

Klimczuk, Andrzej

**Book Part — Published Version**

## Gry komputerowe i branża gier a sztuka komiksowa

*Suggested Citation:* Klimczuk, Andrzej (2011) : Gry komputerowe i branża gier a sztuka komiksowa, In: Gajewska, G. Wójcik, R. (Ed.): CONTEXTUAL MIX. Through Graphic Stories to Analyses of Contemporary Culture, Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk, Poznań 2011, ISBN 978-83-7654-043-6, Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk, Poznań, pp. 373-384

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/92373>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

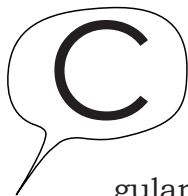
**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

## Gry komputerowe i branża gier a sztuka komiksowa



elem niniejszego artykułu jest przybliżenie wspólnych obszarów gier i komiksu. Jednakże opracowanie w szczególności odnosi się do wzrostu znaczenia rynku gier cyfrowych na przełomie XX i XXI wieku. O procesie tym świadczą regularne badania ekonomiczne prowadzone przez takie instytucje, jak NPD Group czy PricewaterhouseCoopers. Do 2013 roku globalny wzrost sprzedaży gier tradycyjnymi i elektronicznymi kanałami dystrybucji ma być szybszy niż sprzedaż płatnych usług telewizji cyfrowej i kina, przy jednoczesnym spadku zainteresowania książkami, prasą i radiem. W zakresie rozrywki i komunikacji masowej od rynku gier szybciej rozwijać ma się jedynie rynek technologii teleinformatycznych związany ze wzrostem i jakością połączeń internetowych<sup>1</sup>. Procesy te wymagają pogłębionej refleksji teoretycznej i metodologicznej. W pierwszej kolejności przybliżone zostaną podstawowe pojęcia. Następnie podjęta zostanie próba przedstawienia wspólnych przestrzeni gier cyfrowych i komiksu. Wskazane zostaną również możliwe kierunki dalszych badań.

Za J. Juulem poprzez grę rozumie się „oparty na zasadach system formalny, ze zmiennym i policzalnym rezultatem, gdzie różnym wynikiom przypisane są różne wartości. Gracz wywiera wpływ na wynik, jest do niego przywiązany, a konsekwencje aktywności gracza są opcjonalne i podlegają negocjacji”<sup>2</sup>. W tym miejscu przyjmuje się, iż gry komputerowe-

<sup>1</sup> Zob. *Global Entertainment and Media Outlook: 2009–2013*, ed. by M. Fenez, PricewaterhouseCoopers, New York 2009.

<sup>2</sup> M. Filiciak, *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*, WAiP, Warszawa 2006, s. 44.

we (wideo) stanowią jeden z możliwych rodzajów gier, przy czym są one czymś innym niż zabawy, które są nieformalne, cechują się swobodnym działaniem, nieskodyfikowanymi regułami i brakiem obiektywnego rezultatu końcowego. Ponadto gry cyfrowe to media masowe, inaczej środki komunikowania masowego, które za D. McQuailem rozumie się jako „instytucjonalne środki publicznego komunikowania na odległość, do wielu odbiorców, w krótkim czasie”<sup>3</sup>. Media masowe są instytucjami tworzącymi niewiele przekazów, ale ich potencjalny zasięg i skala oddziaływania jest ogólnospołeczna. Ważne jest odnotowanie, iż badaniem gier i zabaw zajmuje się prężnie rozwijająca ludologia przynależąca do nauk humanistycznych.

Mówiąc o branży gier komputerowych (wideo) czy też o przemyśle gier (*computer and video game industry*), odwołujemy się do terminologii nauk ekonomicznych. Mamy tu na myśli część gospodarki, w której znajdują się przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją, marketingiem, dystrybucją i sprzedażą gier. Ich celem jest osiągnięcie dla swoich właścicieli zysków, które pozwolą na utrzymanie działalności i jej rozwój. Można przyjąć, iż zastosowanie poszczególnych wyprodukowanych i sprzedanych gier jest podobne. Niemniej przedsiębiorstwa konkurując ze sobą, przedstawiają swoją ofertę odmiennym segmentom rynku, czyli kategoriom odbiorców o zbliżonych cechach położenia geograficznego, demograficznych i społeczno-kulturowych.

Mianem komiksu określa się dosłownie „komiczny pasek”<sup>4</sup>, historię składającą się z zestawionych ze sobą rysunków, wypowiedzi i komentarzy. Przy czym początkowo historie obrazkowe miały „charakter zabawy, polegającej na odtworzeniu w tworzywie jednej sztuki formy charakterystycznej dla sztuki zupełnie innej”<sup>5</sup>. Efektem ubocznym tych praktyk było położenie nacisku na odmienną od języka naturalnego „mowę obrazów” a przez to parodiowanie literatury i „literackiego” malarstwa. Komiks, podobnie jak gry cyfrowe, stanowi odmianę mediów masowych<sup>6</sup>, która tradycyjnie istnieje w postaci drukowanej, ale współcześnie także jako publikacje internetowe. Tu również mamy do czynienia z narodzinami nowej dyscypliny naukowej zwanej komiksologią lub komiksoznawstwem.

Analogicznie można prowadzić analizy branży komiksowej czy też przemysłu komiksów (*comics industry*). Zdaje się jednak, iż przynajmniej w Polsce częściej dostrzega się istnienie komiksów w szerszej ujmowanych kategoriach, takich jak „branża wydawnicza” czy „branża mediów

<sup>3</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2007, s. 23.

<sup>4</sup> J. Szyłak, *Komiks*, Znak, Kraków 2000, s. 11.

<sup>5</sup> Tamże.

<sup>6</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, dz. cyt., s. 50.

i rozrywki”. Może to świadczyć o słabym rozpoznaniu zjawiska i niewielu podmiotach korzystających ze społeczno-ekonomicznego potencjału komiksów.

Dotychczasowe rozważania prowadzą do wniosku, iż za cechę wspólną gier cyfrowych i komiksów można uznać realizację funkcji mediów masowych<sup>7</sup>. Do tego instytucje medialne prowadzą działalność gospodarczą i pełnionym przez nie funkcjom odpowiadają kreowane w nich dobra niematerialne i usługi (np. postacie, lokacje, działy, narracje, wątki, opcje). Poza tym, jako media, gry i komiksy pełnią rolę zwierciadła, „w którym ukazują się najbardziej istotne cechy danego społeczeństwa na aktualnym etapie jego rozwoju”<sup>8</sup>, ale przekaz ten wzięty nawet jako całość, nie odzwierciedla rzeczywistości społecznej, w której powstał, albowiem odzwierca i współtworzy wartości dominujące w danym społeczeństwie<sup>9</sup>. Innymi słowy: opierając się na uznawanych wartościach, autorzy gier i komiksów tworzą uproszczone, wyobrażone światy, które są zakorzenione w realiach, w których faktycznie żyją i na które oddziałują zwrotnie, ustalając sposób postrzegania i ich samych, i użytkowników ich wytworów.

Kolejnym istotnym pojęciem artykułu jest sztuka, która za M. Golką ujmowana jest tu jako system artystyczny<sup>10</sup>. Wytwory uznawane przez ludzi za dzieła sztuki są zrozumiałe tylko w kontekście danego systemu artystycznego i jego nadsystemu społeczno-kulturowego. Kluczowe są tu instytucje artystyczne tworzące układy tworzenia, obiegu, obecności i odbioru dzieł sztuki<sup>11</sup>. Przykładem niech będzie fakt, iż dzieła takich dziedzin, jak film, muzyka, taniec, sztuki plastyczne i teatr stanowią przedmiot badań wielu dyscyplin humanistycznych (m.in. estetyki, psychologii, historii sztuki, socjologii sztuki), ale też przedmiot kształcenia właściwych im dyscyplin artystycznych, jak chociażby dyrygentura, rytmika i taniec oraz konserwacja i restauracja dzieł sztuki. Poza tym za warunek niezbędny do odróżnienia sztuki od innych dziedzin życia społecznego uznaje się realizację funkcji estetycznej polegającej na dostarczaniu ludziom poprzez dzieła sztuki form widzenia świata i innych wartości<sup>12</sup>.

<sup>7</sup> Takich funkcji mass mediów można wskazać pięć: informują; korelują (wyjaśniają, socjalizują, koordynują działania); zapewniają ciągłość (wyrażają dominującą kulturę); zapewniają rozrywkę i mobilizują (prowadzą kampanie popierające cele polityczne, wojenne, gospodarcze i religijne). Zob. tamże, s. 111-112.

<sup>8</sup> E. Nasalska, *Kierunki rozwoju analizy treści*, „Studia socjologiczne” 3-4, 1982, s. 55.

<sup>9</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, PWN, Warszawa 1999, s. 129.

<sup>10</sup> System artystyczny według M. Golki to „całość złożona ze wzajemnie współzależnych, powiązanych i względnie uporządkowanych składników, takich jak: ludzie występujący w różnych rolach, stosunkach, grupach, ich czynności oraz wytwory przeniknięte znaczeniami i wartościami przejawiającymi się w różnych dziedzinach”. Zob. M. Golka, *Socjologia kultury*, Scholar, Warszawa 2008, s. 271.

<sup>11</sup> Tamże, s. 274.

<sup>12</sup> Tamże, s. 300.

Gry i zabawy wraz ze sztuką, według A. Kłoskowskiej, stanowią dziedzinę kultury symbolicznej, czyli rodzaje społecznych i psychospołecznych układów znaków i wartości, które są przedmiotami lub aktami ludzkiego zachowania, stanowiącymi korelaty postaw i znaczeń<sup>13</sup>. Przy czym zakres kultury symbolicznej określają: kryterium autoteliczności – czynności, wartości i przeżycia stanowiące cel istotny sam w sobie, nie z uwagi na uzyskiwane rezultaty czy korzyści oraz kryterium semiotyczności – tworzenia, przekazywania i odbioru znaków przez ludzi<sup>14</sup>. Zestawienie gier i zabaw ze sztuką w ramach kultury symbolicznej pozwala na dostrzeżenie pewnych ich podobieństw i różnic<sup>15</sup>. Poza tym zakłada się, że sztuka, w odróżnieniu od gier i zabaw, dostarcza przeżyć zastępczych i *quasi-fatycznych*. Zdaje się jednak, iż w przypadku gier cyfrowych i komiksów z rozbudowaną narracją trudno o takie odróżnienie od sztuki, gdyż odbiorca może identyfikować się z postaciami, wątkami fabuły, motywami estetycznymi oraz wywoływać w sobie wyobrażenie kontaktu z postaciami i autorami gry<sup>16</sup>.

Wydaje się zatem, iż część gier i komiksów można uznać za przykłady odrębnych dziedzin sztuki. Stąd też mianem sztuki komiksowej (*comics art*) da się określić dziedzinę związaną z tworzeniem narracji powiązanych z rysunkami, tekstami narratora i wypowiedziami postaci przedstawianych na planszach drukowanych w czasopiśmie, książkach i albumach lub jako cyfrowe dane wizualne. Jednocześnie należy zauważyć, iż analogiczne określenie sztuka gier komputerowych/wideo (*computer and video game art*) nie jest jeszcze upowszechnione<sup>17</sup>. Poprzez sztukę

<sup>13</sup> A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa 2007, s. 74.

<sup>14</sup> Właściwości kultury symbolicznej sprawiają, iż niekiedy jest określana jako niematerialna lub duchowa. Przenika ona wszystkie sfery ludzkiej działalności materialnej (kultury bytu) związanej z produkcją i dystrybucją dóbr oraz usługami do zaspokojenia podstawowych potrzeb bytowych człowieka, jak też działalności społecznej (kultury społecznej) związanej z tworzeniem wspólnot norm i wzorów, uczenia się ich i dalszego przekazywania. Zob. tamże, s. 215.

<sup>15</sup> Podobieństwa gier i zabaw ze sztuką stanowią: autonomizacja form, samoistność, oderwanie od praktyczności, nieproduktywność i swoboda mimo reguł. Odróżnienie gier i zabaw od sztuki umożliwiają natomiast następujące cechy: mogą, ale nie muszą im towarzyszyć elementy uznawane za estetyczne; ich dostrzeganie zależy od umiejętności wyrażania krytycznych interpretacji przez odbiorców przekazu; wytwory te kładą nacisk na realizację odmiennych funkcji, zaspokojenie innych potrzeb; gry i zabawy zdają się zajmować miejsce pośrednie pomiędzy kulturą artystyczną i społeczną; w odróżnieniu od sztuki mocniej angażują w kontakty interpersonalne; w słabszym stopniu poddają się dookreśleniu i odtworzeniu; swoboda gier i zabaw jest bardziej ograniczona niż dowolność fikcji artystycznej.

<sup>16</sup> Por. A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, dz. cyt., s. 241-243.

<sup>17</sup> Określenie sztuka gier komputerowych/wideo znajduje uzasadnienie chociażby w serii wystaw *Into the Pixel* zapoczątkowanych w 2004 roku na targach *Electronic Entertainment Expo* przez *Los Angeles County Museum of Art* oraz w wystawach eksperymentalnych gier wideo organizowanych przez *Australian Centre for the Moving Image* w Melbourne od 2005 roku.

gier komputerowych/wideo można rozumieć dziedzinę związaną z procesami projektowania powiązań koncepcji gry, jej szaty graficznej, oprawy dźwiękowej oraz mechanizmów sztucznej inteligencji i interaktywności z myślą o ich odbiorze za pośrednictwem sprzętu komputerowego, jak komputery osobiste, konsole, automaty i telefony komórkowe. Przynajmniej w obu tych dziedzinach sztuki da się już wyróżnić szczegółowe dyscypliny artystyczne, które mogą np. stanowić odmiany dyscyplin zaliczanych do innych dziedzin – jak rysunek ze sztuk plastycznych czy grafika trójwymiarowa z nauk technicznych. W tym miejscu wystarczy zaznaczyć jedynie, iż wskazane pojęcia sztuki komiksowej i sztuki gier zdają się pozostawać w sprzeczności z dominującymi opiniami – zarówno gry, jak i komiksy są bowiem postrzegane jako „produkty kultury masowej” lub „dzieła sztuki popularnej”<sup>18</sup>.

Do bliższego określenia wspólnych obszarów gier cyfrowych i komiksu posłuży analiza form kapitału w nawiązaniu do klasycznych ujęć P. Bourdieu, J.S. Colemana i R.D. Putnama<sup>19</sup>. Określone zostaną wskaźniki pięciu jego rodzajów: ekonomicznego, ludzkiego, społecznego, kulturowego oraz symbolicznego. Dokonany przegląd ma pozwolić na dostrzeżenie zjawisk i procesów zachodzących między wskazanymi typami mediów i dziedzinami sztuki. Rezultaty analizy z wykorzystaniem tej wielowymiarowej kategorii o charakterze ilościowo-jakościowym mogą służyć celom teoretycznym i praktycznym, ujawniając zarówno wykorzystywane, jak i ukryte potencjały oraz bariery wspólnego rozwoju gier i komiksów. Przyjmuje się przy tym, że znajdujące się do dyspozycji ludzi zasoby są przekształcane w kapitał, tylko jeśli istnieje na nie popyt na „rynku” – w wybranych sferach życia społecznego. Uruchamianie kapitału służy osiągnięciu zysku, celów i korzyści.

Poprzez kapitał ekonomiczny rozumie się pieniądze i przedmioty do wytwarzania towarów i usług<sup>20</sup>. W odniesieniu do tworzenia gier i komiksów o nagromadzonym kapitale ekonomicznym danej jednostki, grupy czy instytucji może świadczyć własność produkcyjna, np. dostępne środki na inwestycje, pomieszczenia do pracy twórczej, sprzęt umożliwiający tworzenie komiksów i projektowanie gier. Zasoby takie gromadzą i projektanci gier, i twórcy komiksów jako przedsiębiorcy lub zrzeszające ich stowarzyszenia, fundacje, spółdzielnie, przedsiębiorstwa i korporacje. Za

<sup>18</sup> Stereotyp użytkowników gier i komiksów może zaś stanowić „masa” a więc duża jednolita zbiorowość, która przejawia negatywne zachowania (niewykształcone, nieracjonalne, skłonne do przemocy) oraz jest pozbawiona zasad, porządku i organizacji. Zob. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, dz. cyt., s. 70-73.

<sup>19</sup> Zob. A. Rymśa, *Klasyczne koncepcje kapitału społecznego*, w: *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*, red. T. Kaźmierczak, M. Rymśa, ISP, Warszawa 2007.

<sup>20</sup> J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, przeł. G. Woroniecka, red. A. Manterys, G. Woroniecka, PWN, Warszawa 2004, s. 597.

przykłady mogą posłużyć tu wspólne technologie wykorzystywane przy tworzeniu gier i komiksów. Przygotowanie oprawy wizualnej gier poprzedzać może opracowanie szkiców i historii obrazkowych przedstawiających wybrane postacie i sytuacje (np. sceny przerywnikowe w serii „Max Payne”). Komiksowa grafika może też stanowić podstawę oprawy wizualnej całości gry – tak było głównie w czasach dominacji gier dwuwymiarowych, choć wciąż jest szeroko wykorzystywane w grach przygodowych. Uznawane już za klasyczne gry opierały się na zasadach *pixel art* – edycji obrazów na poziomie pojedynczych pikseli widocznych na ekranie monitora<sup>21</sup>.

Należy tu wspomnieć o technice renderingu grafiki trójwymiarowej zwanej *cell shading* dzięki, której modele przestrzenne przypominają wyglądem ręcznie rysowane obiekty. Z pomocą tej techniki możliwe jest przedstawienie w grach scen zbliżonych do rysunków w komiksach lub scen z filmów animowanych<sup>22</sup>. W ten sposób twórcy mogą lepiej wykorzystać ograniczone możliwości sprzętowe platform do gier. Jednocześnie zastosowanie technologii komputerowych prowadzi do powstawania komiksów cyfrowych<sup>23</sup>. Najbardziej złożone i zbliżone do gier zdają się komiksy interaktywne z właściwymi sobie animacjami i ścieżką dźwiękową, w których odbiorca jest zachęcany do najeżdżania kursorem na widoczne na ekranie obiekty, wyszukiwania i używania ich oraz podejmowania decyzji za bohaterów (np. „NAWLZ.com”, „MSPaint Adventures”). Poza tym współczesne konsole do gier wykorzystywane są również do promocji i dystrybucji komiksów, co sprzyja dotarciu do nowych odbiorców, jak też integracji fanów poszczególnych marek<sup>24</sup>.

Pojęcie kapitału ludzkiego obejmuje wszystko to, co jednostka samodzielnie zainwestowała we własny rozwój i to, co zostało w nią zainwestowane z zewnątrz<sup>25</sup>. Istotne jest tu, że ludzie, uzupełniając własną wiedzę, stają się potencjalnymi innowatorami, którzy są w stanie skuteczniej przekształcać zasoby i odkrywać nowe sposoby ich wykorzystywania. Ten typ

<sup>21</sup> Istotne przykłady *pixel art* mogą stanowić chociażby gry platformowe z serii *Super Mario Bros*, *Rayman*, *Oddworld* i pojedyncze tytuły jak *Heart of Darkness* (nad którą prace trwały sześć lat) oraz bijatyki *Comix Zone*, *Fatal Fury* i *Street Fighter*.

<sup>22</sup> Technika *cell shading* została wykorzystana m.in. w takich grach, jak: *Auto Modelista*, *Dragon Quest VIII*, *Jet Set Radio*, *Killer7*, *MadWorld*, *Okami* oraz w licznych grach stanowiących adaptacje i kontynuacje komiksów, mang, seriali i anime (m.in. *Avatar: The Last Airbender*, *Blood+*, *Dragon Ball Z*, *Teenage Mutant Ninja Turtles*, *Fullmetal Alchemist*, *Afro Samurai*).

<sup>23</sup> Komiksy cyfrowe stanowią zeskanowane kopie komiksów wydanych na papierze, komiksy tworzone w całości w programach graficznych lub poddane w nich obróbce, „komiksy ruchome” stanowiące połączenie komiksów i animacji (np. *Broken Saints*, *Watchmen: Motion Comic*) i komiksy wykorzystujące hipertekst (np. *Argon Zark!*).

<sup>24</sup> W 2009 roku usługę dystrybucji komiksów zaproponował koncern Sony, udostępniając posiadaczom przenośnej PlayStation Portable aplikację Digital Comics Reader, za pomocą której można czytać kopie prac zakupionych w kanale dystrybucji elektronicznej.

<sup>25</sup> A. Sadowski, *Białystok. Kapitał społeczny mieszkańców miasta*, WSE, Białystok 2006, s. 23.

kapitału, w odróżnieniu od innych, nie stanowi samodzielnego przedmiotu obrotu na rynku, nie może zmienić właściciela i nie ulega utracie podczas konwersji na inne formy kapitału. Wskaźnikami kapitału ludzkiego w analizowanym przypadku mogą być wszystkie cechy twórców gier i komiksów, które umożliwiają im kształtowanie wzajemnych powiązań między analizowanymi dziedzinami. Znaczące mogą być: wiedza, umiejętności zawodowe, znajomość obsługi narzędzi i oprogramowania graficznego, jak również aspiracje, ambicje i możliwości rozwojowe, miejsce zamieszkania, migracje, stopień zadowolenia z wykonywanej pracy oraz inwestycje w nich z zewnątrz (lub ich bariery) np. inwestycje rodziny i władz lokalnych w edukację oraz szkolenia w czasie pracy. Do określenia szczegółowych przykładów mogą służyć badania wywiadów z projektantami i artystami pracującymi nad grami i ich uzasadnień czerpania inspiracji z komiksów, tworzenia ich licencjonowanych adaptacji i odrębnych, „interaktywnych numerów”. Możliwe jest tu też prześledzenie losów poszczególnych firm i instytucji powstałych z ich inicjatywy, np. studia Vigil Games, którego założycielem jest J. Madureira – autor komiksów *Uncanny X-Men* i *Battle Chasers*.

W wąskim ujęciu kapitał społeczny to pozycje i relacje w grupach i sieciach umożliwiające mobilizowanie zasobów<sup>26</sup>. W szerszym jest to potencjał współdziałania osadzony w powiązaniach międzyludzkich i normach społecznych, który może przynosić korzyści osobom, grupom i społeczeństwom. W socjologii, ekonomii, antropologii i naukach politycznych ujęcie to akcentuje poszukiwanie powiązań, sposobów dostosowania się i rozwiązywania konfliktów, a więc warunków sprzyjających integracji. Pozytywne efekty zewnętrzne dostrzegalne są głównie, gdy kapitał ten przybiera formę zwaną pomostową lub włączającą<sup>27</sup>, czyli kiedy dochodzi do kooperacji między ludźmi różnych kultur, religii, warstw i grup społecznych. Na poziom i jakość kapitału społecznego oddziałują mechanizmy kulturowe, jak religia, tradycja i historyczne nawyki<sup>28</sup>. Jego gromadzenie nie może odbywać się z inicjatywy jednostki, lecz wymaga wspólnych działań większych zbiorowości – głównie rozpowszechnienia i realizowania takich cnót, jak: odpowiedzialność, lojalność, umiejętność współpracy, poczucie obowiązku, uczciwość, oszczędność, racjonalne rozwiązywanie problemów i podejmowanie ryzyka<sup>29</sup>.

Koncepcja kapitału społecznego pozwala dostrzec możliwość prowadzenia analiz poziomych i pionowych struktur kontaktów przedstawicieli grup tworzących gry i komiksy. Przypuszczalnie część z nich działa na pograniczu

<sup>26</sup> J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, dz. cyt., s. 597.

<sup>27</sup> R.D. Putnam, *Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York 2000, s. 22.

<sup>28</sup> F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, przeł. A. Śliwa, L. Śliwa, PWN, Warszawa–Wrocław 1997, s. 39.

<sup>29</sup> Tamże, s. 57-61.



obu dziedzin, utrzymując kontakty z artystami o odmiennych umiejętnościach i celach. Przykładowo w branży gier ważniejsza może być produkcja dla zysku ekonomicznego, a w zespołach scenarzystów i rysowników komiksów osiąganie nowych wartości estetycznych. Relacje między osobami o tak różnych celach mogą cechować się różnym stopniem zaufania, wzajemności i zaangażowania we wspólne działania. Powiązania takie mogą występować w grupach hobbystycznych, grupach organizujących konwenty, stowarzyszeniach obywatelskich, klastrach gospodarczych oraz za pośrednictwem internetowych grup dyskusyjnych. Poza tym istotne może być utrzymywanie przez twórców gier i komiksów więzi z fanami, użytkownikami i odbiorcami ich dzieł, którzy korzystają także z innych mediów i wytworów kultury. Korzystanie z komiksów i gier może służyć pracy zespołowej, integrowaniu członków zespołów projektowych oraz poszukiwaniu twórczych pomysłów rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji. Wskaźnikiem kapitału społecznego może być również posiadanie przez poszczególne osoby tworzące gry i komiksy tożsamości korporacyjnej, której jedną z cech może być poszukiwanie sposobów łączenia obu tych dziedzin. O relacjach między gramami cyfrowymi i komiksem może świadczyć także istnienie słabo zbadanych wspólnych komercyjnych i niekomercyjnych instytucji artystycznych tworzących układy tworzenia, obiegu, obecności i odbioru dzieł<sup>30</sup>.

Poprzez kapitał kulturowy określa się umiejętności, zwyczaje, nawyki, style językowe, rodzaj ukończonych szkół, gust i style życia<sup>31</sup>. Ważne jest analityczne oddzielenie kapitału kulturowego od ludzkiego – różni się od niego tym, że reprezentuje kulturę grupy, a nie kultury poszczególnych jednostek<sup>32</sup>. Cechy kapitału ludzkiego mogą być elementami kapitału kulturowego, jeśli są uznawane za część informacji zbiorowych o charakterze kulturowym. Poza tym świadome nabywanie nowej tożsamości uznaje się tu za wskaźnik kapitału ludzkiego, podczas gdy posiadanie tożsamości przejętej z grup i wspólnot pierwotnych za wskaźnik kapitału kulturowego.

W powiązaniach między gramami i komiksami za wskaźniki kapitału kulturowego mogą posłużyć wszystkie znaczenia, symbole, wartości, idee, ideologie, mity, rytuały, wzory zachowań i kryteria prestiżu, jakimi dysponują osoby kształtujące dzieła obu dziedzin. Kapitał ten ulokowany jest

<sup>30</sup> Za główne typy wspólnych instytucji gier cyfrowych i komiksów można uznać przedsiębiorstwa i wystawy. Pierwszy przypadek ilustrują japońskie korporacje. Przykładowo: Square Enix choć głównie kreuje i dystrybuuje gry, ma także oddział dedykowany komiksom zwany Gangan Comics, podobnie Namco Bandai dysponuje zespołem Bandai Visual, Nintendo jest właścicielem The Pokémon Company, a Enterbrain wydaje pisma o grach i komiksach. Drugim zaś są imprezy popularyzujące twórczość obu dziedzin, choć zazwyczaj kładą większy nacisk na którąś z nich (np. Comic-Con International San Diego, Electronic Entertainment Expo w Los Angeles, Tokyo Game Show, Gamescom w Kolonii oraz Międzynarodowy Festiwal Komiksu i Gier w Łodzi).

<sup>31</sup> J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, dz. cyt., s. 597.

<sup>32</sup> A. Sadowski, *Białystok. Kapitał społeczny mieszkańców miasta*, dz. cyt., s. 23 i 36-37.

też w wytworach materialnych, w treściach tworzonych przez nich gier i komiksów, jak również w strategiach rozwoju firm i grup, ich bazach danych, kampaniach promocyjnych, działaniach *public relations* oraz w kryteriach diagnozowania potencjału instytucji i otoczenia. Mieszczą się tu cenione przez twórców standardy kulturowe, np. akceptacja praw człowieka, wolności i równości wobec prawa, szacunku wobec mniejszości kulturowych, akceptacja orientacji na zysk, ocena konkurencji, skłonności do ryzyka, karier indywidualnych, wykształcenia, orientacji na współdziałanie, uznanie cech proinnowacyjnych struktur kulturowych (jak nieposłuszeństwo wobec rutyny, zachowań tradycyjnych i powtarzalnych, poszukiwanie zmian na lepsze i akceptacja lub przyzwolenie dla postaw ciągłego niepokoju) oraz ukształtowana tożsamość.

Przykładem wykorzystywania kapitału kulturowego może być tworzenie gier stanowiących adaptację komiksów i komiksów bazujących na grach<sup>33</sup>. Zależności te świadczą o procesie konwergencji mediów, czyli przepływie treści między różnymi platformami medialnymi, co jest związane z poszukiwaniem nowych struktur finansowania mediów i migracjami publiczności za pożądaną rozrywką<sup>34</sup>. Możliwa jest tu analiza konwergencji korporacyjnej – kiedy przepływ treści między mediami jest uzasadniony dążeniem do zmniejszenia ryzyka inwestycji w grę i dążeniu do poszerzenia grona potencjalnych jej nabywców oraz oddolnej – kiedy dochodzi do prowadzonego przez fanów, odbiorców nieformalnego przepływu treści medialnych między różnymi platformami. Konwergencja oddolna może przejawiać się np. w tworzeniu modyfikacji gier, animacji *machinima* lub komiksów internetowych. Zauważa się, że zjawisko komiksów internetowych o grach wideo zasługuje na odrębne, pogłębione badania. Nawet jeśli dzieła te stanowią krzywe zwierciadło kultury produkcji i użytkowania gier wideo, to mogą stanowić istotne źródło informacji o sztuce gier, ich twórcach i użytkownikach oraz motywach ich działań<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> Gry stanowiące adaptacje komiksów to w szczególności dzieła oparte na komiksach dużych wydawnictw, jak Marvel, Dark Horse i DC oraz na takich seriach, jak *Kajko i Kokosz*, *Asterix* i *Garfield*. Natomiast do serii komiksowych powiązanych z treściami gier należą m.in. *City of Heroes*, *Dead Space*, *Gears of War*, *Silent Hill*, *Mortal Kombat*, *Tomb Raider*, *World of Warcraft* i *Street Fighter*.

<sup>34</sup> Zob. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, WAiP, Warszawa 2007.

<sup>35</sup> Do najdłużej publikowanych komiksów internetowych o grach wideo należą takie serie, jak *8-Bit Theater* (przykład *sprite comic*, gdzie umieszczane są grafiki postaci skopowane z gier), *Ctrl+Alt+Del*, *Little Gamers*, *PvP* i *VG Cats*. Z polskich można zaś wskazać na *Gamer9* i *Bears of War*. Bezprecedensowy przypadek stanowi tu rozpoczęta w 1998 roku przez J. Holkinsa i M. Krahulika seria *Penny Arcade*. Popularność komiksu i związanych z nim gadżetów okazała się wystarczająca, by mogli nie tylko zarobić na swoje utrzymanie, ale też założyć w 2003 roku organizację charytatywną Child's Play, rok później zainicjować doroczny konwent i wystawę *Penny Arcade Expo*, a od 2008 roku rozpocząć wydawanie serii gier komputerowych *Penny Arcade Adventures*.

Poza tym przy kryterium kapitału kulturowego należy odnieść się do komiksów i artykułów o nich w prasie dedykowanej grom komputerowym<sup>36</sup>. Istnieją także przykłady gier komentujących treści komiksów (np. parodia *Dragon Ball* w *Crash: Mind over Mutant*), nawiązujących do ich bohaterów i narracji (np. *inFamous*, *Prototype*) oraz zawierających je jako dodatki do odblokowania (głównie w grach na podstawie komiksów DC i Marvel).

Ostatnią analizowaną formę kapitału stanowi kapitał symboliczny. Jest to pojęcie autorstwa P. Bourdieu, które opisuje wykorzystywanie symboli do uprawomocnienia pozostałych kapitałów<sup>37</sup>. Tym typem kapitału posługują się przeważnie przedstawiciele klas wyższych, dzięki czemu stają się uprzywilejowani w osiąganiu sukcesów i powiększaniu zasobności zróżnicowanych form kapitału. Uruchamianie tego kapitału oznacza dokonywanie aktów przemocy symbolicznej, czyli przedstawiania innym swoich wartości i dóbr jako społecznie pożądanых tak, iż odbiorcy przemocy przedrefleksyjnie akceptują narzucane im zasady, uznając je za konieczne lub pozbawione alternatyw<sup>38</sup>. Ludzie, wchodząc w relacje z innymi, w różnych przestrzeniach życia społecznego mogą reprodukować zasady posługiwania się kapitałami lub je zmieniać, np. dyskredytując wartość podtypów kapitałów rywali<sup>39</sup>. Zakłada się, że część ludzi jest w stanie niejako wykroczyć poza swoje pochodzenie klasowe i przekształcać własne zasoby tak, by zamiast przedmiotu wstydu sprzyjały sukcesom i awansom. Przemoc symboliczna sprawia, iż cele działań jednostek nie są interesami ekonomicznymi, lecz uzasadnianymi kulturowo interesami społecznymi. Tak więc i w branży gier, i w środowisku twórców komiksów toczy się rywalizacja, która nie dotyczy tylko posiadania zasobów, lecz też określania jakie, pragnienia (wartości) są istotne oraz jak je osiągać (normy).

Za przykłady rywalizacji i nierówności, z którymi wiąże się wykorzystanie przemocy symbolicznej, mogą uchodzić chociażby sposoby lokalnego i globalnego konkurowania między wydawcami gier bądź komiksów<sup>40</sup>.

<sup>36</sup> Specjalny dział o komiksie japońskim miał np. nieistniejący już polski miesięcznik „Secret Service”. Prasa ta, publikując komiksy nawiązujące do tematyki gier, stanowiła też miejsce debiutów znanych rysowników (np. M. Śledziński w „Secret Service” i „Świecie Gier Komputerowych”). Zdarzało się też, że redakcje publikowały komiksy luźno związane z tematyką gier (prace R. Adlera i T. Piątkowskiego w „Resecie”).

<sup>37</sup> P. Bourdieu, L.J.D. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, przeł. A. Sawisz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2001, s. 104; J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, dz. cyt., s. 597.

<sup>38</sup> J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, PWN, Warszawa 2004, s. 900.

<sup>39</sup> P. Bourdieu, L.J.D. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, dz. cyt., s. 81.

<sup>40</sup> Konkurowanie między wydawcami może obejmować m.in. tworzenie partnerstw i aliansów strategicznych, przejmowanie kontroli nad spółkami, tworzenie oraz pozyskiwanie technologii i licencji, ustanawianie barier wejścia do branży. W tych działaniach mieszczą się też wydarzenia promocyjne i marketingowe, np. organizacja oryginalnych

Łączenie gier cyfrowych i komiksów można tu interpretować jako jeden ze sposobów na osiągnięcie wyższej pozycji w hierarchiach bogactwa, władzy i prestiżu. Istotnym zjawiskiem może być również zachęcanie przedstawicieli konkurencyjnych firm do zmiany pracodawcy i poszukiwanie w szkołach najlepiej zapowiadających się osób kreatywnych – inżynierów i artystów<sup>41</sup>. Przy czym gromadzenie osób zdolnych do generowania innowacji wymaga od firm upowszechniania modeli organizacji wielokulturowych z procedurami sterowania różnorodnością<sup>42</sup>.

Można zaryzykować twierdzenie, iż realizacją przemocy symbolicznej mogą być także próby tworzenia gier i komiksów dążących do zaspokojenia funkcji odmiennych od tych, które są im przypisywane jako podstawowe, czyli hedonistycznych i ekonomicznych, gdy postrzegamy je jako rodzaje gier i zabaw oraz estetycznych, jeśli chodzi o sztukę komiksową i sztukę gier. Mogą to być funkcje związane z modelowaniem wartości społecznych i modelowaniem więzi społecznych<sup>43</sup>. W pierwszym przypadku będą to następujące funkcje szczegółowe: terapeutyczna (wywoływanie dobrostanu psychicznego i regeneracja sił), ekspresyjna (wyrażenie siebie przez twórców), komunikacyjna (porozumienie z innymi na podstawie wspólnego języka), magiczna (nadawanie znaczenia świętości, ustanawianie ładu), ideologiczna (zdobywanie poparcia władzy określonych sił politycznych, społecznych lub religijnych), wychowawcza (przekazywanie dyrektyw życia zbiorowego) oraz poznawcza (dostarczanie wiedzy). O posługiwaniu się kapitałem symbolicznym świadczyć może zatem chociażby tworzenie odrębnych programów kształcenia twórców gier i komiksów oraz kształtowanie odmiennych języków porozumiewania się osób związanych z tymi dziedzinami. W odniesieniu do modelowania więzi istotne jest natomiast integrowanie i uspołecznianie ludzi w określonym systemie społeczno-kulturowym, ale też określanie różnic grupowych. Ustanawianie granic dostrzegalne jest chociażby w odmiennych cechach gier i komiksów oraz ich fanów wywodzących się z kultur zachodnich i wschodnich.

Podsumowując, stwierdza się, że analityczne zestawienie gier i komiksów umożliwi wskazanie obszarów badawczych, których właściwości

---

(„medialnych”) konferencji prasowych i stoisk na targach, rozdawanie związanych z grami komiksów, traktowanie ich jako dodatków do gier znajdujących się w tradycyjnym pudełku lub w ich treści, jak również tworzenie i rozpowszechnianie ideologii (marek, systemów identyfikacji wizualnej) uzasadniających wyższość jednych wytworów nad innymi.

<sup>41</sup> Zauważa się, że w globalnej rywalizacji o talenty istotne jest zapewnienie osobom kreatywnym możliwie największej swobody działań w miejscu pracy oraz atutów znajdujących się w bezpośrednim otoczeniu firmy – w miejscu zamieszkania przyjaznym odmiennościom i zróżnicowanym pod względem usług kulturowych. Regiony pozbawione tych cech nie sprzyjają tworzeniu innowacyjnych dzieł i rozwiązań. Zob. R. Florida, *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, Harper Business, New York 2005.

<sup>42</sup> R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, przeł. M. Rusiński, PWN, Warszawa 2005, s. 190-193.

<sup>43</sup> M. Golka, *Socjologia kultury*, dz. cyt., s. 295-300.

wydają się jeszcze niedokładnie rozpoznane. Przedmiotami dalszych badań mogą być nie tylko grupy twórców i odbiorców oraz ich wytwory, ale też takie zjawiska, jak: branża komiksowa, sztuka gier, stereotypy związane z odbiorcami gier i komiksów, stereotypy zawarte w treściach dzieł, zakres podmiotowości zbiorowości związanych z tymi mediami, komiksy cyfrowe i internetowe oraz kreowanie i wykorzystanie różnych form kapitału w relacjach przedstawicieli obu dziedzin.

Sporządzony przegląd pozwala sądzić, iż choć utworzono już wiele powiązań między rozpatrywanymi dziedzinami, to możliwości ich rozwijania nie zostały wyczerpane. Przedstawione zestawienie może posłużyć za punkt wyjścia do diagnoz empirycznych – w szczególności do prac nad monografiami grup i instytucji oraz porównań realizowanych przez nie celów i sposobów ich osiągania. Takie badania dostarczą wiedzy m.in. o sposobach wykorzystania talentów ludzkich, strategiach konkurowania na rynkach gier i komiksów,; powstawaniu i wykorzystaniu nowych technologii, motywacjach do pracy nad nowatorskimi projektami i barierach w ich realizacji, sposobach gromadzenia i wykorzystywania wiedzy osób kreatywnych oraz o formach utrzymywania komunikacji i współpracy z fanami.

## Summary

Growth in popularity of computer (video) games is a noticeable change in recent years. Electronic entertainment increasingly engages the wider society and reaches to new audiences by offering them satisfy of wide variety of needs and aspirations. As a mass media games not only provide entertainment, but they are also an important source of income, knowledge and social problems. Article aims to bring closer look on the common areas of games and comics. On the one hand designers and artists working on games are often inspired by comic books, as well as they create their licensed adaptations and separate „interactive issues”. On the other hand more and more often we can see comics based on popular games. Study present the areas of agreement, cooperation or dependence like: technologies used to create games and comic books, use of comic books to comment events in the gaming industry and organization of exhibitions or events popularizing the works from both fields.