

Mirko Lino
(Uniwersytet L'Aquila Włochy)

ORCID: 0000-0002-0082-2886

Przełożył Filip Cieślak
(Uniwersytet Gdański)

ORCID: 0000-0002-3112-1636

Opowiadanie przestrzenne w transmedialnym świecie *The Walking Dead*

Abstract:

Spatial Storytelling in the Transmedial Storyworld of *The Walking Dead* Franchises

Zombies are conceivable as cultural artefact that follow and embody the evolution of media narratives. They have migrated from the margins of a media system (the niche of the horror cinema genre) to the center of media convergence practices, which could be summarized in the crossmedia dissemination of its key features and the construction of a transmedia storytelling for its fictions. Crossmedia dissemination and transmedia storytelling seem to have become two of the most dominant logical elements of contemporary entertainment; they indicate the power of the narrative to spill over the media boundaries in order to arrange a story through media ubiquity and a network of integrated media. To demonstrate this affirmation, the following analysis will focus on the transformation both cultural, medial and formal of zombie fiction, by considering as a case study the infamous comic novel (2003–) and TV serial *The Walking Dead* (2010–). The analysis will also be carried out into the ways they engage the spectator within a storyworld sustained by different media sharing and working together to consolidate a narrative system via fictional and – as we shall see – „real” spatialities.

Keywords: zombies; *The Walking Dead*; transmedia; crossmedia; interactivity

Słowa kluczowe: zombie, *The Walking Dead*, transmedialność, międzymedialność, interaktywność

Migracja zombie: z marginesów do centrum

Jedna z najbardziej wyrazistych i kanonicznych scen z udziałem zombie pochodzi z pierwszego filmu George'a Romero, *Noc żywych trupów* (1968). Na początku Johnny i jego siostra Barbara żartują sobie podczas wizyty na cmentarzu, na którym pochowani są ich rodzice. Tymczasem na skraju kadru widać tajemniczą postać poruszającą się powoli, niepewnym krokiem, jakby bez celu. Uwaga widza skupia się na kłótni między Barbarą a Johnny'm, który straszy siostrę, mówiąc, że zmarli wracają do życia i chcą ją porwać.

Kilka sekund później tajemnicza postać przechodzi powoli, niezauważona, z granicy ekranu na sam środek i atakuje Barbarę, a następnie zabija broniącego ją Johnny'ego. W tym momencie widz dokonuje niezwykłego odkrycia: ta tajemnicza osoba jest jednym z żywych trupów, martwych ciał, które powróciły do życia, aby pożreć ludzi.

Moim zdaniem ta scena symbolicznie wyraża transformację medialnej natury postaci zombie, której korzenie sięgają wczesnego kina grozy lat trzydziestych. Żywy trup był postacią podporządkowaną innym sławnym istotom teratologicznym, takim jak Dracula, potwór doktora Frankenstein'a czy Mumia¹ i istniał na granicach – czego dowodem jest jego obecność w tak zwanym „Poverty Row”² – ale w ciągu ostatnich dwóch dekad zaczął podbijać centrum sceny kulturowej, przechodząc różnorodne przemiany i transformacje morfologiczne i typologiczne, a także zyskując pewne znaczenia metaforyczne rozprzestrzeniane za pomocą mediów masowych. Co więcej termin „zombie” zaczął być używany w różnych dziedzinach kultury, stając się popularnym symbolem pytań bez odpowiedzi i najgłębszych obaw społecznych, także tych związanych ze sferą medialną.

Zombie przeszły z marginesu systemu medialnego (nisza horroru) do centrum medialnych praktyk konwergencyjnych, które są elementami składowymi tak zwanego rozpowszechniania międzymedialnego [*crossmedia dissemination*] oraz stanowią trzon narracji transmedialnych [*transmedia storytelling*] w dziedzinie szeroko pojętej fikcji.

Poniższa analiza będzie miała na celu przebadanie fenomenu zombie jako artefaktu kulturowego i medialnego. Skupi się na alegoriach i metaforach przypisywanych tej postaci oraz rozpowszechnianiu jej obecności w kilku formatach medialnych i strukturach narracyjnych. Rozpowszechnialność³ [*spreadability*] międzymedialna i narracja transmedialna wydają się dwoma dominującymi elementami logicznymi współczesnej rozrywki. Wskazują jednoznacznie na moc narracji rozciągającej się poza granice pojedynczego medium i rozprasającej monomedialność treści. Taka narracja budowana jest na bazie wszechobecności mediów oraz ich zintegrowanej sieci, w celu ukazania ogólnej złożoności współczesnego społeczeństwa i jego podejścia do konsumpcjonizmu symbolicznego.

Chociaż niektórzy uczeni zwykle nie wyznaczają wyraźnych granic między wspomnianymi powyżej formami dystrybucji [*distribution*] i rozpowszechniania [*dissemination*] narracji, ze względu na ich konceptualne i formalne zestawienia – rozciągnięcie [*extension*] i rozpowszechnianie opowiadań w mediach – pewne różnice pozostają zauważalne.

¹ Ten rodzaj podporządkowania można znaleźć w *Białym Zombie* (1932) braci Halperin, pierwszym filmie zombie, w którym końcowe sekwencje są kręcone na tym samym planie co *Dracula* Tod'a Browninga (1931); w dodatku czarny charakter, Murder Legendre, jest grany przez Belę Lugosiego, węgierskiego aktora, który wcześniej wcielił się w Drakulę zarówno na scenie, jak i w filmie Browninga.

² Mianem *The Poverty Row* określano grupę studiów filmowych założonych podczas Wielkiego Kryzysu, specjalizujących się w produkcji tanich westernów, filmów akcji i horrorów. Zob. J. Russell, *Book of the Dead. The Complete History of Zombie*, Londyn, 2014, s. 31–38.

³ Termin ten odnosi się do koncepcji rozpowszechniania jako szerokiej dystrybucji i obiegu treści i informacji poprzez platformy medialne. Jest to na tyle wyjątkowa cecha współczesnego systemu dystrybucji treści medialnych, że ukuto na jej cześć specjalny slogan: „Jeśli się nie rozpowszechnia, jest martwe”. Zob. H. Jenkins, J. Green i S. Ford, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, Nowy Jork 2013.

Wymiar międzymedialny odnosi się z jednej strony do sposobu, w jaki treść jest dystrybuowana za pośrednictwem różnych mediów: rozpowszechnianie tej samej historii w wielu formatach multimedialnych (reklama telewizyjna, reklama internetowa, tak zwany viral) i replikacja za pośrednictwem różnych kanałów (możliwość oglądania tej samej treści multimedialnej w telewizji, na laptopie, smartfonie, w kinie i na innych urządzeniach) bez żadnych konkretnych powiązań narracyjnych między nimi. Gary Heyes określa międzymedialność [crossmedia] jako: „własność medialną, usługę, historię lub doświadczenie rozpowszechniane na platformach medialnych przy użyciu różnych mediów”⁴.

Z drugiej strony, opowiadanie transmedialne oznacza zwykle tworzenie konkretnej fabuły za pośrednictwem zróżnicowanych języków medialnych w celu zintensyfikowania opowiadania poprzez zwiększenie liczby bohaterów, wydarzeń, wątków wtórnych lub równoległych, a nawet rozszerzenie fikcji poprzez przenoszenie narracji częściowo lub w całości do innych mediów (gier wideo, komiksów, powieści, animacji, stron internetowych itp.). Jak wskazuje Geoffrey Long, narracja transmedialna polega na postrzeganiu integralnej modalności różnorodnych tekstów z jednoczesnym zapewnieniem jednorodnego doświadczenia narracyjnego: „pełniejsze zrozumienie i lepsze doświadczenie świata jako całości”⁵. Każda część konkretnej historii jest swoistym konglomeratem medialnym, który utwierdza widza w przekonaniu, że ma do czynienia ze stałym, koherentnym pod względem czasu, przestrzeni i psychologii postaci światem fikcyjnym. Skonstruowana w ten sposób fikcja staje się tak zwanym *storyworld*, czyli światem narracji. Ten szeroko stosowany przez Marie-Laure Ryan termin odnosi się do doświadczenia mentalnego poszczególnych czytelników. Doświadczenia te są oparte na takich kategoriach narracyjnych, jak: miejsce, prawa fizyczne, zasady i wartości społeczne, wydarzenia, zdarzenia psychiczne⁶. Według Ryan *storyworld* jest „dynamicznym modelem ewoluujących sytuacji, a jego reprezentacja w umyśle odbiorcy jest symulacją zmian spowodowanych przez wydarzenia fabuły”⁷. Jako koncepcja narratologiczna odnosząca się do ewolucji mediów i narracji cyfrowej *storyworld* staje się zarzewiem złożonych relacji między kategoriami narracyjnymi a badaniami medialnymi, przekształcając narratologię w instrument przystosowany do analizy produkcji rozrywkowej, zwłaszcza w opowieściach zawierających i obejmujących różne przykłady retoryczne zaczerpnięte z różnych mediów. W porównaniu z tradycyjną koncepcją świata fikcyjnego, *storyworld* „jest szerszym pojęciem (...), ponieważ obejmuje zarówno fakty, jak i historie fikcyjne, czyli historie świata rzeczywistego i takie, które tworzą świat wyobrażony”⁸. Dlatego łatwo sobie wyobrazić powiązanie

⁴ G. Heyes, *Cross-media: What Audiences Want*, „Personalize Media”, Listopad 2006. [tłum. moje – FC]

⁵ G. Long, *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*, 2007, cyt. w: E. Negri, *La rivoluzione transmediale. Dal testo audiovisivo alla progettazione crossmediale di mondi narrativi*, Torino, 2015, s. 219. [tłum. moje – FC]

⁶ M.L. Ryan, *Story / Worlds / Media. Tuning the Instruments of a Media-Conscious Narratology*, w: *Storyworld across Media. Towards a Media-Conscious Narratology*, red. M.-L. Ryan i J. Thon, Lincoln i London 2014, s. 32–37. [tłum. moje – FC]

⁷ Ibidem, s. 33.

⁸ Ibidem.

między artikulacją transmedialną fikcji a postrzeganiem fikcji jako *storyworld*, w którym każdy element narracji przypisanej danemu medium jest częścią szerszej mapy mentalnej.

Powszechnie wiadomo, że jedną z kluczowych dla narracji transmedialnych teorii stworzył Henry Jenkins, który, nawiązując do konstrukcji formalnej całego narracyjnego projektu franczyzy *Matrix*, określił narrację transmedialną w następujący sposób:

Opowieść transmedialna rozwija się na różnych platformach medialnych, a każdy tekst stanowi wyróżniającą się i ważną część całości. W idealnej formie opowiadania transmedialnego każde medium porusza się w sferze, w której jest najlepsze, tak aby historia mogła zostać wprowadzona w filmie, a rozwinięta przez telewizję, powieści i komiksy. Jej świat może być eksplorowany w grze komputerowej lub doświadczany jako jedna z atrakcji w parku rozrywki. Każda forma dostępu do marki powinna być samowystarczalna, abyśmy nie musieli obejrzeć filmu po to, by cieszyć się grą i odwrotnie. Każdy produkt jest punktem dostępu do marki jako całości⁹.

Zważywszy na to, że transmedialność jest procesem nieustannie ewoluującym i zależnym w dużym stopniu od rozwoju technologii, poziomu narracyjności dostępnego dla poszczególnych mediów czy logiki rozwoju francyz, Jenkins wielokrotnie poprawiał tę definicję, przyczyniając się tym samym do poszerzenia debaty wokół transmedialności jako takiej¹⁰.

Jak postaram się wykazać, użycie właściwości charakterystycznych dla fikcji zombie oraz nadanie jej alegorycznego znaczenia można postrzegać jako instrument krytyczno-formalnej rekonfiguracji gatunku opowiadań o zombie za pomocą strategii międzymedialnych i transmedialnych. Międzymedialność wpływa na popularność i wszechobecność zombie w rozrywce medialnej, wspierając ich metaforyczną ekspansję poprzez rozpowszechnianie i powtarzanie, transmedialność z kolei zachęca do postrzegania opowiadania jako *storyworld*. Transmedialny, apokaliptyczny, serialowy *storyworld* kreowany przez użycie rozmaitych mediów może być postrzegany jako fikcyjna przestrzeń do zamieszkania, interakcji lub eksploracji; innymi słowy, postapokaliptyczny *storyworld* zombie próbuje odzwierciedlić nasze środowisko konsumpcji medialnej poprzez to, co Jenkins zdefiniował jako „kulturę konwergencji”, czyli proces nakładający czytelnika/widza/gracza do odkrywania poprzez zróżnicowane media poszczególnych elementów jednej narracji.

Definicje międzymedialności i transmedialności odnoszą się do transformacji kulturowej toposu zombie w świecie rozrywek medialnych, z którym to sam koncept upiornego truposza znajduje się w symbolicznej i symbiotycznej relacji. Zombie jest zmediatyzowaną metaforą spopularyzowaną przez media (jak wskazują procesy inter- i transmedialne),

⁹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, tłum. M. Bernatowicz i M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 95–96.

¹⁰ Wczesna teoretyzacja otworzyła i rozwinęła szeroką debatę w postklasycznej narratologii i badaniach nad mediami. Dzięki temu Jenkins przyczynił się do ukształtowania definicji narracji transmedialnej, udoskonalał ją, a nawet zauważając ograniczenia swojej wyidealizowanej wizji. Jeden z ciekawszych dialogów krytycznych odbył się między Jenkinsem a Davidem Bordwellem za pośrednictwem ich blogów. Jednym z jego głównych tematów była konieczność używania form transmedialnych w celu przebadania podejść transmedialnych także w odniesieniu do przeszłych mitologii i sposobu, w jakim są przedstawiane publiczności. Zob. www.david-bordwell.net/blog/2009/08/19/now-leaving-from-platform-1/; http://henryjenkins.org/blog/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html

a także metaforą samych mediów. Co więcej, opowieści o zombie zawsze miały tendencję do uosabiania naszych relacji zarówno ze starymi, jak i nowymi mediami. Zombie samo w sobie jest produktem procesu mediacji, od haitańskiego folkloru za pośrednictwem literatury – *The Magic Island* (1929) Williama Seabrooka – przez teatr – *Zombie* (1932) Kennetha Webba – wreszcie po kino, jak pokazuje przykład filmu *Białe Zombie* (1932) braci Halperinów. George Romero zasygnalizował związek między zombie a mediami w dwóch filmach, w których potwory dekonstruują lub „pożerają” kłamiwe elementy mediów masowych. Na początku *Świtu żywych trupów* (1978) rozprzestrzenianie się zombie jest widoczne za pośrednictwem rozpadającej się stacji telewizyjnej. To symbol nieuchronnego upadku instytucji medialnych¹¹. W *Kronikach żywych trupów* (2006) grupa ocalałych rejestruje „prawdziwą” apokalipsę zombie przy użyciu nowych mediów cyfrowych (sieć społecznościowa, aparaty cyfrowe itp.), tym samym przeciwstawiając się zmanipulowanym materiałom tradycyjnych mediów masowych (telewizja, radio) za pomocą oddolnych metod rozprzestrzeniania informacji. Innym przykładem jest miniseriał telewizyjny *Dead Set* (2010) Charliego Brookera, który pod względem alegoryczności jest bliski elementom krytycznym filmów Romero. Pokazuje on okrutne zombie atakujące studio reality show *Big Brother*, które symbolizuje zombifikację rozrywki i jej widowni, demonstrując tragiczne rezultaty wpływu telewizji na widzów. Przykłady te dotyczą trzech zjawisk w obrębie mediów i narracji: mediów analogowych, mediów cyfrowych oraz nadmiaru zombie w formacie telewizyjnym.

Żywe trupy są więc artefaktem kulturowym, uosabiającym ewolucję medialną. Aby uargumentować to stwierdzenie, w poniższej analizie skupię się na transformacji kulturowej, formalnej i medialnej, jaka dotknęła postać zombie w wyniku międzymedialnego rozpowszechniania koncepcji zombizmu [zombieism]. Studium przypadku staną się owiana złą sławą powieść komiksowa *The Walking Dead* (2003) oraz serial telewizyjny, emitowany od 2010 roku. Przebadane zostaną także sposoby, w jaki sposób te skupiają uwagę widza na *storyworld* za pośrednictwem heterogenicznych mediów i przestrzeni fikcyjnych.

Zakażenie kulturowe i spotkania z zombie

Ogólnie rzecz biorąc, każdy rodzaj teratologii jest kwestią kulturową. Jak mówi Jeffrey Cohen, „potwór rodzi się wyłącznie na skrzyżowaniu metafor. Ucieleśnia konkretny moment w kulturze (...) na ciało potwora całkiem dosłownie składają się strach, pożądanie, niepokój i fantazja, które dają mu siłę i niezależność”¹². Historia kultury zombie to historia monstrem, które rozpoczęło swój żywot na rubieżach systemu kinowego i stopniowo przeniosło się do centrum doświadczenia medialnego, zarówno w sferze twórczości korporacyjnej, jak i niezależnej. Zombie jest również alegorią, coraz częściej

¹¹ Film słynie z tego, że jego akcja dzieje się w centrum handlowym, po którym grasują żywe trupy. To jedna z najsilniejszych krytyk konsumpcjonizmu społeczeństwa amerykańskiego lat 70 XX wieku.

¹² J.J. Cohen, *Monster Culture (Seven Theses)* [w:] *Monster Theory: Reading Culture*, red. J.J. Cohen, Minneapolis 1996, s. 4. [tłum. moje – FC]

wykorzystywaną do przedstawienia sprzeczności nawiedzających współczesną kulturę popularną. Według Kyle Bishop: „[zombie] to »maszyna znacząca«, która stała się »allegorią chwili«, wchłoniętą nie tylko przez przemysł rozrywkowy, lecz także przez dyscypliny akademickie i zawodowe poza filmem i kulturoznawstwem, jako istotny element dociekań i badań krytycznych”¹³.

W ciągu ostatnich trzydziestu lat wzrosło zainteresowanie różnych dziedzin nauki postaciami zombie. Z potworów przeistoczyły się one w matryce kulturowe za pomocą których dyskurs filozoficzny¹⁴, debaty na temat świadomości, pamięci, życia, śmierci mózgowej¹⁵, *faux morts* oraz modeli matematycznych do badania pandemii¹⁶ zbiegają się z analizą problemów społecznych, politycznych, kulturowych, rasowych i technologicznych.

Powyszszą tendencję można określić mianem „zarażenia kulturowego”, a jej objawem jest rosnąca wszechobecność terminu „zombie”, używanego w kontekście palących problemów społecznych. Termin „zombie”¹⁷ – pozbawiony swej etymologii i otoczki kinowej – jest wykorzystywany jako odniesienie kulturowe dotyczące dynamiki społecznej i ekonomicznej, gdzie dialektyka pana i niewolnika jest ciągle reprodukowana i odwracana. Dla przykładu: w badaniach postkolonialnych¹⁸ termin ten jest używany w sposób alegoryczny i służy do obrazowania zjawisk migracji za pośrednictwem porównań między migrantami, uchodźcami a zombie. Ich obecność jest postrzegana jako zagrożenie społeczne i stan wyjątkowy¹⁹. Nie inaczej byłoby w przypadku apokalipsy zombie²⁰. Podczas gdy kinowe zombie narodziły się, by odzwierciedlić niepokoje okresu

¹³ K.W. Bishop, *How Zombies Conquered Popular Culture. The Multifarious Walking Dead in the 21st Century*, Jefferson 2015, s. 5. [tłum. moje – FC]

¹⁴ Zombie jako kategoria filozoficzna zostały wykorzystane przez Davida Chalmersa w debacie dotyczącej filozofii umysłu. Według Chalmersa zombie jest dokładną kopią istoty ludzkiej, choć pozbawioną świadomości. Interesujący jest związek między powyższą kategorią filozoficzną a zombie kina lat 30. Wstręt i odraza są tam bezpośrednio związane z osobliwym doświadczeniem beźmyślnego i niemego człowieka.

¹⁵ Kolejny pouczający przykład dotyczy zbieżności między ustaleniem medycznej koncepcji śmierci mózgowej a premierą pierwszego filmu George’a Romero, *Noc żywych trupów*. Oba zdarzenia przypadły na rok 1968. W filmie Romero (a także w różnych sequelach i wielu produkcjach epigońskich) zombie są neutralizowane przez zniszczenie mózgu.

¹⁶ Również badania statystyczne i matematyczne są zainteresowane wykorzystaniem zombie jako modeli heurystycznych do zrozumienia skali wzrostu i siły epidemii. Aby dowiedzieć się więcej o tym ciekawym aspekcie, zob. R. Smith, *Braaaaaiinnssss. From Academics to Zombies*, Ottawa 2011.

¹⁷ Termin „zombie” nie ma wyraźnego pochodzenia, jego powszechne użycie przywodzi na myśl handel niewolnikami z Afryki. Prawdopodobnie jest to słowo kongijskie oznaczające osobę pozbawioną duszy. Zwrot ten był często używany w zachodnich koloniach karaibskich, zwłaszcza na Haiti.

¹⁸ Zob. K.W. Bishop, *The Sub-Subaltern Monster: Imperialist Hegemony and the Cinematic Voodoo Zombie*, w „*The Journal of American Culture*” 2008, nr 2, s. 141–152.

¹⁹ Włoski filozof Giorgio Agamben opracował tę koncepcję w udanym eseju *The Omnibus Homo Sacer*, Stanford 2017, a następnie w *State of Exception*, Chicago 2008. Bardzo łatwo jest zauważyć podobieństwa między zbieżnością homo sacer a bezsensownością wszelkiego rodzaju masakr zombie w kinie i grach wideo.

²⁰ Kwestie postkolonialne są bez wątpienia głęboko zakorzenione w mitologii kinowych zombie. Społeczna konstrukcja niewolnictwa zbiega się z symboliczną budową inności, a to było z kolei trzonem filmów zombie z lat trzydziestych i czterdziestych. W pewnym sensie kalejdoskopowa obecność wielu dyskursów przypisywanych różnym typologiom zombie także doprowadziła do odrodzenia tego rodzaju problemów, tworząc ciągłość z nowymi formami wyzysku w erze neoliberalizmu i globalnego kapitalizmu. Aby dowiedzieć się więcej, zob. S.J. Lauro, *The Transatlantic Zombie: Slavery, Rebellion, and the Living Death*, New Brunswick 2015.

Wielkiego Kryzysu (1929 rok), kryzys czasów Wielkiej Recesji jest odpowiednikiem kryzysów przeszłych i napędza nowe obawy związane z nierównościami społecznymi i nierozwiązanymi problemami natury rasowej. Jak argumentuje Camilla Fojas, neoliberalizm i polityka oszczędności tworzą nowe formy niewolnictwa i rasizmu. Znaczna pauperyzacja amerykańskiej klasy średniej doprowadziła do wzrostu liczby osób zadłużonych: ludzie niezdolni do spłacania długów przypominają zombie – jednostki wykluczone z dyskursu społecznego²¹. W innych dziedzinach analitycy ekonomiczni używają słowa „zombie”, aby podkreślić istnienie tych formuł gospodarczych (a także ideologii politycznych), które spowodowały obecny kryzys, a które częstokroć uznaje się błędnie za sposób jego rozwiązania, choć w rzeczywistości prowadzą tylko do odtworzenia dominującego status quo świata przed recesją²². W innych przypadkach przymiotnik „zombie” wskazuje na coś, co powinno być martwe, ale jest utrzymywane przy życiu, tak jak „banki zombie”: bliskie bankrutstwa instytucje monetarne utrzymywane na powierzchni dzięki dotacjom rządowym. W kontekście globalnego kapitalizmu, teorie postludzkie wyrastają z fascynacji biopolityczną esencją zombie jako bytów, które są zarówno żywe, jak i martwe. Jest to dobrze zilustrowane przez Lauro i Embry’ego, którzy traktują zombie jak przedmiot ideologiczny, umożliwiający transgresję nierówności społecznych i rasowych²³. Staje się więc jasne, że przymiotnik „zombie” jest nie tylko ironicznym mechanizmem symbolicznym, ale pewnego rodzaju konceptem, w obrębie którego zawrzeć można martwe byty, powracające, by pożreć idee bardziej sprawiedliwego porządku, a także siły potrafiące w toku krwawej i kanibalistycznej rebelii obalić stary reżim. Zombie wyraża więc dualizm i ambiwalencję konfliktów kulturowych. Zarówno tych starych, jak i nowych, zarówno po stronie ofiary, jak i ciemiężcy. Tego typu dualizm jest również wyraźnie widoczny w badaniach medialnych prowadzonych przez Jussi Parikkę i Garnet Hertz. Uczeni definiują „media zombie” jako rodzaj starych i przestarzałych mediów ponownie wykorzystywanych – i wracających do życia – w twórczy i artystyczny sposób: „Media Zombie zajmują się mediami, które są nie tylko nieużywane, ale wskrzeszone do nowych zastosowań, kontekstów i adaptacji”²⁴. Idąc tym tropem, możemy zauważyć, że słynna teoria remediacji Jaya Davida Boltera i Richarda Grusina²⁵ również nawiązuje do sposobu, w jaki nowe media kanibalizują stare. Powyższe przykłady udowadniają, że kinowe obrazy zombie stanowią niezmiernie bogatą bazę zasobów do formułowania krytycznej teorii o teratologicznej figurze

²¹ C. Fojas, *Zombie, Migrants and Queers. Race and Crisis Capitalism in Pop Culture*, Urbana 2017.

²² Zob. J. Quiggin, *Zombie Economics. How Dead Ideas Are Still Walk Among Us*, Princeton 2010.

²³ S.J. Lauro, K. Embry, *A Zombie Manifesto: The Nonhuman Condition in the Era of Advanced Capitalism*, «boundary» 2008, nr 2 (35) 1 (2008). Esej jest również zawarty w: S.J. Lauro, *Zombie Theory. A Reader*, Minneapolis 2017; *Better Off Dead. The Evolution of the Zombie as Post-Human*, red. D. Christie i S.J. Lauro, Nowy Jork 2011.

²⁴ G. Hertz, J. Parikka, *Zombie Media: Circuit Bending Media Archaeology into an Art Method*, „Leonardo”, 2012, nr 5, s. 429.

²⁵ J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, MIT press, Cambridge 1999. W tym przełomowym esej, Bolter i Grusin analizują, w jaki sposób nowe media absorbują stare media, aby jedno medium stało się reprezentacją innego. Moim zdaniem byłoby to również możliwe jako proces, w którym jedno medium pochłania inne medium, aby stać się następcą lub substytutem.

zombie, jej cechach (zombizm) i środowisku, które ona wytwarza (zombirama). Jak uważa Bishop, jeśli postrzegamy fikcję zombie jako element tendencji neogotyckich²⁶, to należy się skupić nie na potworze jako jednostce, a raczej warstwie polisemicznej tej postaci, płynności pojęć umożliwiających przejście z pojedynczego zombie do wielu zombie, z uwagą na „rozwój alegorii zombie wraz z rozwojem i udoskonalaniem samego potwora”²⁷. Każdy może wszak dostrzec, że motyw zombie jest powszechny w kulturze, i zdaje się, pod tym względem pokonać inne potwory kwestionujące granice między życiem a śmiercią. Popularność zombie jest rezultatem zderzenia obrazów i realnych obaw. Innymi słowy, to wynik napięcia między kinowym obrazem zombie i ekspansją dyskursów nowych mediów a niepokojami społecznymi. Aby zrozumieć to bogactwo kulturowe, należy najpierw zbadać kinowy modus, sposób przedstawiania zombie.

CAŁY TEKST JEST DOSTĘPNY W WYDANIU PAPIEROWYM „TEKSTUALIÓW”
I W PRENUMERACIE INTERNETOWEJ CZASOPISMA.

²⁶ Zob. K.W. Bishop, *American Zombie Gothic. The Rise and Fall (and Rise) of the Walking Dead in Popular Culture*, McFarland, Jefferson 2010.