

BOOM KOMIKSOWY. POLSKI RYNEK HISTORII OBRAZKOWYCH W LATACH 2000-2003

MATEUSZ ZAPAŁA

Wstęp

Komiks – odpowiednio zaaranżowany, nieanimowany układ rysunków lub obrazów i słowa pisanego (najczęściej umieszczonego w tzw. dymkach) mający przekazać konkretną historię dramatyczną bądź ideę[1] – obecny jest w kulturze polskiej przeszło 150 lat. W XIX w. wydawnictwa komiksowe ukazujące się w Polsce pomagały w nauce czytania, służyły także rozrywce mieszczan. W dwudziestoleciu międzywojennym historie obrazkowe stanowiły ważną zawartość prasy popularnej. Po II wojnie światowej okazały się one wrogiem ustroju socjalistycznego. W latach 1960–1990 komiks uznawany był za medium dla mało wymagającego odbiorcy. W ostatniej dekadzie XX w. opowieści rysunkowe stanowiły namiastkę „amerykańskiego snu”[2].

Dziś w Polsce komiks jest coraz częściej nazywany sztuką i doceniany za wartości literackie oraz wizualne. Mimo to krajowy rynek komiksowy jest nieduży, wręcz hobbyistyczny[3]. Drukowane w niewielkich nakładach historie obrazkowe rzadko docierają poza stałe, wąskie grono odbiorców.

Jednak początek XXI w. zwiastował dla polskiego rynku komiksowego przyszłość zgoła odmienną od stanu obecnego. Lata 2000–2003 były dla historii obrazkowych czasem gwałtownego rozkwitu inicjatyw wydawniczych, intensyfikacji czytelnictwa, ogromnej popularności w mediach oraz poprawy społecznego postrzegania tego medium. Trzyletni okres prosperity zyskał miano „boomu komiksowego” i był jedną z najbardziej interesujących epok w dziejach polskiego rynku opowieści rysunkowych.

Warto zaznaczyć, że jakkolwiek charakterystyka polskiego rynku komiksowego, zarówno holistyczna, jak i fragmentaryczna, ze względu na niedostatek danych, szczególnie tych statystycznych, jest zadaniem niebywale złożonym. Trzeba mieć świadomość, że dalsza część artykułu ograniczać się będzie do najbardziej reprezentatywnych przykładów inicjatyw mających miejsce między 2000 a 2003 r.[4]

„Świat Komiksu” i Klub „Świata Komiksu”

Przed przystąpieniem do charakterystyki „boomu komiksowego” należy cofnąć się w czasie do przełomu lat 1997 i 1998, kiedy to w Polsce ostatecznie zakończyła się moda na masowy komiks amerykański. Na spadek popularności „superbohaterskich” seriali obrazkowych wpływ miały: stale obniżający się poziom edytorski, znudzenie czytelników, a przede wszystkim wyczerpanie się koniunktury na produkty wywodzące się z USA. TM-Semic – główny wydawca amerykańskich „zeszytówek”, ówczesny lider polskiego rynku komiksowego – stojąc w obliczu spadku wpływów ze sprzedaży swoich tytułów, zdecydował się znacznie zredukować ich liczbę – z 18 (102 numery) w 1997 r. do 14 (77 numerów) w 1998 r., a następnie do zaledwie 8 (46 numerów) w 1999 r.[5]

Łukę na rynku, którą wytworzył przeżywający kryzys TM-Semic, postanowił zagospodarować Egmont Polska (filia skandynawskiego giganta medialnego Egmont). W maju 1998 r. wydawca ten rozpoczął publikację „Świata Komiksu”. Główną zawartość tego magazynu stanowiły opowieści obrazkowe popularnych europejskich twórców, m.in. René Gosciniego, Tadeusza Baranowskiego, „Zepa”, „Midama”. W każdym numerze kilka stron przeznaczonych było na informację i publicystykę komiksową.

Warto nadmienić, że „Świat Komiksu” było pierwszym czasopismem z Egmont Polska skierowanym do starszej młodzieży i dorosłych. Choć wydawca ten działał w Polsce od 1990 r., wcześniej zajmował się jedynie publikacją książek i czasopism dziecięcych na licencjach The Walt Disney Company (np. „Mickey Mouse”, „Kaczor Donald”) oraz Warner Brothers Entertainment Inc. (np. „Królik Bugs”). W latach 1990–1997 Egmont publikował także serię komiksową „Asteriks”.

„Świat Komiksu” radził sobie na rynku bardzo dobrze. Magazyn nie tylko przejął dawnych czytelników „semicowskich zeszytówek”, ale także, co istotniejsze, przyciągnął osoby, które wcześniej nie interesowały się komiksami. W połowie 1999 r. „Świat Komiksu” był marką na tyle popularną i rozpoznawalną, że Egmont zdecydował się wykorzystać ją w dość ambitnym celu.

Na łamach 12. numeru „Świata Komiksu” Tomasz Kołodziejczak (redaktor naczelny magazynu) zaanonsował powołanie Klubu „Świata Komiksu” – hybrydy programu lojalnościowego, serii wydawniczej i imprintu Wydawnictwa Egmont – w którego ramach publikowane miały być albumy z historiami obrazkowymi[6].

Pod szyldem KŚK do końca 1999 r. ukazało się 8 woluminów – po dwa tomy „Lucky Luke’a”, „Batmana/Sędziego Dreda”, „Saline’a” i „Thorgala”. Pierwsze „klubowe albumy” wyłonione zostały na podstawie ankiety, która dołączona była do 10. numeru „Świata Komiksu”, a także kwestionariuszy preferencji czytelnich z numerów 1–6[7].

Ogół komiksów ukazujących się pod szyldem KŚK charakteryzował wysoki poziom edytorski – dobrej jakości papier i solidna, broszurowa oprawa. Translacja także nie można było nic zarzucić (np. „Thorgala” z języka francuskiego przełożył Wojciech Birek – znany komiksolog). Pierwsze historie obrazkowe z KŚK ukazywały się co dwa miesiące. „Klubowe komiksy” dostępne były w księgarniach, salonach prasowych, empikach i, wtedy jeszcze nielicznych, sklepach specjalistycznych. Trzeba ponadto zaznaczyć, że Egmont oferował możliwość pakietowej subskrypcji swoich komiksów.

Formalnie każda publikacja KSK była książką ukazującą się w nakładzie 4000 egzemplarzy i sprzedawaną w cenie 14,90 zł. Jeśli zaś wierzyć plotkom, zainteresowanie komiksami Egmontu było tak wysokie, że konieczne były kilkukrotne dodruki[8].

Wśród wspomnianej powyżej „klubowej ósemki” na szczególną uwagę zasługują albumy „Piętno wygnańców” i „Korona Ogotia”, które wchodziły w skład serii „Thorgal” – fantastycznej sagi o przygodach przybysza z gwiazd, wychowanego przez Wikin-gów. Komiksy Jeana Van Hamme’a (scenariusz) i Grzegorza Rosińskiego (rysunek) nie tylko aktywizowały dawnych fanów serii, lecz także przyciągnęły ogromną liczbę osób, które uprzednio nie miały z nimi styczności. Dziś powszechnie uważa się, że to właśnie 20. i 21. tom przygód Thorgala zainicjował w Polsce „boom komiksowy”[9].

Co ciekawe, w miesiącach poprzedzających oficjalną informację o wznowieniu „Thorgala” Egmont nie zorganizował tej serii silnej promocji. Na łamach „Świata Komiksu” zamieszczono jedynie trzy fragmenty „Fantastycznej podróży” (nr 7, 8 i 10 SK) ilustrowanej przez Grzegorza Rosińskiego oraz krótki wywiad z tym twórcą[10]. Pozostali autorzy pierwszych „klubowych” komiksów na kartach egmontowskiego miesięcznika gościli o wiele częściej. Można zaryzykować stwierdzenie, że wydawca założył, iż najlepszą reklamą „Thorgala” jest renoma marki i „marketing szeptany”.

Sukces pierwszej serii albumów Klubu Świata Komiksu, w szczególności „Thorgala”, zachęcił wydawcę do znacznego zwiększenia liczby tytułów. W 2000 r. Egmont opublikował 17 komiksów, – w 2001 r. ukazało się ich 55, w 2002 r. – 97, a w 2003 r. aż 147. W latach 2000–2003 w ramach KSK wydano łącznie 317 albumów[11].

Wraz ze wzrostem liczby albumów KSK znacznemu zróżnicowaniu uległy częstotliwość ich ukazywania się oraz cena – w omawianym okresie za najdroższe historie obrazkowe Egmontu trzeba było zapłacić nawet 69 zł.

Choć informacje na temat sposobów selekcji późniejszych „klubowych albumów” pozostają tajemnicą Wydawnictwa Egmont, to można domniemywać, że wydawnictwo decydowało się przede wszystkim na publikację komiksowych bestsellerów, które zbierały najlepsze recenzje w Europie Zachodniej i USA. Ponadto można przypuszczać, że redakcja KSK, wybierając tytuły, nie brała pod uwagę ich przekazu ideologicznego bądź politycznego.

Na komiksowy katalog Egmont Polska składały się publikacje skierowane do dzieci, młodzieży i osób dorosłych.

W latach 2000–2003 fundament Klubu Świata Komiksu stanowiły utwory europejskich twórców, a wśród nich popularne serie (według typologii stosowanej przez Egmont Polska): fantasy, np. wspomniany już „Thorgal” – swoiste koło napędowe wydawnictwa; historyczne, m.in. „Western” Van Hamme’a i Rosińskiego; horrory, np. „Drapieżcy” Jeana Dufauaxa i Enrico Mariniego; humorystyczne, np. „Lucky Luke” Gosciniego; science fiction, m.in. „Armada” Jeana-Davida Morvana i Philippa Bucheta; sensacyjne/kryminalne, np. „Wayne Shelton” Van Hamme’a i Christiana Denayera.

W czasie „boomu komiksowego” Egmont wydawał również komiksy amerykańskie. W tym segmencie na uwagę zasługują zwłaszcza serie powieści graficznych wywodzących się z komiksu zeszytowego, np. postmodernistyczny „Sandman” ze scenariuszem Neila Gaimana. Ponadto w 2002 r. Egmont rozpoczął publikację albumów z przygoda-

mi superbohaterów, m.in. Batmana (np. „Powrót Mrocznego Rycerza” Franka Millera i Lynn Varley).

W omawianym okresie pośród tytułów KŚK znalazły się także prace Polaków. Egmont proponował swoim czytelnikom dzieła młodych polskich twórców (m.in. Michała „Śledzia” Śledzińskiego, duetu Tomasz Leśniak – Rafał Skarżycki, Piotra Kowalskiego). Klub Świata Komiksu był także źródłem przedruków prac uznanych autorów, które wydawane były w ramach cyklu „Klasyka polskiego komiksu” (np. „Tytus Romek i A’To-mek” Jerzego „Papcia Chmiela” Chmielewskiego)[12].

Warto także wspomnieć o albumie „Komiks. Antologia komiksu polskiego” z grudnia 2000 r. W 160-stronicowym tomie znalazły się utwory najzdolniejszych młodych polskich „komiksiarzy”, m.in. Tomasza Leśniaka, Jakuba Rebelki, Rafała Skarżyckiego, Michała Śledzińskiego, Przemysława Truścińskiego. Antologia wprawdzie nie była wydawnictwem stricte komercyjnym, ale spotkała się ze znacznym zainteresowaniem mediów i czytelników[13]. Na tle ówczesnych publikacji Egmontu album ten wyróżniał się twardą, lakierowaną oprawą i kredowym papierem o wysokiej gramaturze. Cena tomu, jak na tamte czasy, była dość wysoka – wynosiła 39,90 zł.

Warto zaznaczyć, że „albumy klubowe” były reklamowane, m.in. w „Świecie Komiksu”, „AQQ”, „Produkcje”, a także w prasie komputerowej (np. w „Świecie Gier Komputerowych”) i fantastycznej (np. w „Nowej Fantastyce”).

Należy podkreślić, że „Świat Komiksu” niedługo po debiucie KŚK powoli zaczął przeistaczać się w płatny prospekt reklamowy Wydawnictwa Egmont. Na przełomie lat 2001 i 2002 prawie 100% zawartości czasopisma stanowiły fragmenty albumów KŚK oraz omawiające je teksty[14].

Trzeba wspomnieć, że Egmont Polska w czasie inwestycji w „Świat Komiksu” i Klub „Świata Komiksu” nie zrezygnował z publikacji „Asteriksa”. Druga edycja (tzw. granatowa) opowieści o dzielnym Gallu ukazywała się do końca 2005 r. Nakład serii wynosił około 20 000 egzemplarzy[15].

Wydawnictwo Egmont, dzięki trafnej selekcji tytułów, profesjonalnemu podejściu do edycji oraz dystrybucji, w latach 2000–2003 wypracowało sobie pozycję lidera polskiego rynku komiksowego. Natomiast Tomasz Kołodziejczak – redaktor naczelny „Świata Komiksu” – przez wielu uznawany jest za ojca „komiksowego renesansu”[16].

Nowi wydawcy na komiksowym rynku

Niedługo po wydawniczym sukcesie pierwszych albumów Klubu „Świata Komiksu” regały w księgarniach i empikach zaczęły zapełniać historie obrazkowe od innych edytorów[17]. Ogół nowych wydawców na komiksowym rynku miał wyraźnie dychotomiczny charakter. Pierwszą grupę stanowili edytorzy, którzy wcześniej publikowali jedynie książki. Drugi zbiór tworzyły oficyny stricte komiksowe.

Wydawcom książek opowieści obrazkowe jawiły się jako potencjalne źródło wysokich dochodów oraz szansa na dywersyfikację kapitału. Warto zaznaczyć, że edytorzy ci wkraczając na komiksowy rynek, zakładali, wzorem Egmontu, publikację jedynie utworów znanych polskiemu czytelnikowi. Należy również podkreślić, że między du-

żymi wydawnictwami często dochodziło do walki o licencje na najbardziej dochodowe serie[18].

Pierwszym edytorem książkowym, który w czasie „boomu” wkroczył na rynek komiksowy, był wrocławski Siedmioróg. Choć wydawca ten publikował książki dziecięce, wirtualnymi odbiorcami jego komiksów były osoby dorosłe bądź starsza młodzież.

Siedmioróg swoją „komiksową działalność” rozpoczął w 2000 r. od stworzonej przez J. Van Hamme’a i W. Vance’a „XIII (Trzynastki)” – wielotomowej szpiegowskiej opowieści o mężczyźnie cierpiącym na amnezję, której doznał w wyniku postrzału w głowę. Wrocławska oficyna publikację tej serii zakończyła po 13 tomach w 2003 r.

Innym wartym uwagi komiksem, który ukazywał się pod szyldem Siedmioroga, jest „Blacksad” – doskonała, zarówno pod względem wizualnym, jak i treściowym, opowieść o przygodach antropomorficznego kota detektywa.

Katalog europejskich komiksów Siedmioroga uzupełniały serie: „Abdebaran”, „Alvin Norge”, „Niklos Koda” oraz „Detektyw Kaczor na tropie”.

Wrocławska oficyna publikowała także komiksy polskie: serię „Więzień” autorstwa Jarosława Żukowskiego oraz antologię paska komiksowego „Mikropolis” Dennisa Wojdy i Krzysztofa Gawronkiewicza, który pierwotnie drukowany był m.in. w „Gazecie Wyborczej”, „Nowej Fantastyce”, „AQQ”.

Komiksowe serie Siedmioroga ukazywały się w nakładzie około 7000 egzemplarzy[19]. Ich cena na ogół nie przekraczała 25 zł. Wrocławskie wydawnictwo w latach 2000–2003 opublikowało w sumie 25 albumów z historiami obrazkowymi.

Podkreślić trzeba, że Siedmioróg był wydawcą, który starał się dostarczyć czytelnikom produkty wysokiej jakości w dobrej cenie. Większość komiksów tego edytora charakteryzowała się luksusową edycją – twardą lakierowaną oprawą i kredowym papierem. Historie obrazkowe ukazujące się pod szyldem wrocławskiego wydawcy zyskały miano „najlepiej wydanych komiksów w Polsce”[20]. Warto także zaznaczyć, że Siedmioróg nie promował wystarczająco swoich komiksów.

Innym wartym wspomnienia wydawnictwem książkowym, które na komiksowy rynek wkroczyło po 2000 r., jest warszawski Amber. Oficyna ta pierwotnie zajmowała się publikacją literatury fantastycznej. Komiksy włączone do oferty tego edytora tematycznie pokrywały się z jego profilem i kierowane były przede wszystkim do młodzieży[21]. Podstawą „komiksowej linii” Wydawnictwa Amber były przede wszystkim albumy na licencji Star Wars. Oficyna opublikowała ich w sumie 19.

Do najciekawszych komiksów tego edytora należały także: dwa tomy postapokaliptycznej serii „Jeremia” oraz, wykorzystujący sentyment czytelników do „Komiksu-Fantastyki”, album „Valerian: Głębiny Nowego Jorku”[22].

Amber do końca 2003 r. wydał 48 komiksów. Natomiast w ciągu swojej komiksowej działalności, to jest do końca 2004 r., wydał łącznie 54 albumy z historiami obrazkowymi[23]. Cena opowieści rysunkowych tego edytora wahała się od 19,90 do 29,90 zł. Publikacji komiksów z Wydawnictwa Amber towarzyszyła agresywna promocja, m.in. w Internecie oraz magazynach komiksowych (np. w „Świecie Komiksu”, „AQQ”)[24].

Należy podkreślić, że historie obrazkowe Amberu charakteryzowały się wyjątkowym brakeróbstwem edytorskim (nieczytelne, źle zeskanowane plansze i błędy w kolorysty-

ce). Liczne wpadki poligraficzne dają podstawy, aby przypuszczać, że wydawnictwo oceniało miłośników komiksów jako mało wymagających[25].

MUZA SA jest kolejnym interesującym przykładem edytora książek, który w latach 2000–2003 publikował opowieści rysunkowe. W czasie „boomu komiksowego” MUZA wydawała jedynie przedruki najpopularniejszych peerelowskich historii obrazkowych: „Kapitana Kłosa” (20 zeszytów)[26], „Kapitana Żbika” (7 zeszytów)[27] oraz 2 albumy fantastycznonaukowej sagi „Ekspedycja”[28].

Komiksy z Wydawnictwa MUZA SA wydrukowane były na szorstkim, przypominającym brytol, papierze oraz oprawione w lakierowane okładki broszurowe. Wyjątek stanowiły dwa tomy „Ekspedycji”, które wydane były w twardej oprawie. Za pojedynczy zeszyt od MUZY trzeba było zapłacić od 7,50 zł do 8,90 zł, a za album „Ekspedycji” – 49,90 zł.

Należy mieć świadomość, że latach 2000–2003 komiksy znalazły się w ofertach innych wydawnictw książkowych, m.in. Jedności, Oficyny Naukowej, Wydawnictwa Jaworski, Wydawnictwa Diecezjalnego Sandomierz, Zielonej Sowy oraz Podsiadlika–Raniowskiego i S-ki – wydawnictwo to w serii „Ale Komiks” opublikowało 34 albumy, które, mimo dość wysokiego poziomu artystycznego i edytorskiego, nie spotkały się z zainteresowaniem masowego odbiorcy.

Sukces „Świata Komiksu” i Klubu „Świata Komiksu” miał także bezpośredni wpływ na aktywizację wydawniczą fanów historii obrazkowych. Podkreślić należy, że oficyny prowadzone przez miłośników graficznego medium przeważnie nie próbowały naśladować polityki wydawniczej Egmontu.

Niezwykłym ciekawym przykładem stricte komiksowego wydawcy jest krakowski Post. W ofercie tego edytora znajdowały się historie obrazkowe o silnym oddziaływaniu społecznym. Każdy tytuł miał szerzyć pewne idee i wywoływać skrajne reakcje u odbiorców[29].

Post debiutował w 2001 r. nagrodzoną Pulitzerem powieścią graficzną „Maus” – wielowątkową historią Władka, polskiego Żyda ocalałego z Holocaustu. W komiksie tym rolę Izraelitów odgrywały myszy, Niemców – koty, Polaków – świnię. Antropomorficzny aspekt powieści Arta Spiegelmana wywołał w Polsce silną publiczną dysputę, inspirowaną głównie przez środowiska skrajnie prawicowe – stworzyły nawet one slogan „tylko świnię czytają Mause”[30].

Jak się jednak później okazało, prasa opiniotwórcza (m.in. „Polityka”, „Przekrój”, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita” oraz „Tygodnik Powszechny”) oraz środowisko komiksowe przyjęły ją z uznaniem[31]. Dzieło Spiegelmana udowodniło polskiej opinii publicznej, że historie obrazkowe mogą z powodzeniem wiązać w sobie elementy medium masowego i sztuki wysokiej.

Niedługo po publikacji „Mause” katalog Wydawnictwa Post zaczęły uzupełniać kolejne komiksy skierowane głównie do inteligencji, m.in. „Podróże z Fellinim” – album, do którego scenariusze napisał wybitny włoski reżyser Federico Fellini; „V jak Vendetta” – gloryfikująca wolność, antytotalitarna i lekko anarchizująca powieść graficzna Alana Moore’a[32].

Kolejnym ważnym momentem „boomu komiksowego” było pojawienie się Wydawnictwa Mandragora. Oficyna zadebiutowała w marcu 2002 r. dwoma amerykańskimi al-

bumami: „Egonem” Tatjany i Alberto Ponticelliego oraz „Pielgrzymem” Gartha Ennisa i Carlosa Ezquerry. Niedługo później Mandragora opublikowała kolejne komiksy z USA przeznaczone dla dojrzałych czytelników (np. „100 naboń”, „Transmetropolitan”).

Momentem przełomowym było wprowadzenie do oferty Mandragory serii „Wolverine: Origin” autorstwa Paula Jenkinsa i Andy’ego Kuberta. Był to pierwszy w Polsce od lat nowy tytuł zeszytowy (24 strony). Warto zaznaczyć, że komiks ten z punktu widzenia prawa nie był wydawnictwem ciągłym, tylko serią broszur. Mandragora ominęła w ten sposób VAT na czasopiśmie. Prócz „Wolverine: Origin” w formie „niby-zeszytów” ukazały się, m.in. „AbraMakabra”, „Spawn” (kontynuacja serii rozpoczętej przez TM-Semic), „Wolverine/Hulk”[33].

Mandragora była otwarta także na polskich twórców. W ofercie wrocławskiej oficyny znalazły się np. doskonała polska campowa seria „48 stron” autorstwa Roberta Adlera i Tobiasza Piątkowskiego, „Eryk. Ostatni Szrama” Filipa Myszkowskiego[34].

Komiksy Mandragory wyróżniała doskonała edycja (drogi kredowy papier, lakierowane broszurowe oprawy). Warto zaznaczyć, że wydawnictwo przygotowując komiksy do druku, stosowało nowoczesną cyfrową obróbkę.

Początkowo Mandragora, w przeciwieństwie do innych edytorów, chętnie dzieliła się informacjami o nakładach i sprzedaży swoich tytułów. Stąd m.in. wiadomo, że w 2002 r. przychód wydawnictwa wynosił 394 000 zł, średni nakład tytułów to 3000 egzemplarzy, a najpopularniejsze tytuły sprzedawały się w liczbie ok. 2500 egz. (np. „Wolverine: Origin” cz. 2)[35]

Ciekawym przykładem wydawcy, który swą działalność rozpoczął po 2000 r., jest warszawska Kultura Gniewu. W latach 2000–2004 oficyna ta była jednoosobową działalnością gospodarczą Jarosława Składanka. Do końca 2003 r. edytor ten zajmował się jedynie publikacją polskich komiksów, które skierowane były głównie do osób dorosłych[36].

Na ofertę wydawcy składały się historie obrazkowe autorów niegdyś undergroundowych[37], m.in. Krzysztofa Owedyka (np. „Bajki urluckie stare i nowe”) oraz „nowofalowników”, m.in. Jakuba Rebelki (np. „Doktor Bryan”).

Ponadto Kultura Gniewu do końca 2003 r. opublikowała także „Pięć błękitnych Goździków” (album z przedrukami „Kapitana Żbika” z „Wieczoru Wrocławia” i „Gazety Białostockiej”) oraz trzy antologie: dwa tomy w hołdzie Kapitanowi Żbikowi – „I co dalej Kapitanie?” oraz „Wesoły Finał”, a także zbiór inspirowany komiksem daleko-wschodnim – „Manga po polsku”. Kultura Gniewu najwięcej publikowała bezpośrednio przed największymi polskimi festiwalami komiksowymi (Międzynarodowym Festiwałem Komiksowym w Łodzi i Warszawskimi Spotkaniami Komiksowymi). Do końca 2003 r. ofertę Kultury Gniewu stanowiło 15 komiksowych albumów[38]. Wszystkie publikacje tego wydawnictwa prezentowały wysoki poziom edytorski.

Warto także wspomnieć inne oficyny komiksowe, które funkcjonowały w latach 2000–2003, np. Wydawnictwo Twój Komiks, będące własnością warsztatu samochodowego Motopol, publikujące duże ilości popularnych frankofońskich komiksów z lat 70. i 80. (m.in. serię „Papyrus”); Wydawnictwo Graficon, w którego ofercie znalazł się m.in. magazyn „Arena Komiks”; Studio Domino odpowiadające za publikację czasopiśma „Znak/Znakomiks”.

Oficyny te, z wyjątkiem Twojego Komiksu, publikowały swoje komiksy w nakładach rzadko przekraczających 1000 egz.

Czasopiśmiennictwo komiksowe

Periodyki, których zasadniczy trzon stanowiły historie obrazkowe, na polskim rynku obecne były od 1989 r. W latach 90. ogół czasopism komiksowych dzielił się na dwa wyraźne segmenty. Pierwszą – obszerniejszą – grupę stanowiły periodyki na amerykańskich licencjach (np. „Batman”, „The Amazing Spider-man”, „X-men”, „Donald Duck”, „Mickey Mouse”). Ich wydawcami byli przeważnie TM-Semic i Egmont. Na drugą grupę składały się niskonakładowe polskie magazyny komiksowe (np. „AQQ”, „Krakers”, „KKK”, „Ziniol”). Czasopismom tym, mimo ich lokalnego i niemal undergroundowego charakteru, nie można było odmówić profesjonalizmu.

„Boom komiksowy” doprowadził do znacznych zmian w strukturze rynku periodycznych historii obrazkowych. W 2001 r. TM-Semic stracił resztę swych odbiorców. Wydawnictwo przekształciło się w Fun-Media w 2002 r.[39] Oficyna ta, mimo poprawienia jakości edytorskiej i wprowadzenia nowych tytułów (np. „The Ultimate Spider-man”), nie poradziła sobie na rynku. TM-Semic/Fun-Media zakończyło działalność w czerwcu 2003 r.[40]

Natomiast wydawcy polskich magazynów komiksowych, inspirowani sukcesem Egmontu, zdecydowali się zawalczyć o szersze grono odbiorców. Pierwszym krokiem w tym celu było zwiększenie nakładu (średnio z 200 do nawet 3000 egzemplarzy) i objętości magazynów[41]. Ponadto znaczną część czasopism zaczęły stanowić teksty o naukowym zacięciu.

Nowych odbiorców redakcje magazynów komiksowych próbowały pozyskać, wykorzystując te same kanały dystrybucji co Egmont. Niskonakładowe czasopisma komiksowe zaczęły gościć w salonach Empik, salonikach prasowych i księgarniach na terenie całego kraju, tam zgodnie z przewidywaniami ich wydawców zwróciły one uwagę odbiorców „Świata Komiksu”.

Między edytorami magazynów komiksowych nie dochodziło do większych konfliktów. Periodyki te reklamowały się wzajemnie (np. ogłoszenia o nowych numerach „AQQ” pojawiały się w „Świecie Komiksu” i odwrotnie). Równie często zdarzało się, że jeden magazyn po informację odsyłał do drugiego.

Sukces „Świata Komiksu” zainspirował także niektórych wydawców i twórców do uruchomienia nowych czasopism traktujących o historiach obrazkowych. Pod koniec 1999 r. ruszył „Produkt”. Redakcja tego czarno-białego magazynu mieściła się w mieszkaniu na poznańskim osiedlu Bonin wynajmowanym przez Michała „Śledzia” Śledzińskiego (redaktora naczelnego). Wydawcą magazynu był bydgoski Independent Press (Prasa Niezależna)[42].

Na kartach „Produkta” czytelnik mógł znaleźć pełen przekrój stylistyk komiksowych: od kreskówkowych prac duetu Leśniak-Skarżycki („Jeż Jerzy”), przez komiksy w konwencji buffo M. Śledzińskiego („Osiedle Swoboda”) i F. Myszkowskiego („Emilia, Tank & Profesor”), prymitywistyczne prace Bartosza i Tomasza Minkiewiczów („Wilq”)

i „Bizona” („Pokolenia. Saga gangsterska”) po surrealistyczne dzieła Piotra Kowalskiego i Rafała Gosienieckiego („Phantasmata”).

Utwory ekipy „Produktu” pełne były odniesień do polskiej codzienności (osiedlowej egzystencji młodych ludzi, bezrobocia, nałogów, religii i polityki) i kultury popularnej (muzyki, literatury, gwiazd kina i telewizji, a w szczególności rodzącej się w Polsce w tym okresie kultury celebrytów)[43].

W magazynie nie brakowało także stron poświęconych informacji i publicystyce komiksowej. Przyznać należy, że artykuły zamieszczane na łamach „Produktu”, choć pełne wulgaryzmów, był uczciwe i do bólu szczere.

Produkt Crew (ang. Załoga Produktu – tak nazywali siebie redaktorzy magazynu) zyskał uznanie miłośników graficznego medium, doprowadził również do wzmocnienia koniunktury na komiks polski, w szczególności ten satyryczny i społecznie zaangażowany.

Paradoksalnie to właśnie wzrost popularności komiksu polskiego przyczynił się do upadłości „Produktu”. Miłośnicy historii obrazkowych woleli, zamiast magazynu, zakupić „pełnometrażowe” albumy z pracami „producentów”. Wydawane były one własnym sumptem (np. „Wilq” braci Minkiewiczów) albo ukazywały się nakładem większych wydawców (np. Egmontu).

Poznański magazyn pogrążyła także rosnące koszty produkcji. Śledziński za wszelką cenę chciał zadowolić czytelników, dlatego stale zwiększał liczbę stron i jakość edycji magazynu. Dodatkowo część autorów publikujących w „Produkcie” zażądała od redakcji wypłacania wysokich honorariów (początkowo publikacja w magazynie była nieodpłatna)[44].

Warto wspomnieć, że Producenci próbowali swoich sił także w komiksie wysokoartystycznym. W marcu 2002 r. nakładem Independent Press ukazał się „P-Lux”. Początkowo magazyn ten miał nazywać się „D-Lux”, okazało się jednak, że prawa do takiego tytułu posiadało już inne wydawnictwo. Czasopismo to kosztowało 9,99 zł i liczyło 85 stron. „P-Lux”, ku zaskoczeniu Producentów, nie trafił w gust komiksowej publiczności. Magazyn zniknął z rynku po zaledwie dwóch numerach[45].

„Gwiezdne Wojny: Komiks” to kolejny interesujący periodyk, który – podobnie do „Produktu” – debiutował pod koniec 1999 r. Był to pierwszy franczyzowy magazyn Egmontu nieprzeznaczony dla dzieci. Poza promowaniem komiksu pod marką Star Wars, periodyk próbował przyjąć rolę przewodnika i oficjalnego informatora dla fanów „Gwiezdných Wojen”[46].

Wydawca liczył, że magazynowi w dotarciu do szerokiego grona odbiorców pomoże popularność „Mrocznego Widma” – debiutującej w tym samym czasie najnowszej części filmowej sagi Georga Lucasa. Okazało się jednak, że po „Gwiezdne Wojny: Komiks” sięgnęli jedynie zagorzali fani „Star Wars”. Magazyn zniknął z rynku po zaledwie 11 numerach w czerwcu 2000 r.

Najciekawsze nie znaczy najlepsze – w myśl tej zasady pośród przeanalizowanych magazynów komiksowych nie może zabraknąć „KRON-a: komiksu prawdziwych mężczyzn”. Periodyk ten zadebiutował na rynku w 1999 r. Funkcję redaktora naczelnego piastował Bogusław Polch (rysownik znany m.in. z „Funky-Kovala” tudzież komiksowej

adaptacji „Wiedźmina”). Magazyn współtworzyli także Skarżyski, Truściński i Leśniak. Pomimo znanych nazwisk komiksy zamieszczane w czasopiśmie prezentowały żenujący poziom graficzny i literacki[47].

Jednak to nie porażka wybitnych polskich „komiksiarzy” wyróżniała „KRON: komiks...”. O wiele bardziej interesujący był fakt, że ukazujący się w 60-tysięczny nakładzie, sprzedawany w cenie 4,50 zł, zaledwie szesnastostronicowy magazyn był de facto elementem kampanii reklamowej wódki KRON.

Próby ominięcia zakazu reklamowania alkoholu wysokoprocentowego były w owym czasie praktyką dość częstą, wystarczy choćby wspomnieć telewizyjne spoty „Łódka Bols” i „WTK Soplica”. Komiksovą reklamę wódki KRON wyróżniał fakt, że za dostęp do niej musiał zapłacić adresat. Do dziś nie wiadomo, czy kampania była udana. „KRON: komiks...” zniknął z rynku zaledwie po dwóch numerach[48].

Łącznie w latach 2000–2003 wydawanych było 9 niefranczyzowych, profesjonalnych czasopism komiksowych, z czego 5 publikowało wyłącznie komiksy polskie („Arena Komiks”, „P-Lux”, „Produkt”, „Znak/Znakomiks”), 3 głównie polskie („AQQ”, „KKK”, „Krakers”), dwa przeważnie zagraniczne („Świat Komiksu”, „MangaMix”). Warto zaznaczyć, że większość z wymienionych periodyków próbowała trafić do tego samego czytelnika.

Komiks dalekowschodni

W pierwszej fazie „boomu komiksowego”, w latach 2000-2001, za większość mang[49] wydanych w Polsce odpowiadali zaledwie dwaj wydawcy – Japonica Polonica Fantastica i Waneko (odpowiednio 69 i 21 pozycji). Pozostałe 2 albumy na japońskiej licencji, które ukazały się w owym czasie, opublikował TM-Semic.

W latach 2000–2001 w ofertach dwóch największych wydawców komiksu dalekowschodniego znajdowały się zarówno serie rozpoczęte w latach poprzednich, m.in. „Dr Slump”, „Akira”, „Cześć Michael!”, jak i zupełnie nowe: JPF np. „Dragon Ball”, „Hasło brzmi: Sailor V”, „Oh! My Goddess”, „X”; u Waneko np. „Tu detektyw Jeź”.

Warto zaznaczyć, że przez cały „komisowy boom” zmianie nie uległa polityka wydawnicza dwóch głównych edytorów mang. JPF nadal publikowało przede wszystkim komiksowe pierwowzory popularnych w Polsce japońskich seriali i filmów animowanych. Waneko natomiast skupiało się na tytułach doskonale znanych w Kraju Kwitnącej Wiśni, ale zupełnie obcych europejskiemu czytelnikowi[50].

Po 2001 r. rosnąca popularność mangi zwróciła uwagę polskich wydawców komiksu tradycyjnego. Na rynek dalekowschodnich historii obrazkowych pierwszy wkroczył Egmont. Edytor ten uruchomił Klub Mangi (KM), który w założeniu miał funkcjonować analogicznie do Klubu „Świata Komiksu”.

Pod szyldem KM w 2002 r. ukazało się 9, a rok później – 21 tomików. Na mangową ofertę Egmontu składały się m.in. obyczajowe serie dla dziewcząt np. „Brzoskwinia”; sensacyjno-komediowe mangi adresowane do dojrzałego czytelnika, np. „Gunsmith Cats”; cyberpunkowy thriller „Eden”; przygodowe serie dla młodzieży „Exaxxon: Bóg wojny” i „Kombinezon bojowy Gundam Wing”. Nabywcy mang Egmontu narzekali na

ich słabą edycję, przede wszystkim na brak obwoluty i kolorowych plansz, tani papier, a także zbyt ciemny druk[51].

Drugim wydawcą komiksu tradycyjnego, który zdecydował się wkroczyć na mangowy rynek była Mandragora. W 2003 r. dalekowschodnią ofertę tego edytora stanowił jeden tom z przygodami Usagiego Yojimbo[52] – antropomorficznego królika-samuraja, podróżującego przez siedemnastowieczną Japonię. Warto wyjaśnić, że tak naprawdę nie była to manga tylko amerykański komiks, który silnie trawestował japońskie tradycje rysunku i narracji. Podkreślić należy, że albumy z przygodami królika-samuraja ukazywały się również nakładem Klubu „Świata Komiksu”.

W 2003 r. wzrastające zainteresowanie historiami obrazkowymi, podobnie jak w przypadku rynku komiksu tradycyjnego, doprowadziło do powstania nowych oficyn. Były to Kasen Comics i Saisha. Pierwszy wydawca oferował przede wszystkim mangi wywodzące się z Korei, Chin i, co ważniejsze, Polski (np. „Squir” ze scenariuszem i rysunkami Tomasza Rozkoszy). Drugi edytor zakładał publikację japońskich komiksów Yaoi (homoseksualnych), np. „Cutlass - The times of Boys” autorstwa You Higuri.

Warto wspomnieć, że sporą część komiksów dalekowschodnich, które ukazywały się w Polsce należało czytać zgodnie z japońską regułą – od strony prawej do lewej.

W latach 2000-2003 ukazało się w Polsce w sumie 271 mang. Liderem tego segmentu niezaprzeczalnie było Wydawnictwo Japonica Polonica Fantastica. Edytor z Olecka odpowiadał za ok. 63% komiksów dalekowschodnich (172 albumy), które w omawianym okresie ukazały się w Polsce. Na kolejnych miejscach plasują się: Waneko, które wydało 61 tomów, Egmont z 30 mangami, Kasen z 4 oraz TM-Semic z 2. Natomiast Saisha i Mandragora w latach 2000–2003 opublikowały po 1 mangowym albumie[53].

Komiks dziecięcy

W czasie inwestycji w „Świat Komiksu” i Klub „Świata Komiksu” Egmont nie zaprzestał publikacji komiksów na licencji The Walt Disney Company.

„Kaczor Donald”, magazyn ukazujący się nieprzerwanie od 1994 r., funkcjonował przede wszystkim na rynku prasowym, dlatego w latach 2000–2003 okazał się o wiele bardziej podatny na kryzys tegoż niż pozostałe komiksowe publikacje Egmontu. Wydawnictwo, stojąc w obliczu dużego spadku wpływów ze sprzedaży tygodnika, zdecydowało się na podwyżkę jego ceny – z 3,95 na 4,5 zł. „Kaczor Donald” okazał się jednak tytułem o wysokiej elastyczności cenowej popytu. Wydawca nie wycofał się jednak z nowej, wyższej ceny tygodnika, zaczął natomiast ograniczać jego nakład – z 255 170 egz. w 1999 r. (sprzedaż – 175 897 egz.) do 109 073 egz. w 2004 r. (sprzedaż – 75 593 egz.)[54].

Ponowne zainteresowanie czytelników „Kaczorem Donaldem” zagwarantować miało dołączenie do niego atrakcyjniejszych gadżetów. Plakaty i tekturowe gry zostały zastąpione plastikowymi zabawkami. Takie rozwiązanie może sugerować, że, według danych dostępnych Wydawnictwu Egmont, głównym motywem zakupu „Kaczora Donald” był dołączony do niego prezent[55].

Kolejnym etapem „programu ratowania” tygodnika była modyfikacja jego wnętrza. Treść artykułów uległa znacznemu uproszczeniu, zniknęła krzyżówka z nagrodami.

Zmiany te nie spotkały się z ciepłym przyjęciem – padały oskarżenia o nadmierną infantyлизację czasopisma. Krytykowano także powtarzające się na łamach „Kaczora Donalda” komiksy[56]. Należy podkreślić, że za dyskusję na temat jakości „Kaczora Donalda” nie odpowiadali ani jego dziecięcy czytelnicy, ani ich rodzice, tylko środowisko fanów Disneya składające się głównie ze starszej młodzieży oraz osób pełnoletnich[57].

„Komiks Gigant”, drugi egmontowski periodyk z przygodami klasycznych bohaterów z Wytwórni Walta Disneya, ukazywał się do końca 2000 r. Numery ostatniej, piątej serii tego czasopisma sprzedawane były w cenie 7,50 zł. „Gigant”, jak w latach poprzednich, ukazywał się co miesiąc w formie 256-stronicowych tomików drukowanych offsetem.

W 2001 r. „Komiks Gigant” zastąpiono cyklem „Gigant Poleca”. Na wydrukowany wcześniej „KG” przyklejono logotyp z nowym tytułem i kodem kreskowym z ISBN. Od tego momentu każdy numer „Giganta” z punktu widzenia prawa był książką, w owych czasach zwolnioną z VAT. Poza statusem prawnym „Gigant Poleca” nie różnił się niczym od swojego poprzednika.

„Czarodziejki W.I.T.C.H.” to kolejna ważna publikacja, która debiutowała na rynku w czasie „boomu komiksowego”. Miesięcznik ten ukazywał się nakładem Wydawnictwa Egmont od 2002 r. Czasopismo skierowane było do dziewcząt w wieku 7–12 lat. Periodyk ten oparty był na disneyowskiej licencji opracowanej we Włoszech. Podstawową zawartość każdego numeru tego pisma stanowił komiks opowiadający o przygodach pięciu czarodziejek umiających władać żywiołami.

Oprócz historii obrazkowych w „Czarodziejkach: W.I.T.C.H.” publikowane były treści o charakterze poradnikowym. Nie brakowało również artykułów konstytuujących fandom Czarodziejek. Do każdego numeru miesięcznika dołączony był gadżet np. artykuły piśmiennicze, biżuteria, galanteria, karty tarota[58].

W 2000 r. szczególnie ciekawe posunięcie w dziecięcym segmencie rynku komiksowego wykonała Agora SA. Spółka z Czerskiej, stojąc w obliczu kryzysu gospodarczego na początku XXI w., przy pomocy historii obrazkowych skierowanych do dzieci próbowała uatrakcyjnić ofertę „Gazety Wyborczej”. 25 lutego 2000 r. zadebiutowało „Komiksowo” – bezpłatny dodatek do piątkowego wydania „GW”. W insercie tym zamieszczano m.in. komiksy z Kaczorem Donaldem, Myszką Miki oraz serię „Tymek i Mistrz” autorstwa duetu Leśniak – Skarżyski. Prócz funkcji rozrywkowej „Komiksowo” miało ogrywać rolę edukacyjną – w każdym numerze znajdował się jeden komiks w języku angielskim wraz z tłumaczeniem. Ponadto stałą kolumnę w „Komiksowie” miał Adam Wajrak, który publikował informacje o zwierzętach żyjących w Polsce[59].

Należy zaznaczyć, że w latach 2000–2003 właściwie jedyną konkurencją dla dominującej w segmencie komiksu dziecięcego oferty Egmontu, prócz „Komiksowa”, były: „Cartoon Network” – magazyn wydawany przez Polskie Media Amercom na licencji kanału telewizyjnego emitującego filmy i seriale animowane, „Mix Komiks” zamieszczający historie obrazkowe na podstawie popularnych seriali dziecięcych np. „Spiderman”, „Digimon”, „Zefir”, jego wydawcą była XXL Grupa Medialna.

Podsumowanie

W 2000 r. ukazało się w Polsce: 80 albumów komiksowych, 9 tytułów komiksów periodycznych, czyli 74 numery oraz 9 magazynów komiksowych – łącznie 27 numerów. Natomiast w 2001 r. liczba albumów wzrosła do 133, a zeszytów do 41. Opublikowano także 80 numerów czasopism komiksowych dla dzieci, a także 8 tytułów magazynów komiksowych – łącznie 32 numery[60]. Należy pamiętać, że wykazane przez autora dane mogą różnić się od faktycznej liczby komiksów opublikowanych w Polsce w latach 2000–2001.

Począwszy od 2002 r., na kanwie rosnącego zainteresowania komiksem, portale specjalistyczne zaczęły prowadzić statystyki wydawnicze. Do najdokładniejszych należą te przygotowane na potrzeby WRAK Komiksowej Agencji Informacyjnej przez Jarosława „Jarka Obważanka” Machałę.

Według danych, które zebrał „Obważanek”, w 2002 r. ukazało się w Polsce 445 wydawnictw komiksowych (288 albumów, 41 zeszytów, 82 numery komiksowych czasopism dla dzieci, 34 mangi), natomiast w 2003 r. opublikowano 520 historii obrazkowych (382 albumy, 34 zeszyty, 72 nr pism dziecięcych, 32 tomy komiksów dalekowschodnich) [61].

W sumie w latach 2000-2003 ukazało się w Polsce 1455 pozycji komiksowych, czyli prawie o jedną czwartą więcej niż w ciągu całych lat 90[62].

Gwałtownie rozwijający się rynek komiksowy szybko zauważyły media, szczególnie prasa opiniotwórcza. Na łamach „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Przekroju”, „Polityki” czy „Wprost” zaczęły pojawiać się artykuły poświęcone najciekawszym historiom obrazkowym. Rysownicy oraz scenarzyści komiksowi, polscy i zagraniczni, zaczęli być uznawani za pełnoprawnych twórców kultury. Wartość komiksu jako medium masowego dostrzegli także reklamodawcy. W prasie i telewizji zamieszczano reklamy w komiksowej formie i stylu.

Środowisko komiksowe przeważnie z entuzjazmem przyjmowało zainteresowanie komiksem. Potwierdza to m.in. wypowiedź Piotra Muszyca z warszawskiej księgarni komiksowej Centrum Komiksu: Jeszcze do niedawna na rynku ukazywało się tylko kilka nowych tytułów. Dziś czytelnik ma duży wybór i może znaleźć coś odpowiadającego jego oczekiwaniom[63].

Przyczyn sukcesu upatrywano także w rosnącej profesjonalizacji wydawnictw, odpowiednim doborze materiału i sumiennej pracy na rzecz popularyzacji komiksów. Tak opiniował np. Witold Tkaczyk z magazynu „AQQ”: Sekret nie tylko w tym, że zaczęto wydawać dobre komiksy. [...]To, że czytelnicy, media, wydawcy znów zainteresowali się taką literaturą, to efekt wieloletniej pracy twórców i organizatorów imprez: w Łodzi, Krakowie, Gdańsku, a także zasługa wydawców fanzinów (pism alternatywnych), w których komiks przetrwał chude lata[64].

Wydawcy utwierdzani przez media w przekonaniu, że publikacja komiksów jest opłacalna, podejmowali coraz śmielsze kroki. Gwałtownie zaczęły powstawać nowe oficyny. Mniej więcej w połowie komiksowego „boomu” pojawiły się jednak pierwsze głosy ostrzegające rozentuzjasmowanych komiksiarzy. W 2001 r. Michał Śledziński

z magazynu „Produkt” w rozkwicie komikсового rynku dostrzegł podobieństwo do „boomu wydawniczego” z początków lat 90. Śledziński ostrzegał także przed kryzysem gospodarczym: To, co się teraz wyprawia, przypomina boom komiksowy z początku lat 90. Miejmy nadzieję, że tym razem wydawnictwa się nie wykrwawią, jak to się wtedy przydarzyło. Bo to znów niedobry czas na wszelakie boomy. Mamy globalne ochłodzenie gospodarki, Japonia stoi na krawędzi kryzysu i takie tam... Ble[65].

W 2003 r. dr Wojciech Birek na łamach „Rzeczpospolitej” „komiksowy boom” określił mianem kłęski urodzaju: Komiks w Polsce przeżywa dziś nienotowany w historii boom wydawniczy. Co miesiąc ukazuje się u nas 20–30 nowych, efektownie wydanych tomów, wśród których coraz częściej pojawiają się dzieła polskich twórców. Ta komiksowa kłęska urodzaju, której rozmiary doprowadzają do rozpacz największych fanatyków gatunku – zakup wszystkich wydawanych w naszym kraju komiksów przerasta możliwości kieszeni średnio zamożnego czytelnika [66].

Natomiast Przemysław Wróbel (prezes wydawnictwa Mandragora) rezonował: »Komiksowy boom« w Polsce jest bardziej faktem medialnym niż rynkowym[67]. Zdaniem pesymistów „Kłątwa Marciniaka”[68] znowu miała o sobie dać znać. Brak jakichkolwiek badań rynku i preferencji czytelnicznych miały zaowocować znacznym niedoszacowaniem popytu na komiks. To z kolei miało wywołać rychłą falę bankructw wśród wydawców[69].

Jak się później okazało, to właśnie czarnowidze mieli rację – „boom komiksowy” był przede wszystkim boomem wydawniczym. Rok 2004 był dla polskiego rynku komiksowego czasem weryfikacji euforycznego stanu, w jakim znaleźli się wydawcy w dobie „boomu”. Wiele inicjatyw wydawniczych upadło (w 2003 r. było ich 46, w 2004 – 37). Pokładające wielkie nadzieje w publikacji historii obrazkowych duże domy prasy i książki, zmuszone były ograniczyć swoją działalność (np. Amber) bądź w ogóle wycofać się z komiksowego rynku (m.in. Siedmioróg, Muza, Podsiedlik-Raniowski i S-ka, Agora, która zakończyła publikację „Komiksowa”)[70].

Rok 2004 był ostatnim dla większości polskich magazynów komiksowych, z rynku zniknęły m.in. „AQQ”, „KKK”, „Produkt”, „Ziniol”, „Krakers”. Czasopisma te okazały się niewystarczająco konkurencyjne w stosunku do komiksów nieperiodycznych. W tym samym roku zaczęły się także problemy „Świata Komiksu” z utrzymaniem czytelników. To właśnie zbyt mała liczba odbiorców była przyczyną likwidacji tego magazynu w maju 2005 r. Krach czasopiśmiennictwa komiksowego mógł być spóźnionym objawem kryzysu polskiego rynku prasy w pierwszych latach XXI w.

Skurczenie się rynku komiksowego nie miało jednak wpływu na spadek jakości artystycznej publikowanych historii obrazkowych. Polscy edytorzy od 2004 r. zaczęli dostarczać więcej krajowych komiksów na wysokim poziomie – niejeden album został zauważony przez dziennikarzy spoza komiksowej branży (np. „Achtung Zelig! Druga Wojna” Krystiana Rosenberga i Krzysztofa Gawronkiewicza). W tym samym roku zakończyła się także era masowych reprintów peerelowskich historii obrazkowych[71].

W 2004 r. unormowała się w Polsce koniunktura na komiks, a tym samym wyznaczony został tok działania wydawców na kolejne lata.

Przypisy

- [1] Definicja została opracowana na podstawie następujących publikacji: Eisner, W. (1985), *Comics and Sequential Art*, Nowy Jork; McCloud, S. (1993), *Understanding comics*, Nowy Jork; Birek, W. (2004), *Główne problemy teorii komiksu*, Rzeszów.
- [2] Dokładnych informacji na temat historii komiksu na ziemiach polskich dostarczają opracowania: Rusek, A. (2001), *Tarzan, Matołek i inni: cykliczne historyjki obrazkowe w Polsce w latach 1919–1939*, Warszawa; tegoż (2009), *Krótką historia opowieści obrazkowych w Polsce Ludowej*, w: Słomka, M. (red.), 45–89 *Comics Behind The Iron Curtain*, Poznań, s. 30–41.
- [3] Rynek komiksowy zdefiniować można jako ogół stosunków wymiennych między kupującymi a sprzedającymi i dystrybuującymi komiksy oraz między wydawcami a reklamodawcami (definicja własna autora).
- [4] Autor proponuje zapoznać się z traktującymi o „boomie komiksowym”, fragmentami niezwykle interesujących prac, z którymi niniejszy tekst po trosze polemizuje i po części je uzupełnia: Ronek, H. (2004), *Komiks w Polsce w latach 1989-2003 i jego wartości edukacyjne*. Praca magisterska napisana pod kierunkiem dra R. Tarasiuka, Lublin, s. 43-59, dostępne na WWW: <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/ronek2004.pdf>, dostęp 15 listopada; Frąckiewicz, S. (2006), *Komiks w polskiej komunikacji społecznej po 1989 roku*. Praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. P. Czaplńskiego, Poznań, s. 23–32, dostępne na WWW: <http://www.zeszytykomiksowe.org/skladnica/frackiewicz2006.pdf>, dostęp 15 listopada 2010.
- [5] Źródło: Obliczenia własne autora.
- [6] Kołodziejczak, T. (1999), Wstęp, „Świat Komiksu”, nr 12, s. 2.
- [7] Tamże.
- [8] Wiśniewski, K., Kowalski, M., Ciecieląg, G. (2007), *Jestem czytaczem fabuł*, dostępne na WWW: <http://komiks.nast.pl/artukul/2771/1/Jestem-czytaczem-fabul-wywiad-zTomaszem-Kolodziejczakiem/>, dostęp 15 listopada 2010.
- [9] Kłóś, A (2001), Powrót wygnańców, „Gazeta Stołeczna”, nr 71, s. 9.
- [10] Zob. Cichoński, B. (1998), Ciągłe się odnawiać. Wywiad z G. Rosińskim, „Świat Komiksu”, nr 8, s. 56.
- [11] Źródło: Obliczenia własne.
- [12] Por. Ronek, H. (2004), *Komiks w Polsce ...*, s. 54–55.
- [13] Por. Frąckiewicz, S. (2006), *Komiks w komunikacji społecznej po 1989*, s. 23–24.
- [14] Zob. „Świat Komiksu”, nr 21–27.
- [15] Wiśniewski, K. (2009), 50 lat Asteriksa. Wywiad z Tomaszem Kołodziejczakiem, dostępne na WWW: <http://komiks.nast.pl/artukul/4423/50-lat-Asteriksa-wywiad-z-Tomaszem-Kolodziejczakiem/>, dostęp 17 listopada 2010.
- [16] Godlewski, K. (2005), *Komiks szuka środka*, „Gazeta Wyborcza”, nr 236, s. 28.
- [17] Orliński, W. (2003), *Koniec kłatwy Marciniaka*, „Gazeta Wyborcza”, nr 250, s. 4.
- [18] Por. Yakuz [pseud.] (2004), *Pytania do Twojego Komiksu*, dostępne na WWW: <http://komiks.nast.pl/artukul/725/Pytania-do-Twojego-Komiksu-odpowiada-Michal-Antosiewicz/>, dostęp 19 listopada 2010.
- [19] Obwarzanek, J. [pseud.] (2000), *Archiwum WRAK.pl*, dostępne na WWW: <http://www.wrak.pl/index.php?strona=arch03>, dostęp 20 listopada 2010.
- [20] Nurzyński, P. (2002), *Strzał w dziesiątkę*, dostępne na WWW: <http://www.esensja.pl/>

magazyn/2002/01/iso/10_90.html, dostęp 24 listopada 2010.

[21] Wejder, D. (2003), Amber, „KZ”, nr 21, dostępne na WWW: http://www.kazet.bial.pl/2003_09/amber.html, dostęp 24 listopada 2010.

[22] Zob. Cristin, P., Mezieres, J-C (2003), Valerian: Głębin Nowego Jorku, Warszawa; por. tychże (1990), Valerian: Miasto niespokojnych wód, „Komiks”, nr 4.

[23] Źródło: Obliczenia własne.

[24] Kowalski, M. (2006), Dokąd zmierza polski komiksowy rynek?, dostępne na WWW: <http://komiks.nast.pl/artukul/1095/Dokad-zmierza-polski-komiksowy-rynek/>, dostęp 28 listopada 2010.

[25] Wejder, D. (2003) Amber ...

[26] Zob. Zbych, A., Wiśniewski, M. (2001-2002), Kapitan Klos, cz. 1-20, Warszawa: MUZA SA; por. jw. (1971), Warszawa: Wydawnictwo Sport i Turystyka.

[27] Zob. Krupka, W., Polch, B. (2002), Kapitan Żbik, cz. 1-7, Warszawa: MUZA SA; por. jw. (1970-1975), Warszawa: Wydawnictwo Sport i Turystyka.

[28] Zob. Górny, A., Mostowicz, A., Polch B. (2003), Ekspedycja, t. 1 i 2, Warszawa: MUZA SA; por. jw. (1982-1990), cz. 1-7, Warszawa: Krajowa Agencja Wydawnicza.

[29] O nas – Redakcja Wydawnictwa Post, dostępne na WWW: <http://www.post.krakow.pl/index.php?site=8>, dostęp 2 grudnia 2010.

[30] Czubaj, M. (2001), Zagłada, myszy, świnię, „Polityka”, nr 17 (2295), s. 53.

[31] Zob. Tkaczyk, W. (2001), Maus. Recenzja powieści graficznej Arta Spiegelmana, „AQQ”, nr 4, s. 76; Wojtczuk, M. (2001), Myszy i ludzie, „Gazeta Stołeczna”, nr 90, s. 2; Masłoń K. (2001), Myszy i ludzie, „Rzeczpospolita”, nr 104, s. D4; Jastrzębski, J. (2001), Myszy i inne zwierzęta, „Tygodnik Powszechny”, nr 20, s. 20.

[32] Por. Ronek, H. (2004), Komiks w Polsce ..., s. 51–52.

[33] Tamże.

[34] Dokładniejszych informacji na temat polskich komiksów z wydawnictwa Mandragora należy poszukiwać w: Rusek, A. (2010), Leksykon polskich bohaterów i serii komiksowych, wyd. 2, Poznań.

[35] O wydawnictwie Mandragora, dostępne na WWW: <http://www.komiks.gildia.pl/wydawnictwa/mandragora>, dostęp 5 grudnia 2010.

[36] Pstrągowski, T. (2010), 10-lecie Kultury Gniewu, Komiksomania.pl, dostępne na WWW: <http://komiksomania.pl/publicystyka/10-lecie-kultury-gniewu-wywiad-z-szymonem-holcmanem.html>, dostęp 11 grudnia 2010.

[37] Tamże.

[38] Źródło: Badania własne.

[39] Wiśniewski, K. (2008), Ljc [pseud.] (2008), Wywiad z Marcinem Rusteckim, dostępne na WWW: <http://komiks.nast.pl/artukul/3224/1/Wywiad-z-Marcinem-Rusteckim/>, dostęp 12 grudnia 2010.

[40] Wróblewski, A. (2003), Bez zakończenia, „KZ”, nr 19, dostępne na WWW: http://www.kazet.bial.pl/2003_07/bez_zakonczenia.htm, dostęp 12 grudnia 2010.

[41] Zob. np. AQQ, nr 13 i 14; por. „AQQ”, nr 18.

[42] Tkaczyk, W. (2001), Jak się rodzi „Produkt”, „AQQ”, nr 23, s. 48.

[43] Orliński, W. (2011), Dekada w komiksie, „Gazeta Wyborcza”, nr 2, s. 14.

[44] Tkaczyk, W. (2001), Jak się rodzi ...

[45] O magazynie komiksowym „P-Lux”, dostępne na WWW: http://www.komiks.gildia.pl/prasa/p_lux, 13 grudnia 2010.

[46] O magazynie „Gwiazdne Wojny: Komiks”, Bastion Polskich Fanów Star Wars,

- dostępne na WWW: <http://www.gwiezdne-wojny.pl/tekst.php?nr=888>, 15 grudnia 2010.
- [47] Kron. Recenzja magazynu komiksowego „KRON”, „Produkt”, nr 2, s. 27.
- [48] Guzicki, D. (2004), Komiks w szponach reklamy, „Esensja”, nr 10, dostępne na WWW: http://www.esensja.pl/magazyn/2004/10/iso/09_32.html, dostęp 20 grudnia 2010.
- [49] Manga (za <http://wikipedia.pl>) – japoński komiks, który wyewoluował z połączenia ukiyo-e i wschodniego stylu rysowania, a swoją obecną formę przybrał krótko po II wojnie światowej. Manga jest drukowana głównie w czerni i bieli, nie licząc okładek i ewentualnie kilku pierwszych stron.
- [50] Skorek, M. (2002), Manga w Polsce. W kręgu problematyki różnic kulturowych, w: Skrzypczyk, K. (red.), Komiks w Polsce, a komiks Polski. Antologia referatów sympozjum komiksologicznego, Łódź, s. 17–18.
- [51] Por. GoNik [pseud.] (2006), Recenzja - Eden Tom, dostępne na WWW: <http://manga.tanuki.pl/strony/manga/33-eden/tomy/236/rec/64>, dostęp 28 grudnia 2010.
- [52] Zob. Sakai, S. (2003), Usagi Yojimbo: Ronin, Wrocław.
- [53] Źródło: Obliczenia własne.
- [54] Źródło: Wyniki badań ZKDP w latach 1999–2004.
- [55] Por. Mielczarek, T. (2006), Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006, Warszawa, s. 203.
- [56] Pytania i Odpowiedzi, Oficjalne forum Wydawnictwa Egmont, poz. 60, dostępne na WWW: <http://forum.nast.pl/viewtopic.php?t=4461>, dostęp 30 grudnia 2010.
- [57] Zob. <http://disneypolska.pl>, dostęp 30 grudnia 2010.
- [58] O magazynie „Czarodziejki W.I.T.C.H.”, dostępne na WWW: http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/nasze_czasopisma/art22.html, dostęp 4 stycznia 2011.
- [59] Por. Żukowski, T. (2004), „Komiksowo”, czyli kapitalizm od kołyski, „Zeszyty Komiksowe”, nr 2, s. 46–47.
- [60] Źródło: Obliczenia własne.
- [61] Obwarzanek, J. [pseud.] (2003), Posumowanie roku 2002, dostępne na WWW: http://wrak.pl/index.php3?strona=nowosci_2002, dostęp 7 stycznia 2011; tenże (2004), Podsumowanie roku 2003, dostępne na WWW: http://wrak.pl/index.php3?strona=nowosci_2003, dostęp 7 stycznia 2011.
- [62] Źródło: Obliczenia własne.
- [63] Cyt. za: Wojtczuk, M., Kłóś, A. (2002), Obrazkowy renesans, „Gazeta Stołeczna”, nr 88, s. 11.
- [64] Cyt. za: tamże.
- [65] Cyt. Śledziński, M. (2001), Czołem!, „Produkt”, nr 6, s. 2.
- [66] Cyt. Birek, W. (2003), Od Żbika do Thorgala, „Rzeczpospolita”, nr 57, s. A12.
- [67] Cyt. za: Godlewski, K., Komiks szuka ...
- [68] Swoisty paradygmat stworzony przez dra Tomasza Marciniaka głoszący, że komiks – medium kultury zachodniej – nie zyskał i nigdy nie zyska popularności w Polsce.
- [69] Yakuz [pseud.], Pytania do Twojego ...
- [70] Obwarzanek, J. [pseud.] (2005), Podsumowanie roku 2004, dostępne na WWW: http://wrak.pl/index.php3?strona=nowosci_2004, dostęp 15 stycznia 2011.
- [71] Tamże.