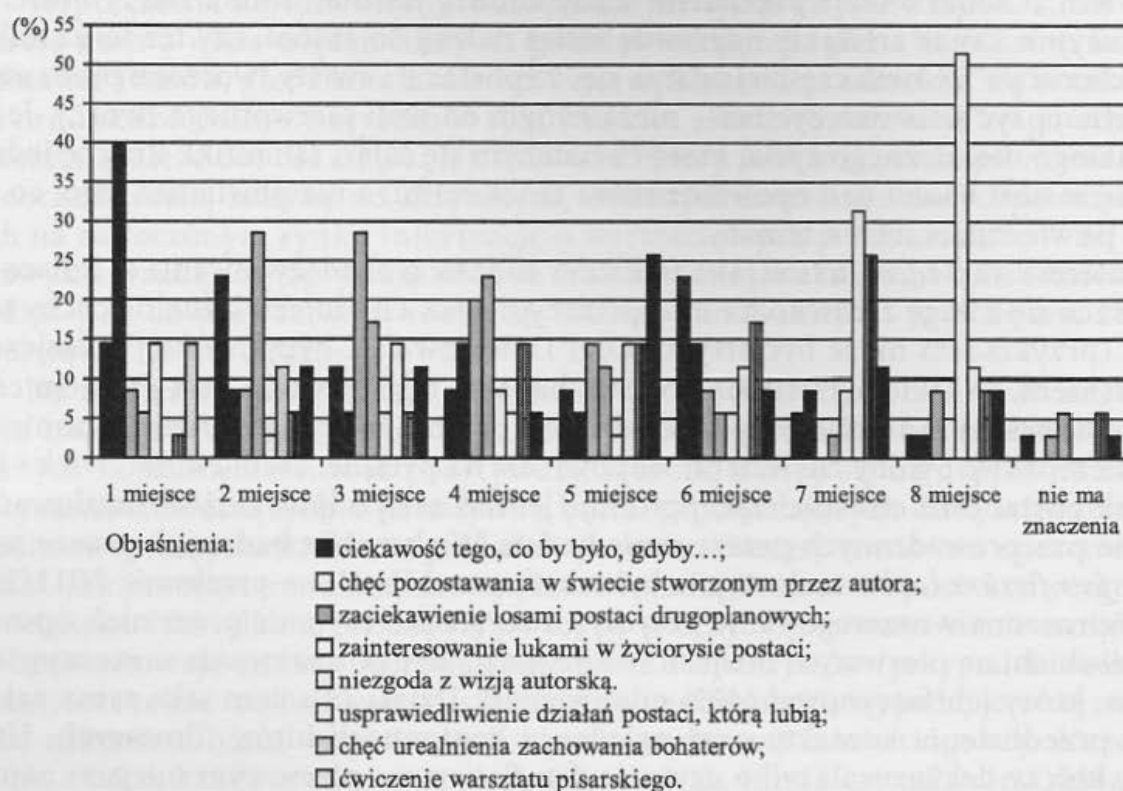
ciwia się zmianom wprowadzanym przez fanów. Trudno powiedzieć, czy mają rację, jeśli bowiem „chodzi o takie popularne ikony kultury jak Star Wars i Harry Potter, to jest dyskusyjne, czy te artefakty naprawdę wciąż należą do autora, czy też teraz należą do społeczeństwa”⁷. Coraz częściej zdarza się, że postacie i światy tworzone przez autorów zaczynają żyć własnym życiem – niezależnym od woli pierwotnego twórcy. Jedną z form takiego niezależnego życia, którą chciałabym się zająć, są fanfiki. Pragnę jednak wpisać się w nurt badań nad opowiadaniem fanowskimi, a nie powtarzać tego, co zostało już powiedziane na ten temat.

Zainteresowanie *fan fiction* jako tematem badawczym zdecydowanie w Polsce rośnie. Zwraca się uwagę zarówno na interpretacyjne, jak i na intertekstualne cechy tego zjawiska (przykładem może być artykuł Olgi Dawidowicz-Chymkowskiej⁸). Najczęstszym pytaniem, na jakie natrafia się podczas badania tego zjawiska, jest problem celowości powstawania fanfików. W pewien sposób pytanie to jest absurdalne, ponieważ równie niemożliwe byłoby znalezienie odpowiedzi na pytanie, czemu ktokolwiek i kiedykolwiek postanowił coś stworzyć. Spróbuję jednak taką odpowiedź sformułować na podstawie przeprowadzonych przeze mnie badań. Większość z badanych przeze mnie twórców *fan fiction* (ankieta dostępna była na forum Mirriel na przełomie 2011/2012 roku), poproszona o uszeregowanie przyczyn tworzenia i czytania przez nich opowiadań fanowskich, na pierwszym miejscu wskazywała chęć pozostawania w rzeczywistości świata, który ich fascynował (40% odpowiedzi). Działa tu zatem taka sama zasada jak chęć przedłużenia kontaktu przy oglądaniu kontynuacji hitów filmowych. Użytkownicy, którzy deklarowali tylko czytanie *fan fiction*, na pierwszym miejscu najczęściej stawiali chęć sprawdzenia, „co by było, gdyby” (35,3% odpowiedzi), czyli zastanawiało ich, co mogłoby się stać, gdyby losy postaci w którymś momencie potoczyły się inaczej. Poniżej zamieszczam dwa wykresy przedstawiające rozkład odpowiedzi uzyskanych w badaniu.

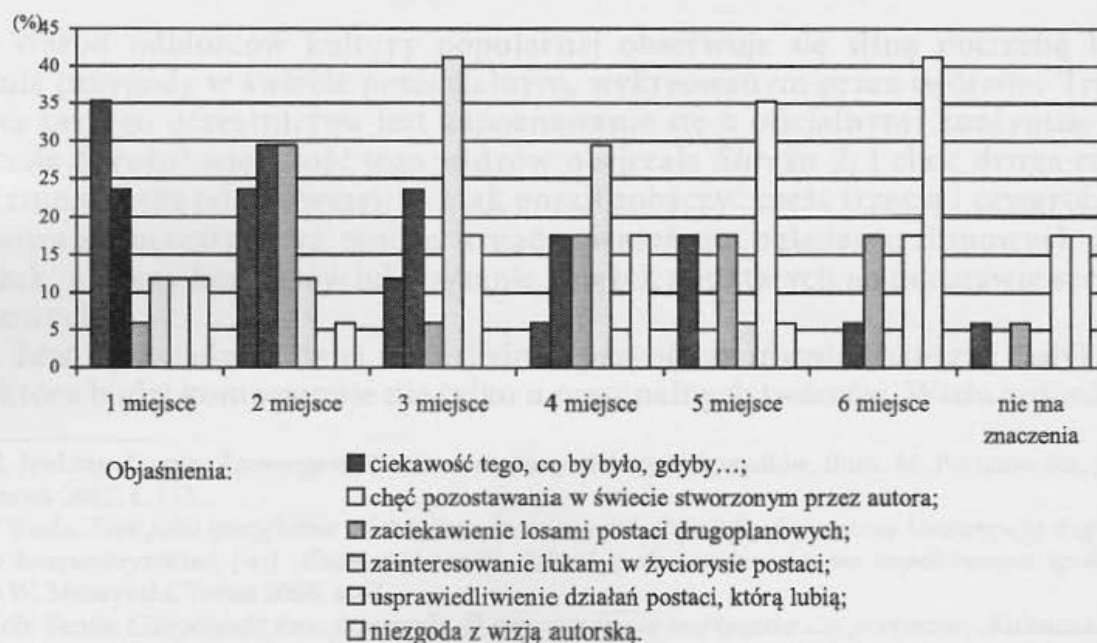


⁷ S. Stephenson, *Copyright in Photography, Film and Literature*, www.academia.edu/1640998/The_Legal_Implications_of_Fanfiction [dostęp: 31.01.2013].

⁸ O. Dawidowicz-Chymkowska, *Fan fiction. O życiu literackim w internecie*, [w:] *Tekst (w) sieci*, (red.) A. Gumkowska, Warszawa 2009.

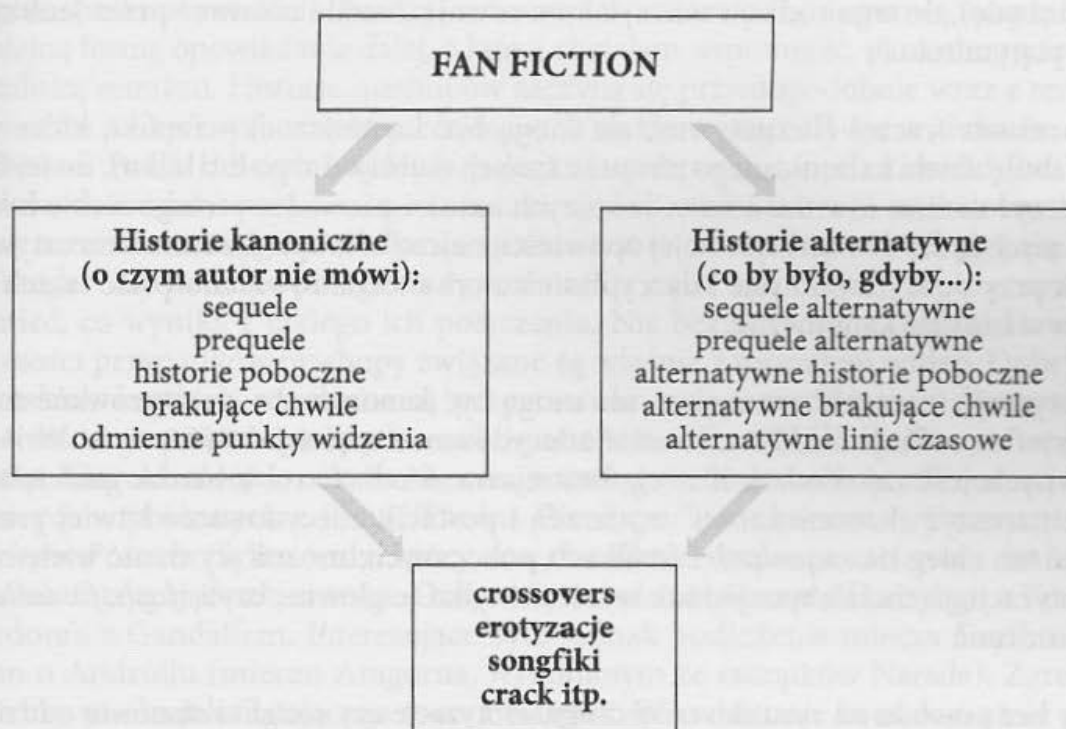


Wykres 1. Czemu czytać i pisać fanfiki? Źródło: opracowanie własne



Wykres 2. Czemu czytać fanfiki? Źródło: opracowanie własne

Mówiąc o fanfikach, trudno nie wspomnieć o kontrowersjach związanych z klasyfikowaniem różnych rodzajów *fan fiction*. Obserwuje się je nawet w pracach zagranicznych badaczy, a polskie środowisko jeszcze bardziej pogłębia chaos przy definiowaniu podgatunków. W Polsce spotyka się zwykle rozróżnienie na *sequele*, *prequele*, historie alternatywne, historie typu *spin-off*, *slash* oraz *crossovers*. Taki podział wydaje się jednak niewystarczający, podczas gdy podział dostępny, np. w anglojęzycznej wikipedii, jest rozbudowany wręcz przesadnie⁹. Uważam zatem, że należałoby uporządkować podział gatunkowy fikcji fanowskiej w taki sposób, by nie wprowadzał on w błąd. Za główne kryterium przyjmuję stosunek fanfika do dzieła kanonicznego, dzielę zatem twórczość fanowską na historie kanoniczne (które nie zmieniają dzieła-źródła: czyli postacie nagle nie ożywają i nic, co zostaje dopowiedziane, nie wpływa na sytuacje opisane przez autora tekstu oryginalnego) i alternatywne (które pozwalają sobie na mniejsze lub większe zmiany). Często bowiem, podczas definiowania podziału *fan fiction*, zakłada się z góry, że np. *sequel* nie może być historią alternatywną, co jednak nie zawsze okazuje się prawdą.



Rysunek 1. Próba podziału *fan fiction*. Źródło: opracowanie własne

Mając w pamięci główny podział ze względu na stosunek do kanonu, należy wyróżnić:

- **prequel** (kanoniczny lub alternatywny) – przedakcja; fanfiki, które przedstawiają wcześniejsze losy bohaterów;
- **sequel** (kanoniczny lub alternatywny) – kontynuacja; fanfiki, które przedstawiają dalsze losy bohaterów;

⁹ Zob. Hasło: *fan fiction*, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Fan_fiction. [dostęp: 2.04.2012].

- **poboczne** (kanoniczne lub alternatywne) – *spin-off*; czyli fanfiki, które nie są związane z główną fabułą, lecz rozwijają wątki poboczne lub przedstawiają losy postaci drugoplanowych albo epizodycznych;
- **brakujące chwile** (kanoniczne lub alternatywne) – *missing moments*; fanfiki przedstawiające chwile ominięte, przemilczane w głównej historii, które wypełniają luki i tłumaczą działania postaci;
- **odmienne punkty widzenia** (tylko kanoniczne) – *point of view*; fanfiki przedstawiające znaną historię z innej perspektywy narracyjnej;
- **alternatywne linie czasowe** (tylko alternatywne) – *alternate timelines*; fanfiki przedstawiające alternatywną wersję wydarzeń, trzymające się kanonu do pewnego momentu (np. do czwartego czy piątego tomu), często wprowadzają również zmiany we wcześniejszej historii, przedstawiając ją jako zakłamaną (czyli tłumaczą, co wydarzyło się naprawdę), do tego rodzaju zaliczyłabym również fanfiki nazwane przez Jenkinsa „lato po piątym roku”;
- **crossovers** (raczej alternatywne, ale mogą być kanoniczne) – fanfiki, które wplatają w fabułę dzieła kanonicznego postaci z innych dzieł (jednego lub kilku), do tej kategorii zaliczyć można również teksty, w których autor wprowadza samego siebie lub realnie żyjących ludzi do narracji swojej opowieści; najczęściej są to historie alternatywne, jednak przy dobrym pomyśle i dyscyplinie autora można również wpisać takich bohaterów w historie kanoniczne;
- **erotyzacje** (raczej alternatywne, ale mogą być kanoniczne) – zerotyzowane mogą być wszystkie rodzaje fanfików, chociaż zdecydowanie częściej dotyczy to historii alternatywnych; jeśli zaś chodzi o historie kanoniczne, trzeba to robić bardzo umiejętnie (żeby nie naruszyć „kanoniczności” wydarzeń i postaci), zdecydowanie łatwiej przeprowadzić ten zbieg na *sequelach* i fanfikach pobocznych; można wyróżnić wiele rodzajów erotyzacji, ja chciałabym jednak wyróżnić tylko te główne, czyli *slash*, *fameslash* i *heterosexual*.

Nie bez powodu na rysunku *crossovery*, erotyzacje czy songfiki stanowią oddzielną kategorię, po prostu nie mogą one występować samodzielnie (tzn. każdy *crossovers* jest albo historią poboczną, albo alternatywną linią czasową, *prequelem* itd.), poza tym umieściłam je również zdecydowanie bliżej historii alternatywnych, ponieważ dużo częściej występują w tej właśnie formie. To samo dotyczy podziału na gatunki literackie czy konwencje – jest to dodatkowe rozróżnienie – wtórne w przypadku *fan fiction*. To, że jakiś tekst jest *crackiem* (utwór niepoważny, często absurdalny) czy *dark fickiem* (utwór w mrocznych klimatach), ma – moim zdaniem – mniejsze znaczenie niż to, czy jest *prequelem*, czy też alternatywną linią czasową.

Na *fan fiction* można spojrzeć również z innej perspektywy. Zastanówmy się, czym jest innowacyjność. Według Stefana Marciniaka innowacyjność oznacza „skłonność i zdolność do tworzenia nowych i doskonalenia istniejących produktów [...], a także innych twórczych i imitacyjnych zmian”¹⁰. Natomiast Monika Wojtkiewicz o innowacjach adaptacyjnych mówi

¹⁰ S. Marciniak, *Innowacyjność i konkurencyjność gospodarki*, Warszawa 2010, s. 27.

„nowości zapożyczone, a więc rozwiązanie przejęte od jego oryginalnego twórcy i wykorzystywane już wcześniej w określony sposób”¹¹, oraz „kreatywne wykorzystywanie stosowanych wcześniej [...] metod działania”¹². Można zatem założyć, że tworzenie fanfików prowadzi do pobudzania kreatywności fana – skoro myślenie innowacyjne nie ogranicza się tylko do wymyślania nowości, lecz także dopuszcza modyfikacje czy twórczą imitację. Posługując się przytoczonymi wcześniej definicjami, można zatem powiedzieć, że fani twórczo zapożyczają stworzoną przez kogoś historię i kreatywnie ją wykorzystują przez twórczą imitację i modyfikację. Tworzenie kolejnych wariantów jednej historii rozbudza w fanach-twórcach umiejętność patrzenia na jedno zjawisko z różnych perspektyw.

Następną niespodziewaną zaletą fanfików może być swoista forma autoterapii. Już w 1992 roku Camille Bacon-Smith zauważyła, że fani „używają swojej twórczości, by poradzić sobie z problemami w realnym życiu”¹³. Według autorki wiele fanfików skupia się na trudnym zagadnieniu relacji międzyludzkich, problemów rodzinnych, dyskryminacji rasowej czy płciowej. Twórczość stanowi doskonały kamuflaż dla zadania podstawowych pytań, poszukiwań prawdy i odkrywania samego siebie. Okazuje się zatem, że fani – oprócz zabawy literackiej czy swoistego kursu kreatywności – fundują sobie również amatorską, darmową terapię literaturą.

Kolejną formą opowiadania dalej, o której chciałam wspomnieć, są mashupy, ściśle związane z kulturą remiksu. Historia mashupów zaczyna się prawdopodobnie wraz z remiksowaniem utworów muzycznych, często przerabianych na żywo przez DJ-ów w klubach.

Zdaniem Paula J. Bootha mashup polega na pobraniu danych z dwóch lub większej liczby różnych źródeł i połączeniu ich w taki sposób, aby utworzyć unikatowy, trzeci byt bez straty rozumienia oryginału¹⁴. Bardzo ważne jest to, że mashup nie odrywa się od dzieła oryginalnego: cały koncept polega na tym, że widz musi rozpoznać „zapożyczone” dzieła i zrozumieć, co wynika z takiego ich połączenia. Nie bez przyczyny użyłam słowa „widz”. W większości przypadków mashupy związane są właśnie z formatem wideo. Dobrym przykładem takich krótkich remiksów są preparowane zwiastuny filmowe, dostępne np. na YouTube. W maju 2010 roku użytkownik hp trio wstawił swój filmik *Harry Potter & Return of the King Mash-up trailer*¹⁵. Na uwagę zasługuje doskonała synchronizacja efektów dźwiękowych – pobranych z filmu *Władca Pierścieni* – z obrazem, wybranymi kadrami z *Harry’ego Pottera*. Tylko widz, który zna oba filmy, rozpozna ciekawe i śmieszne połączenia lub intrygujące zbieżności. Oczywistym było skojarzenie Harry’ego z Frodem czy Dumbledore’a z Gandalfem. Interesujące było podłożenie miecza Gryffindora, gdy mówiono o Andúilu (mieczu Aragorna, wykonanym ze szczątków Narsila), Zgredka jako Golluma czy smoka jako latającego stwora Nazguli. W zwiastunie konsekwentnie przedstawiano Hermionę jako Arwenę i Lupina jako Erlondę, a Fred i George Wesleyowie wcielili się w Merry’ego i Pippina (niewątpliwie do tej roli pasowali). Docenić należy przede wszystkim kunszt, z jakim twórca mashupu podobierał odpowiednie fragmenty z obu filmów i zsynchronizował je w nową całość. Wideo mashupy są obecnie bardzo popularne.

¹¹ P. Niedzielski, K. Łobacz, *Istota współczesnych innowacji – specyfika, kierunki, trendy*, [w:] *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm...*, s. 46.

¹² Tamże.

¹³ C. Bacon-Smith, *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia 1992.

¹⁴ P.J. Booth, *Mashup as temporal amalgam: Time, taste, and textuality*, „Transformative Works and Cultures” 2012, nr 9.

¹⁵ Hp trio, *Harry Potter & Return of the King Mash-Up Rrailer (Remake)*, www.youtube.com/watch?v=tPg3_3y0IdE [dostęp: 31.01. 2013].

Ostatnio jednak zaobserwowano nowe zjawisko – mashup literacki. Od fanfika typu *crossover* różni się on przede wszystkim tym, że łączy dwa źródła, starając się ich nie zmieniać. Przykładem może być *Duma i uprzedzenie i zombi* autorstwa Setha Grahama-Smitha. Jest to połączenie powieści Jane Austin oraz historii o zombi. Tak jak w przykładach wideo, mamy tu jedno źródło oryginalne – tekst *Dumy i uprzedzenia* – oraz nałożony na niego tekst o zmarłych, dosłownie wyskakujących z ziemi. Takie połączenie wymusza pewne zmiany. Zmieniają się zatem niektóre opisy. Autor stara się jednak w jak największym stopniu wykorzystywać oryginalny tekst Jane Austin i w jak najmniejszym stopniu zmieniać jej sposób pisania. Już na samym początku można zauważyć podobieństwa do tekstu oryginalnego.

<i>Duma i uprzedzenie i zombi</i> ¹	<i>Duma i uprzedzenie</i> ²
„Jest prawdą powszechnie znaną, że zombi, który posiadał jeden mózg, pragnie ich coraz więcej”.	„Jest prawdą powszechnie znaną, że samotnemu a bogatemu mężczyźnie brak do szczęścia tylko żony”.
„największą uwagę gości ściągnął pan Darcy – przystojny, wysoki o szlachetnym obliczu. Już pięć minut po tym, jak się pojawił na balu, salę obiegła wieść o tym, iż od upadku Cambridge pokonał ponad tysiąc nieumarłych. Panowie docenili jego męstwo, panie zaś uznały, że jest o wiele przystojniejszy od pana Bingleya”.	„uwagę wszystkich zebranych przyciągnął wkrótce pan Darcy, wspaniały, wysoki mężczyzna o pięknej, szlachetnej postawie, który poza tym – a wieść ta lotem błyskawicy obiegła całą salę – miał dziesięć tysięcy funtów rocznego dochodu. Panowie jęli o nim mówić: ‘wspaniały chłop’, panie stwierdziły, że jest o wiele przystojniejszy od pana Bingleya”.
„Elżbieta, nie patrząc na nieprzystojne zachowanie, zadarła spódnicę i błyskawicznie wymierzyła kopniaka prosto w głowę trupa, która eksplodowała w chmurze kruchej skóry i kości”.	

Tabela 1. Zestawienie cytatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie omawianych książek (zob. przypis 15 i 16)

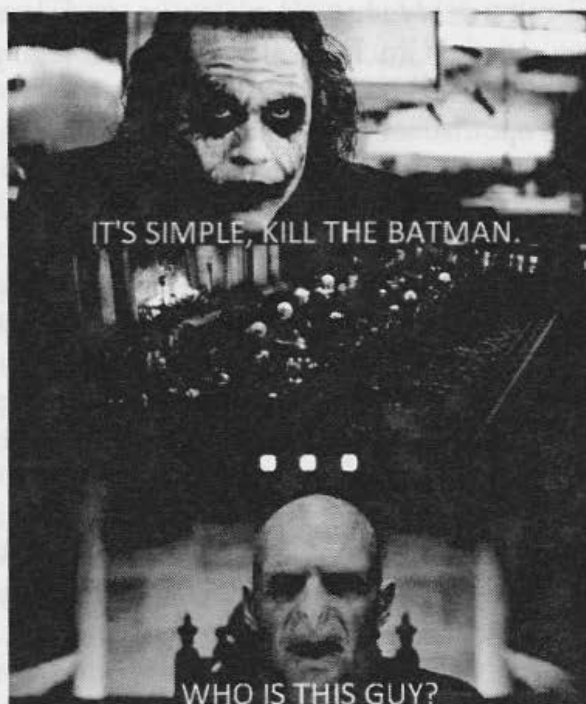
Ta książka jest przykładem zremisowania znanego – popularnego zwłaszcza w filmach – motywu zombi z klasyką romansu. Na polskim gruncie powstała na razie tylko jedna taka książka, jest to *Przedwiosnie żywych trupów* – mashup stworzony przez Kamila Śmiałkowskiego, który połączył klasyczną książkę Żeromskiego z historią o zombi. Sadzę, że na pytanie, czemu zrobił coś takiego, najlepiej odpowie sam autor: „Ja lubię takie kulturalne bigosy, wszelkiego rodzaju *crossovery*, pastisze, rozwinięcia, ciągi dalsze i wszystko co wynika z fabulek na drugim, trzecim piętrze”¹⁶. Współczesna kultura jest odzwierciedleniem tej właśnie potrzeby odbiorców: kontynuacji, remiksów czy wręcz, parafrazując, „jesiotrów drugiej świeżości”¹⁷. Paul Booth uważa, że mashup jest miejscem, w którym „spotykają się różne punkty widzenia i różne pomysły”¹⁸. Ta forma jest zaproszeniem do

¹⁶ K. Śmiałkowski, <http://www.runa.pl/przedwiosnie-zywych-trupow.html> [dostęp: 19.01.2013].

¹⁷ M. Bułhakow, *Mistrz i Małgorzata*, tłum. I. Lewandowska, W. Dąbrowski, Warszawa 1988, s. 262.

¹⁸ P.J. Booth, *Mashup as...*

specyficznej współpracy i dialogu między odbiorcą a twórcą mashupu. Podobnie jak w *fan art*, jest to pewna gra z odbiorcą. Tak jak w przypadku fotomontażu przedstawionego na rysunku 2.



Rysunek 2. Mashup graficzny – crossover Joker i Voldemort

Źródło: <http://favim.com/image/84050/> [dostęp: 31.01.2013]

Ostatnim zagadnieniem, o którym chciałabym krótko wspomnieć, jest projekt *Uniwersum Metro 2033*. Zdaniem Jenkinsa obecny system licencyjny i ogólne założenie producentów jest nieodpowiednie: „gama produktów wytwarzana w obrębie jednej marki zazwyczaj zbyt mocno podlega prawom logiki ekonomicznej, zamiast odpowiedniej wizji artystycznej”¹⁹. Wbrew pozorom, odbiorcy nie chcą oglądać ponownie tego samego, „oczekują, że nowe dzieło zaoferuje nowy punkt widzenia i nowe doświadczenia”²⁰. Ich potrzeba sytuuje się między powtórzeniem (pewnych motywów, wątków czy postaci) a nowością.

Ta potrzeba zaspokajana jest m.in. przez tworzenie uniwersów danych światów oraz opowiadań transmedialnych – „wielowątkowych i zróżnicowanych historii, które odsłaniane są na różnych platformach medialnych, przy czym każde medium ma swój oddzielny wkład w tworzenie i rozwijanie fikcyjnych światów”²¹. Ze względu na sposób rozbudowania wyróżnić można m.in. *Uniwersum Gwiezdných Wojen* (złożone z filmów, książek, komiksów i gier) czy *Uniwersum Matrix* (złożone z filmów, komiksów i gier). Uniwersum opiera się na zasadzie dążenia do jego rozbudowania, pokazania możliwie całego świata, czyli opiera się na ciągłym uzupełnianiu i kontynuowaniu. W 2005 roku Dmitrij Głuchowski opublikował swoją debiutancką powieść *Metro 2033* – jest to postapokaliptyczna historia, opisująca życie ludzi chroniących się w moskiewskim metrze po wojnie atomowej. Książka została bardzo dobrze przyjęta, na jej podstawie stworzono również grę. Co ciekawe, powstawała dość interaktywnie. W pierwotnej wersji została opublikowana w Internecie, była więc na bieżąco

¹⁹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 104.

²⁰ Tamże.

²¹ Tamże, s. 260.

konsultowana z czytelnikami i modyfikowana. Do dziś *Metro 2033* można znaleźć w sieci. Po tym sukcesie autor postąpił jednak zupełnie inaczej, niż można się było spodziewać. Zaprosił wszystkich chętnych do tworzenia *Uniwersum* swojego świata. Projekt nosi nazwę *Uniwersum Metro* i w jego ramach wydano już w Rosji ponad dwadzieścia książek różnych autorów. Oto fragment wypowiedzi Głuchowskiego na temat tego projektu:

W swoich książkach opowiadam wyłącznie o moskiewskim metrze, a reszta świata pozostaje nieopisana – bardzo wielu czytelników zastanawiało się, co wydarza się w ich stronach. I w pewnym momencie postanowiłem zrobić tak, aby oni sami mogli ten świat zbadać – dwa lata temu ruszył projekt *Uniwersum Metro 2033*. Słowem kluczem jest tu „uniwersum”, świadczące o tym, że opowiadane wydarzenia nie muszą dziać się w metrze, interesuje nas cały świat²². I druga wypowiedź: trwa niekończący się konkurs, a ci, którzy trafiają do pierwszej dwudziestki, mają szansę, że ich prace zostaną opublikowane. Te dwadzieścia prac czytam ja i wydawca. Z dwudziestu wydanych dotąd książek pięć napisali amatorzy, czyli aż jedną czwartą; wśród trzech najlepszych dwie były autorstwa amatorów²³.

W ramach projektu opublikowano w Rosji ponad dwadzieścia powieści, ich akcja osadzana jest w innych miastach, np. w Petersburgu czy Nowosybirsku, ale nie tylko. Powstały książki przedstawiające analogiczne wydarzenia w Wielkiej Brytanii czy na Kubie. Przy okazji cytowanego wywiadu autor zapraszał do współpracy także Polaków. Wygląda na to, że Głuchowski doskonale zdaje sobie sprawę z tego, jak potężną reklamą są dobre relacje z fanami i akceptowanie ich twórczości.

Podsumowanie

Uczestnictwo w kulturze popularnej niewątpliwie przestało być bierne. Odbiór nie kończy się już tylko na swobodzie interpretacji („rozumienie zawsze odbywa się z pozycji i punktu widzenia osoby, która go dokonuje”²⁴), lecz także może prowadzić do kreatywnego modyfikowania oryginalnych dzieł. Oczywiście, nie zawsze owe przeróbki mają wartość, często ich poziom jest dramatycznie niski, jednak nie oznacza to ani tego, że szeroko rozumiane formy „opowiadania dalej” nie mają sensu, ani tego, że nie znajdują się wśród nich dzieła warte poznania. Działania fanów są nie tylko świadectwem odbioru. Ich dogłębna wiedza na temat jakiegoś produktu przewyższa niekiedy wiedzę specjalistów niezwiązanych emocjonalnie z obiektem swoich badań. Nie można też umniejszać roli fanów przy promocji danego produktu. To właśnie oni „robią szum” wokół danej marki. To oni rozprzestrzeniają informację o tym, z czym warto się zapoznać. To odbiorcy „nakręcają” współczesny rynek i bardzo ważne jest, żeby zdawali sobie z tego sprawę zarówno wydawcy, producenci czy autorzy, jak i badacze kultury.

Bibliografia:

Austin J., *Duma i uprzedzenie*, tłum. A. Przedpeńska-Trzeciakowska, Warszawa 2006.

Austin J., Graham-Smith G., *Duma i uprzedzenie i zombi*, tłum. A. Moźdzynska, Warszawa 2010.

²² D. Głuchowski, www.gexe.pl/ksiazki/art/3252, Wywiad-z-Dmitrijem-Glukhovskym [dostęp: 19.01.2013].

²³ Tamże.

²⁴ C. Barker, *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, tłum. A. Sadza, wstęp P. Willis, Kraków 2005, s. 34.

Bacon-Smith C., *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia 1992.

Barker Ch., *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, tłum. A. Sadza, wstęp P. Willis, Kraków 2005.

Booth P.J., *Mashup as temporal amalgam: Time, taste, and textuality*, „Transformative Works and Cultures” 2012, nr 9.

Bulhakow M., *Mistrz i Małgorzata*, tłum. I. Lewandowska, Warszawa 1988.

Dawidowicz-Chymkowska O., *Fan fiction. O życiu literackim w internecie*, [w:] *Tekst (w) sieci*, (red.) A. Gumkowska, Warszawa 2009.

Głuchowski D., <http://gexe.pl/ksiazki/art/3252>, Wywiad-z-Dmitrijem-Glukhovskym.

Jenkins H., *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.

Marciniak S., *Innowacyjność i konkurencyjność gospodarki*, Warszawa 2010.

Niedzielski P., Łobacz K., *Istota współczesnych innowacji – specyfika, kierunki, trendy*, [w:] *Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm*, (red.) J. Perenc, J. Hołub-Iwan, Warszawa 2011.

Siuda P., *Cierpliwość fana fantastyki. O tym, czy fan to marionetka czy partyzant*, „Kultura i Społeczeństwo” rok LIV, 2010, nr 2.

Siuda P., *Fani jako specyficzna „subkultura konsumpcji”. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi*, [w:] „Czas ukoj nas?”. *Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*, (red.) W. Muszyński, Toruń 2008.

Śmiałkowski K., <http://www.runa.pl/przedwiosnie-zywych-trupow.html>.

Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Fan_fiction.