

KATEDRA DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

Mateusz Krzekotowski

nr albumu: 5819

**Club kids i amerykańskie subkultury przełomu XX i XXI wieku
„Project X” jako narzędzie projektowania tożsamości
członków nowojorskiej sceny klubowej**

Club kids and American Subcultures at the end of 20th
and the beginning of the 21st Century
„Project X” as a mean for designing the identity
of New York’s Club Scene

Praca doktorska napisana pod kierunkiem
dr hab. Moniki Worsowicz, prof. UŁ

Łódź 2024

Spis treści

WPROWADZENIE	5
1. TEORIA SYMBOLICZNEJ KONWERCENCJI – WPROWADZENIE DO BADANIA.....	11
1.1. Podstawowe założenia teorii	11
1.2. Symbole i symboliczne światy	16
1.3. SCT w paradygmacie narracyjnym i badaniach interakcji grupowych	18
1.4. Dramatyzacje i łańcuchy fantazji	21
1.5. Motywy i typy fantastyczne	22
1.6. SCT poza małymi społecznościami – wizja retoryczna	23
1.7. Cykl trwania wizji retorycznej	24
1.8. Wizja retoryczna – potencjał czasopism subkulturowych	27
2. MIEJSCE CLUB KIDS W BADANIACH AMERYKAŃSKICH TOŻSAMOŚCI NIENORMATYWNYCH (WYBRANE ZAGADNIENIA)	31
2.1. Znaczenie nienormatywności w badaniach club kids.....	31
2.2. <i>Queer</i> jako tożsamość subwersywna.....	33
2.3. Performans i subwersja: drag jako (anty)normatywny opór?	36
2.4. Rola mimikry w <i>Paris Is Burning</i>	38
2.5. Spotkanie subkultury balu i club kids – <i>The Love Ball</i> Susanne Bartsch	45
2.6. „The Cockettes” – subwersywny <i>drag</i> „dziwadła”	46
2.7. „Supergwiazdy” Andy’ego Warhola	50
2.8. Studio 54.....	53
2.9. „Śmierć śródmieścia”	55
2.10. Club kids – subkultura, postsubkultura czy (sub)kultura	58
2.11. <i>Dramatis personae</i> – Michael Alig, James St. James et al.	61
2.12. <i>Czynniki sankcjonujące</i> istnienie club kids – Rudolf Piper, Susanne Bartsch i Peter Gatien.....	63
2.13. Estetyka sceny i narkotyki	66
2.14. Publiczna linia fabularna – club kids w ramach normatywnych talk-shows	69

2.15.	Kłopoty club kids i film fabularny <i>Shampoo Horns</i>	73
2.16.	Morderstwo Andre „Angela” Melendeza	75
3.	„PROJECT X” JAKO NARZĘDZIE KREOWANIA TOŻSAMOŚCI CLUB KIDS	78
3.1.	Analiza materiału badawczego – wstęp do analizy zawartości „Project X”	78
3.2.	Jakościowa analiza multimodalna z wykorzystaniem zasad gramatyki wizualnej	81
3.3.	Proces ilościowej analizy komputerowej z wykorzystaniem programu MAXQDA Analytics Pro ..	89
3.3.1.	Klasyfikacja kodów formalnych w badaniu	91
3.3.2.	Klasyfikacja tekstów dziennikarskich w badaniu	92
3.3.2.1.	Styl (183)	98
3.3.2.2.	Muzyka (183)	99
3.3.2.3.	Club kids i życie nocne Ameryki (153)	100
3.3.2.4.	Rozrywka (78)	101
3.3.2.5.	Aktualności (ogólne) (60)	101
3.3.2.6.	Nowe media i sztuki wizualne (46)	101
3.3.2.7.	Polityka i sprawy społeczne (36)	101
3.3.2.8.	Kulinaria (22)	101
3.3.2.9.	Podróże (17)	102
3.3.2.10.	Sport (3)	102
3.3.3.	Klasyfikacja przekazów reklamowych w badaniu	103
3.3.4.	Wyniki ilościowej analizy powierzchni periodyku „Project X”	106
3.4.	Wyniki analizy jakościowej „Project X” – podstawowe informacje o funkcjonowaniu magazynu	112
3.4.1.	Redakcja „Project X”	112
3.4.2.	Geneza nazwy „Project X”	114
3.4.3.	Cykl wydawniczy „Project X”	117
3.4.4.	Cena i zasięg „Project X”	119
3.4.5.	Okładki „Project X” jako wstęp do zmieniającej się wizji retorycznej magazynu	120
3.4.6.	Fazy rozwoju „Project X” a obecność club kids	125
3.4.7.	„On Your Target Market, Get Set, Go!” – całkowita zmiana wizji retorycznej magazynu	128
3.5.	Klucz analityczny „Project X” dla analizy motywów i typów fantastycznych związanych z (sub)kulturą club kids	132
3.6.	„Project X” i nawiązania do (sub)kultury balu	133
3.7.	Modalna fantazja społeczna – „dziwadła” jako ofiary przemocy zewnątrzśrodowiskowej	137
3.8.	Motyw skandalu (przemoc wewnątrzśrodowiskowa)	143
3.9.	Saga retoryczna <i>celebrity</i>	150
3.9.1.	Motyw transformacji	150
3.9.2.	Motyw sukcesu i jego dwa oblicza	159
3.9.3.	Motyw przemijania	166
3.10.	Motyw powrotu do dzieciństwa	174
3.11.	Motyw techno-logicznej przyszłości	180

4. PODSUMOWANIE – „PROJECT X” JAKO TOŻSAMOŚĆ ROZBITA	187
ZAKOŃCZENIE – CLUB KIDS. NIEWYGODNY FRAGMENT QUEERUJĄCEJ HISTORII?	195
SPIS FOTOGRAFII, TABEL I WYKRESÓW	200
Fotografie	200
Tabele	201
Wykresy	201
BIBLIOGRAFIA.....	202
Project X	202
Literatura przedmiotu.....	203
Materiały wideo i audio	207
Pozostała netografia	209

WPROWADZENIE

Prezentowana dysertacja stanowi kontynuację badań podjętych przeze mnie podczas seminarium magisterskiego, którego efektem była obroniona w 2017 roku praca „Project X jako oficjalny periodyk amerykańskiego ruchu club kids^[1] – analiza zawartości czasopisma w kontekście historii subkultury”. Badania ograniczyłem wówczas do ogólnego omówienia tekstów czasopisma „Project X” (dalej zapisywane również skrótowo jako PX), w odniesieniu do historii club kids – grupy samostanowionych „dziwadła”, będących żywymi atrakcjami amerykańskich (zwłaszcza nowojorskich)² klubów nocnych na przełomie lat 80. i 90. XX wieku. W badaniu wyznaczyłem również trzy główne okresy rozwoju periodyku:

- jako medium nowojorskich club kids,
- jako międzynarodowego medium club kids,
- jako czasopisma młodzieżowego dedykowanego zwłaszcza modzie i muzyce tanecznej.

W podsumowaniu zaznaczyłem również, że badanie ma charakter pilotażowy i stwarza podstawy do dokładniejszej analizy magazynu w innych kontekstach:

W dalszych badaniach nad club kids i „Project X” można rozszerzyć analizę na inne fenomeny i subkultury, które były inspiracją dla ich przedstawicieli, jak brytyjscy Nowi Romantycy czy teatralna trupa The Coquettes z San Francisco. Warto też głębiej rozpatrzeć zależności pomiędzy drag queens, club kids, sceną balową i supergwiazdami Warhola³.

Ten fragment kreśli szerokie pole badawcze, jednocześnie nie odpowiadając na kluczowe pytania: co stanowiło esencję bycia club kid i dlaczego club kids porzucili w swoim oficjalnym magazynie tematykę związaną z działalnością grupy?

Na podstawie kwerendy dostępnych materiałów źródłowych wydaje się, że na przełomie lat 80. i 90. XX wieku przynależność do club kids była aspiracją wielu młodych, zmarginalizowanych amerykańskich jednostek, podobnie jak uczestnictwo w ich imprezach, zwłaszcza nielegalnych *outlaw parties*, stanowiących spontaniczne zgromadzenia w miejscach publicznych, w trakcie których club kids rozpoczynali zabawę, która trwała do czasu przyjazdu sił porządkowych.

¹ Niekiedy oba te człony zapisywane są również wielkimi literami jako Club Kids.

² Lokalne gałęzie club kids formowały się także w innych amerykańskich ośrodkach miejskich, takich jak np. Los Angeles czy Chicago.

³ M. Krzekotowski, *Project X jako oficjalny periodyk amerykańskiego ruchu club kids – analiza zawartości czasopisma w kontekście historii subkultury*, Uniwersytet Łódzki 2017, s. 42 (manuskrypt w posiadaniu autora).

O uniwersalnie negatywnym odbiorze działań grupy przesądziło brutalne zabójstwo Andre „Angela” Melendeza dokonane przez lidera club kids – Michaela Aliga i innego uczestnika subkultury – Roberta „Freeza” Riggsa⁴ w 1996 roku, co ukazało również, że inkluzywność club kids szukających poczucia przynależności i próbujących pozostać swoimi ekstrawaganckimi imprezowymi personami bez szkody dla osób postronnych była (przynajmniej pod koniec ich działalności) nieszczerą. Również dyskurs medialny dotyczący subkultury po zabójstwie w całości skupił się na sensacjonalizacji graficznych szczegółów morderstwa (często przy udziale samych ex-club kids) i ukazaniu ich działań jako kolejnego klubowego trendu, który ze względu na destruktywny wpływ narkotyków i alkoholu zakończył się tragedią.

Analiza „Project X” pokazuje jednak, że proces spadku zainteresowania club kids rozpoczął się około roku 1993, a więc trzy lata przed dokonaniem zbrodni. Co więcej, M. Alig publikował w rubryce „Club Rub” do 1995 roku informacje na temat swojego pogorszającego się stanu psycho-fizycznego związanego z uzależnieniem od narkotyków i alkoholu, nie otrzymując żadnego wsparcia ze strony innych osób redagujących czasopismo. W 1995 roku numery „Project X” zawierały wywiady z Liv Tyler, Millą Jovovich i próżno było szukać na ich kartach rozbudowanych odniesień do club kids, którzy rozprawdzali pierwsze numery magazynu w nowojorskich klubach Rudolfa Pipera – impresario klubowego, który ufundował analizowane w pracy wydawnictwo i jako pierwszy dostrzegł w club kids wyjątkowy potencjał rozrywkowy.

Do końca swojego funkcjonowania na rynku wydawniczym, „Project X” tworzony był przez redakcję składającą się z club kids, dlatego moim zdaniem jego teksty pozostają najbliższe wartościom, które chciała przekazać grupa. Okres prawie siedmiu lat, w trakcie którego wydanych zostało 37 numerów (lipiec 1988 – listopad/grudzień 1995), stanowi unikalny wgląd w subkulturę, pozwala odkryć jej założenia i cele oraz najbliżej przyjrzeć się czynnikom, które zadecydowały o porzuceniu grupy na rzecz kolejnych amerykańskich trendów kończącego się milenium – w tym muzyki techno oraz fascynacji rodzącą się cyfrową rzeczywistością.

W celu odtworzenia historii club kids, poznania ich wartości i motywacji za pomocą „Project X”, odwołuję się do zapomnianej i niszowo omawianej w polskim

⁴ Nowe świadectwa potwierdzają też, że w momencie zabójstwa, do którego doszło na początku 1996 roku w nowojorskim apartamencie obecny był również Daniel Auster. Większość narracji pomija jednak ten fakt. Zob. M. Musto, *Source comes forward with shocking new claims about infamous 'Club Kid' murder*, <https://www.queerty.com/source-comes-forward-shocking-new-claims-infamous-club-kid-murder-20220705> [dostęp: 23.11.2023].

dyskursie badawczym teorii symbolicznej konwergencji (dalej zapisywane również skrótowcem *SCT* od ang. *Symbolic Convergence Theory*) stworzonej przez amerykańskiego teoretyka komunikacji Ernesta G. Bormanna, która pozwala spojrzeć na uczestnictwo grupowe jako na zbiorową fantazję, tworzącą na nowo świat działań połączonych jednostek. Jak pisze autor w jednym ze swoich artykułów:

W starciu z krajobrazem wielkich wydarzeń i pozornie niezmiennych sił społeczeństwa i natury jednostka może czuć się zagubiona i odarta z nadziei. Jednym z mechanizmów radzenia sobie z takim stanem jest śnienie osobistej fantazji, która zapewnia poczucie znaczenia i sensu [życia – M.K.] jednostce oraz pomaga jej schronić się przed naporem naturalnych zagrożeń i społecznych klęsk. Kultura grupy generowana przez łańcuchy fantazji spełnia dla jej członków podobną funkcję, lecz często oddziałuje silniej ze względu na moc presji wywieranej przez grupę i wspierające ciepło podobnie usposobionych towarzyszy/towarzyszek⁵.

Zgodnie z założeniami teorii symbolicznej konwergencji, motywy fantastyczne (silnie nacechowane emocjonalnie scenariusze wydarzeń) oraz typy fantastyczne (personifikacje danych idei i wartości) łączą się w łańcuchy fantazji, tworząc wizję retoryczną, z którą zaczynają utożsamiać się jednostki. Każda wizja wpisana jest w pięciostopniowy cykl obejmujący proces kreowania, podtrzymywania, a w końcu spadku fantastycznej świadomości. Zatem przyjrzenie się treściom „Project X” jest w tym przypadku analizą szeregu fantazji, które tworzą tożsamość grupy.

Z kolei w celu zrozumienia wagi myślenia fantastycznego wśród club kids kluczowe wydaje się zrozumienie dwóch anglojęzycznych słów. Pierwszym z nich jest *freak* (‘dziwadło’) – termin pojawiający się wielokrotnie przy opisie subkultury club kids. Słowo kojarzy się w pierwszej kolejności niechlubną tradycję marginalizacji grup i jednostek posiadających nienormatywne ciała, jak w przypadku obwoźnych cyrków i kunstkamer, w których ukazywane były one za opłatą ciekawskim widzom, jednakże dla club kids stanowiło ono symbol dumy, co jest wynikiem „odzyskania” tego terminu w latach 60. XX wieku za sprawą kalifornijskiej gałęzi ruchu hipisowskiego, zwłaszcza jednej z komun stanowiącej wędrowną trupę teatralnych „dziwadła” – The Cockettes, używającą motywów cyrkowego karnawału i gabinetu osobliwości w swoich przedstawieniach. Koniec działalności The Cockettes naznaczony został przez fiasko, jakiego ich rewia doświadczyła podczas pokazu w Nowym Jorku – mieście, które kojarzone jest z początkiem queerującej rewolucji za sprawą buntu klubu Stonewall Inn w 1969 roku.

⁵ E.G. Bormann, *Small Group Communication. Theory and Practice. Third Edition*, Wydawnictwo Harper & Row, Nowy Jork 1990, s. 117 (wszystkie tłumaczenia na potrzeby pracy, o ile nie zaznaczono inaczej, wykonał autor).

Freak jest pokrewne drugiemu kluczowemu angielskiemu terminowi – *queer*, który oznacza tyle, co ‘dziwny / dziwna / dziwne’, jest więc hiperonimem mieszczącym w sobie wszystko, co można przeciwstawić obowiązującej normie społecznej. W pracy to słowo łączy się bezpośrednio z marginalizacją ze względu na orientację seksualną i tożsamość płciową, ponieważ większość osób należących do club kids (podobnie jak do The Cockettes) reprezentowała również mniejszości LGBT+⁶. W przypadku marginalizacji ze względu na tak podwójnie rozumianą „odmienność” fantazja jest moim zdaniem kluczowym elementem umożliwiającym przetrwanie w normatywnym świecie, co pokazują omawiane w pracy połączone z club kids przykłady grup nienormatywnych.

Najstarsza z nich – subkultura balu (która, jak wskazują źródła, mogła mieć swoje początki już w XIX-wiecznej „pożłacanej epoce”) – składała się głównie z mniejszości latynoskiej i czarnej ulokowanych w północnej części Manhattanu – Harlemie. Przy omawianiu tej społeczności znaczenie terminu „queer” powinno zostać rozszerzone na odmienność etniczną i związaną z nią dyskryminację. Bale były całonocnymi wydarzeniami, w trakcie których oceniane było nie tylko piękno *dragu* – przebrania, ale także performatywna „prawdziwość” w realizowaniu wytworzonej grupowo fantazji związanej z wzorcami białej Ameryki. Ta mimikra spełniała funkcję swoistego konkursu piękności i przekładała się bezpośrednio na bezpieczeństwo osób nienormatywnych (np. transpłciowych) w mieście. Najślynniejszy dokument ukazujący życie subkultury – *Paris Is Burning*⁷ wprowadza w realia bali w latach 80., gdy dochodziło do jej spotkań z club kids, czego dowody znaleźć można również na kartach „Project X”. Balowicze, zainspirowani byli kulturą *celebrity*, zaś dla club kids jej wzorce stanowiło Studio 54 oraz filozofia Andy’ego Warhola i jego „supergwiazd”, w myśl której sława jest dostępna dla każdego, wystarczy jedynie skupić na sobie uwagę na tyle długo, aby zapaść w pamięć.

Korzystając z dorobku innych grup i zjawisk popkultury amerykańskiej, club kids zaczęli organizować i promować imprezy ze swoim udziałem, również tworząc całonocne *extravaganzy*, w trakcie których stawali się kimś w rodzaju klaunów-celebrytów. Perswazyjna moc fantazji, podobnie jak w przypadku innych grup odmiennych, pełniła kluczową rolę, gdyż utwierdzała ich w przekonaniu, że są nowymi, bajecznymi

⁶ LGBT+, wraz z jego wariantami, np. popularnym LGBTQ lub LGBTQ+ to akronim, gdzie kolejne litery wspólnego trzonu LGBT oznaczają lesbijki, gejów, osoby biseksualne i transpłciowe. Litera „Q” oznacza osoby *queer* – o odmiennej orientacji seksualnej i/lub tożsamości płciowej lub je kwestionujące (ang. *questioning*). Znak „+” pełni natomiast funkcję dodatkowej symbolicznej reprezentacji spektrum orientacji seksualnych, tożsamości płciowych oraz grup, które znalazły się poza skrótami literowymi (np. osób wspierających równouprawnienie, marginalizowanych).

⁷ *Paris Is Burning*, reż. Jennie Livingston, USA 1990.

(ang. *fabulous*) i skandalizującymi (ang. *outrageous*) bytami nowojorskiej krainy klubów. Niestety, karykaturalne stroje, fryzury, makijaż i sposób bycia stały się również narzędziem dla bardziej doświadczonych promotorów i właścicieli klubów, kapitalizujących odmienność club kids na rzecz dochodów z ich własnych biznesów, co ponownie przywołuje na myśl zarządzających gabinetami osobliwości, którzy jednocześnie zarabiając na swoich „dziwadłach”, mogli pozycjonować się po stronie normatywnego („lepszego”) świata. Najbardziej znani z club kids otrzymywali nie tylko zapłatę za organizację i promocję imprez ze swoim udziałem, mogli również liczyć na takie imprezowe benefity, jak dostęp do darmowego alkoholu i narkotyków oraz celebrację na kartach „Project X”.

Bezpośrednie relacje z grupami spoza kontynentu a innymi niż normatywni raverzy⁸ pozostają niejasne w świetle dostępnych materiałów źródłowych. Istotnym przykładem jest brytyjska formacja *blitz kids*, która zapoczątkowała ruch noworomantyczny. The Blitz był klubem, w którym pod koniec lat 70. znudzona punkowym nihilizmem i zainspirowana futurystycznymi stylizacjami Davida Bowiego młodzież wykreowała dla siebie alternatywną przestrzeń – pełną często tworzonych własnoręcznie teatralnych strojów i graficznego, neonowego makijażu. Wśród uczestniczących w zabawach klubu Blitz znalazły się osoby uczęszczające do prestiżowej uczelni dla projektujących modę – Saint Martins College of Art and Design (obecnie Central Saint Martins na University of the Arts London) lub androginiczni artyści muzyczni, jak Boy George, Marilyn czy Steve Strange z zespołu Visage⁹. Podobnie do M. Aliga, S. Strange pełnił funkcję klubowego selekcjonera i jest wymieniany jako naczelnny blitz kid¹⁰. Sama nazwa „club kids” może być również rozpatrywana jako ogólna i zamerykanizowana wersja blitz kids, gdzie elementem charakterystycznym (i kontrowersyjnym) dla kultury brytyjskiej jest słowo „blitz”, które nawiązuje do ciężkich bombardowań, jakie spotkały Wielką Brytanię podczas II wojny światowej¹¹. Inne osobowości związane z blitz kids, jak np. Tasty Tim czy awangardowy performer Leigh Bowery, pojawiają się nawet na łamach „Project X”, ale nigdy w kontekście nawiązań do blitz kids, a z drugiej strony, materiały dotyczące blitz kids nie wskazują club kids jako ich następców. Upadek sceny blitz miał związek (podobnie jak w przypadku club

⁸ Rave to wydarzenie muzyczne związane z niektórymi formami muzyki tanecznej – np. techno. Większość rave’ów, podobnie jak “outlaw parties” organizowana była nielegalnie.

⁹ Zob. D. Johnson, *Spandau Ballet, the Blitz kids and the birth of the New Romantics*, <https://www.theguardian.com/music/2009/oct/04/spandau-ballet-new-romantics> [dostęp: 1.09.2020].

¹⁰ *The Blitz Kids Documentary* (2005), <https://vimeo.com/119569896> [dostęp: 1.09.2020].

¹¹ BBC, *WW2: Eight months of Blitz terror*, <https://www.bbc.co.uk/teach/the-blitz-eight-months-of-terror/z7dyxyc> [dostęp: 1.09.2020].

kids) z nasilającym się uzależnieniem od narkotyków. Innym powodem była inkorporacja subkultury do świadomości masowej, co odbyło się najpierw poprzez migrację dawniej awangardowych projektów na wybiegi projektantów, a później do tak popularnych brytyjskich sieci odzieżowych, jak Top Shop¹².

Zaczynając od przybliżenia podstawowych założeń teorii symbolicznej konwergencji, w następnej kolejności elementów teorii queer przydatnych w badaniu i osadzenia historii wybranych amerykańskich grup odmieńczych pomiędzy club kids, praca koncentruje się w drugiej części na analizie periodyku „Project X”. Podstawę metodologiczną badań stanowi analiza zawartości z wykorzystaniem komputerowego programu MAXQDA Analytics Pro, który zapewnił najlepszy sposób pracy z materiałem źródłowym – kompletem 37 numerów czasopisma „Project X” dostępnych jedynie w wersji cyfrowej. Program umożliwił również precyzyjne grupowanie i analizę powierzchni, jaką stanowiły poszczególne koncentry tematyczne wraz z rozwojem PX, wskazanie jej zmian oraz określenie stosunku przekazów reklamowych do treści dziennikarskich, co jest istotne, biorąc pod uwagę, że medium w dużej części służyło też promocji wydarzeń związanych z club kids. Wyselekcjonowane teksty dotyczące club kids zostały z kolei poddane pogłębionej analizie multimodalnej – ze względu na dominację kodu wizualnego. Opierając się na koncepcji gramatyki wizualnej opracowanej przez Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena, przeanalizowałem poszczególne płaszczyzny wizualne, aby odtworzyć linie narracyjne widoczne w PX i ustalić na ich podstawie motywy oraz typy fantastyczne towarzyszące club kids. Wnioski z badania opisuję w ostatnim rozdziale pracy, kończąc refleksją nad miejscem club kids we współczesnej historii społeczności LGBT+ oraz możliwościami jej kapitalizacji przez studio produkcyjne World of Wonder (dalej zapisywane również jako WoW) produkujące popularny w ostatnim czasie w Polsce program telewizyjny *RuPaul’s Drag Race* (dalej zapisywane również jako *RPDR*).

Praca, która w moim przekonaniu będzie niosła przede wszystkim walor poznawczy dotyczący kolejnego spektrum odmienności, wychodzi naprzeciw zainteresowaniom współczesną queerującą kulturą amerykańską oraz wypełnia lukę – zgodnie z założeniami SCT – w postrzeganiu życia jako wielopłaszczyznowej fantazji śnionej na kanwie rzeczywistości.

¹² *Blitzed! The 80s Blitz Kids Story*, reż. Bruce Ashley, Michael Donald, Wielka Brytania, 2020.

1. TEORIA SYMBOLICZNEJ KONWERCENCJI – WPROWADZENIE DO BADANIA

1.1. Podstawowe założenia teorii

Poniższe badanie „Project X” wpisuje się w nurt badań komunikologicznych ze względu na rolę periodyku w budowaniu komunikacji grupowej w pierwszej fazie jego działalności, a następnie międzygrupowej – kiedy slogan pisma głosił: „Twój światowy przewodnik do sceny jutra” (ang. *Your global guide to tomorrow's scene*). Za Bogusławą Dobek-Ostrowską rozumiem komunikowanie grupowe jako wykształcone przez „życie jednostki w grupie, np. w rodzinie, plemieniu, etc.”¹³, a międzygrupowe – jako komunikowanie „dużych liczebnie grup, w których nie wszyscy członkowie mają osobiste, bezpośrednie styczności”¹⁴. Słowo „światowy” konotuje zaś wykraczanie poza jedną, konkretną społeczność, natomiast „scena” (termin, który wyjaśniam podczas definiowania zjawiska subkultury) – publiczność znacznie węższą niż masowa i mniej sformalizowaną niż w przypadku komunikowania instytucjonalnego.

Historia badań nad komunikowaniem grupowym kojarzona jest często z amerykańskimi badaniami komunikologicznymi, w których doświadczenie empiryczne (rozumiane głównie jako obserwacja grupowa i analiza jej wyników) pozwala na budowanie ram teoretycznych, w przeciwieństwie do próby stworzenia uniwersalistycznej „socjologii wiedzy” kojarzonej z ośrodkami europejskimi¹⁵. Jednakże to myśli niemieckich badaczy takich jak Kurt Lewin czy Kurt Ranke zostały wykorzystane bezpośrednio w badaniach Roberta Balesa i Ernesta G. Bormanna, którego teoria określana jako „symboliczna konwergencja”, stała się kluczem analitycznym w poniższym badaniu.

Wybór teorii symbolicznej konwergencji podyktowany był chęcią znalezienia naukowego odwzorowania sposobu myślenia subkultury club kids, w której granice rzeczywistości pozostawały zatarte na korzyść myślenia fantastycznego, rozumianego tutaj jako zjawisko poznawcze, w którym jednostki wierzą, że ich sposób myślenia lub działania

¹³ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1999, s. 18.

¹⁴ Tamże, s. 19.

¹⁵ B. Dobek-Ostrowska, *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 14.

ma moc wpływania na bieg zdarzeń lub ich wynik w sposób wykraczający poza to, co jest logicznie prawdopodobne. Obiegowo takie działanie można określić jako „zaklinanie rzeczywistości” i tak jak myślenie fantastyczne, często odwołuje się do opinii, przesądów i folkloru.

E.G. Bormann sugeruje, że w procesie interakcji grupowych osoby o podobnym światopoglądzie mogą łączyć się wokół wspólnych symboli, idei i mitów (pojęcia te wyjaśniam w dalszej części rozdziału). W rezultacie grupa może ukształtować wspólny świat, który jest zrozumiały tylko dla osób w nim uczestniczących. W tym kontekście club kids mogą być postrzegani jako grupa ludzi, którzy skoncentrowali się wokół wspólnych idei związanych z ich subkulturą: kolorowych, futurystycznych strojów i dekoracji, popkultury amerykańskiej, a także idei wolności i niczym nieograniczonej jej eksploracji. Ten wspólny świat może być niezrozumiały dla osób niebędących club kids, zwłaszcza że w centrum działalności subkultury znajduje się narracja brutalnego morderstwa, ale dla tych, którzy przetrwali tzw. „dyskotekową rzeź”¹⁶, stanowi nadal ważną część ich spuścizny¹⁷.

Główna hipoteza badawcza zakłada zatem, iż analiza treści periodyku „Project X” przy użyciu klucza teorii symbolicznej konwergencji pozwoli na odwzorowanie powstania i implozji tej grupy. Ze względu na fakt, iż analizowane czasopismo tworzone było przez club kids, zawiera ono w mojej opinii najdokładniejsze odwzorowanie tego, co osoby uczestniczące przekazywały społeczeństwu amerykańskiemu i w jaki sposób próbowały zachęcić je do przyłączenia się do działań club kids. E.G. Bormann wraz ze swoimi uczniami – Johnem F. Craganem oraz Donaldem C. Shieldsem – określili pięciostopniowy cykl trwania takiego procesu (wizji retorycznej) obejmujący kreację, wzrost, podtrzymywanie, schyłek, a w końcu brak fantastycznej świadomości¹⁸. To skłania do postawienia kolejnej hipotezy, iż usystematyzowane budowanie wizji retorycznej dotyczącej club kids rozpoczyna się wraz z wydaniem pierwszego numeru czasopisma w 1988 roku¹⁹, natomiast kończy się wraz z ostatnim numerem periodyku, opublikowanym kilka miesięcy przed zabójstwem dokonany na dilerze narkotykowym Andre „Angelu” Melendzie w 1996 roku. Ostatnia hipoteza dotycząca cyklu trwania wizji retorycznej zakłada, iż spadek

¹⁶ Obiegowa nazwa zdarzenia zaczerpnięta ze świadectwa jednego z club kids – Jamesa St. Jamesa – książki o tym samym tytule.

¹⁷ Jedną z prób unieważnienia negatywnych konotacji związanych z działalnością subkultury był album fotograficzny koncentrujący się na działalności artystycznej club kids. Zob. *James St. James Exclusive Interview with Walt Cassidy*, <https://www.youtube.com/watch?v=-l2O7uLEnrY> [dostęp: 13.03.2023].

¹⁸ E.G. Bormann, J.F. Cragan i D.C. Shields, *An Expansion of the Rhetorical Vision Component of the Symbolic Convergence Theory: The Cold War Paradigm Case*, „Communication Monographs” 1996, issue 63(1), DOI: 10.1080/03637759609376371.

¹⁹ Project X, nr 1.pdf, s. 1.

(określony w pracy jako schyłek) świadomości dotyczącej club kids widoczny jest na kartach „Project X” wraz ze zmianą profilu czasopisma przez redaktorkę naczelną Julie Jewels na rzecz magazynu stylowo-muzycznego.

Poza próbą odwzorowania cyklu wizji retorycznej celem pracy staje się również wskazanie motywów i typów fantastycznych według teorii symbolicznej konwergencji oraz umieszczenie dramatyzacji projektowanych przez club kids w szerszym kontekście amerykańskich kultur społeczności nienormatywnych (*queerowych*). W przyjętym ujęciu naukowym teksty magazynu wskazują, w jaki sposób osoby uczestniczące w grupie tworzyły i propagowały wspólną wizję rzeczywistości. Oznacza to zatem, iż większość przekazów „Project X” charakteryzuje **komunikowanie perswazyjne**, które rozumiem w poniższej pracy jako:

[...] kompleksowy, interaktywny proces, w którym nadawca i odbiorca są połączeni werbalnymi i niewerbalnymi symbolami, poprzez które perswadujący próbuje wpłynąć na drugą osobę po to, aby zmienić jej reakcje, zachowania, ukształtować nowe postawy lub zmodyfikować już istniejące i sprowokować do akcji/działania²⁰.

Wpływanie na dynamikę procesów grupowych oraz utrzymywanie przy życiu pewnej wizji świata odzwierciedla paradygmat narracyjny, do którego przypisana jest teoria symbolicznej konwergencji. Zakłada on, iż opowieści pełnią najważniejszą rolę w życiu człowieka. Wraz z topiką życia jako formy snu czy fantastycznego urojenia SCT pozwala odkryć szczególny rodzaj performansu nienormatywnego club kids, podjętego przez jednostki nie tylko marginalizowane społecznie, ale też odmienne wewnątrz społeczności LGBT+, dla których ucieczka w świat fantazji stanowiła jedyny sposób przetrwania w odmiennym systemie wartości, niż ten narzucony im przez inne grupy.

Przed przystąpieniem do wyjaśnienia teorii warto zaznaczyć, iż obecnie (2024 rok) badania E.G. Bormanna nie są ogólnodostępne. Wprawdzie współczesne podręczniki sytują teorię jako wartościową metodę krytyki retorycznej oraz narzędzie usprawniania komunikacji grupowej²¹, jednak wykorzystują jej terminologię w znacznie bardziej ograniczonym zakresie, niż używał jej autor i jego uczniowie, co może być związane z jej polaryzującym odbiorem w środowiskach akademickich. Dla przykładu *The Force of Fantasy: Restoring the American Dream* – książka, która mogłaby zostać uznana za *opus magnum* badań nad symboliczną konwergencją, nie doczekała się wznowień, a jej

²⁰ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania...*, s. 33.

²¹ Zob. B.R. Bates, C.M. Condit, *Rhetorical Methods of Applied Communication Scholarship*, [w:] *Routledge Handbook of Applied Communication Research*, red. L.R. Frey, K.N. Cissna, Routledge, Nowy Jork 2009, s. 116–117.

pojedyncze egzemplarze są trudno dostępne dla czytelnika znajdującego się poza Stanami Zjednoczonymi. W publikacji E.G. Bormann bada amerykański dyskurs oratorski od czasów purytańskich (połowa XVII w.) do okresu wojny secesyjnej (1861–1865), próbując dowieść, iż łączącą je narracją było oczyszczenie przez odrodzenie za pomocą stylu komunikacyjnego romantycznego pragmatyzmu²². W zachowanej recenzji książki, pomimo wskazania na wartość pracy, pojawiają się zarzuty stawiane koncepcji E.G. Bormanna, co może być powodem jej nieobecności w dominującym dyskursie badawczym. Najważniejsza wątpliwość dotyczy wprowadzania skomplikowanego języka do ideowo oczywistych założeń teorii oraz dodatkowe zaciemnianie ich nowym nazewnictwem²³.

Szczegółową historię krytycyzmu SCT przytacza Joshua Gunn, który podsumowuje opinie na temat teorii autorstwa jednego z jej bardziej zagorzałych krytyków – G.P. Mohrmanna. Wspomniany badacz twierdził, iż: „(1) symboliczna konwergencja wyważa otwarte drzwi, (2) brakuje jej rygoru, a jej metody stosują szablonowy lub odtwórczy krytycyzm i (3) teoria jest oparta na dorobku freudowskim, jest zatem wewnętrznie sprzeczna”²⁴. G.P. Mohrmann przypisuje SCT do dorobku psychoanalizy, gdyż wywodzi się ona z badań zwolennika myśli freudowskiej – R. Balesa (szerzej o kategoriach opracowanych przez R. Balesa piszę w dalszej części rozdziału). J. Gunn wyjaśnia problematyczność tej spuścizny w następujący sposób:

[...] znajomość i umiejętność opisywania fantazji nie oznacza, że ktoś może przewidzieć zachowanie lub odgórną motywację jednostki. Dla Freuda osobiste sny były mylącymi zniekształceniami pragnień i żądy ukrytych w poziomie nieświadomości; zatem motyw lub źródło fantazji grupowej nie może zostać poznane na podstawie powierzchownych tekstów i pozornych fantazji. [...] Dla Mohrmanna, krytyka retoryczna w dialekcie fantazji stała się opisowym przedsięwzięciem, które nie prowadzi donikąd, podobnie jak podekscytowany i „lekkomyślny” kowboj jeżdżący na „koniku na patyku”²⁵.

Sam E.G. Bormann kategoricznie zaprzeczył, iż czerpał z dorobku Sigmunda Freuda, wskazując, że stosowanie języka psychoanalizy komplikowałoby teorię, która miała stanowić ogólny sposób myślenia o komunikowaniu grupowym²⁶, co z kolei pozwala ustalić wspólny punkt wyjścia – zwłaszcza dla osób badających przekazy retoryczne na poziomie

²² S.E. Lucas, *Reviewed Work(s): The Force of Fantasy: Restoring the American Dream by Ernest Bormann*, “Rhetoric Society Quarterly” 1986, Vol. 16, No. 3, Summer, <https://www.jstor.org/stable/3885719> [dostęp: 24.05.2022], s. 199.

²³ Tamże, s. 202–203.

²⁴ J. Gunn, *Refiguring Fantasy: Imagination and Its Decline in U.S. Rhetorical Studies*, “Quarterly Journal of Speech” 2003, Vol. 89, No. 1, February, DOI: 10.1080/00335630308168, s. 50.

²⁵ Tamże, s. 50 (wszystkie tłumaczenia na potrzeby pracy, o ile nie zaznaczono inaczej, zostały wykonane przez autora).

²⁶ E.G. Bormann, *Fantasy & Rhetorical Vision. Ten Years Later*, “Quarterly Journal of Speech” 1982, Vol. 68, No. 3, s. 293.

nieprofesjonalnym²⁷, np. przez studentów pierwszych roczników uniwersyteckich, gdzie np. analiza mitów R. Barthesa czy dramatyczna pentada Kennetha Burke’a, do której nawiązuje SCT, zakładają wysoki stopień kompetencji kulturoznawczych osoby zarówno zgłębiającej dzieła autorów, jak i prowadzącej w dalszej kolejności własne analizy.

Niestety, wspomniane zarzuty dotyczące nieuporządkowania aparatu terminologicznego pojawiają się również w wykorzystywanych w pracy tekstach. Dla przykładu, artykuł omawiający cykl wizji retorycznej – *An Expansion of the Rhetorical Vision Component of the Symbolic Convergence Theory: The Cold War Paradigm Case* zawiera informację o przyporządkowaniu wizji retorycznych do czterech skali: czysta – mieszana, skryta – ekspansywna, elastyczna – nieelastyczna, zdrowa – paranoiczna²⁸. Znaczenie tych pojęć nie jest szczegółowo wyjaśnione, chociaż łączy się bezpośrednio z tematyką tekstu. Wyznaczenie tak szerokiej ścieżki interpretacji jest z jednej strony otwarciem na interpretujących retoryki danego przekazu, ale jak zauważa przychylny teorii Em Griffin, sprawia, że problemem SCT jest ogólność uniemożliwiająca znalezienie konkretnego miernika, który by ukazał, w jakim stopniu fantazjowanie prowadzi do umocnienia więzi pomiędzy jednostkami²⁹, co z kolei każe ponownie przemyśleć zarzuty stawiane teorii przez G.P. Mohrmanna.

Jednakże w kontekście niniejszej pracy podstawowy aparat badawczy stworzony przez E.G. Bormanna wraz z cyklem wizji retorycznej opracowanej z uczniami badacza pozwala nazwać wprost opisywane zjawiska, które w innym wypadku pozostałyby kwestią perspektywy badawczej. Mam na myśli fakt, że w wyniku marginalizacji, o której piszę w następnym rozdziale, każda z badanych grup dobrowolnie zrzeszyła się wokół wspólnego świata fantastycznego i zamknęła w wizji retorycznej, jednocześnie nie ukrywając swojej motywacji. Potwierdzają to nawet slangowe określenia, jak *to live out one's fantasy* (pol. *przeżyć swoją fantazję*), *one's giving the fantasy* (pol. *ktoś snuje fantazję*), które są stosowane jako komplementy, co stanowi niejako odwrócenie pejoratywnego myślenia o fantazji jako pewnego rodzaju niekompetencji w odbiorze rzeczywistości. Przeciwnie – ci, którzy potrafili żyć swoją fantazją, byli *bajeczni* (ang. *fabulous*) i mieli szansę na spełnienie w oderwaniu od „realnego” świata postrzeganego jedynie jako źródło

²⁷ E.G. Bormann, J.F. Cragan, D.C. Shields, *In Defense of Symbolic Convergence Theory: A Look at the Theory and Its Criticisms After Two Decades*, „Communication Theory” 1994, No. 4, DOI: 10.1111/j.1468-2885.1994.tb00093.x, s. 276–277.

²⁸ E.G. Bormann, J.F. Cragan i D.C. Shields, *An Expansion...*, s. 2.

²⁹ Zob. E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. i W. Kubińscy, M. Kacmajor, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003, s. 45.

niepokojów. Ten wyrażony wprost eskapizm pozwala na użycie SCT jako ramy badawczej i odpowiedź na pytanie, co było najważniejsze w projektowanych fantazjach – które poszczególne składowe, określane jako motywy i typy, ją tworzyły, i jak przebiegała wizja retoryczna danego zestawu fantazji. Możliwe jest pytanie dodatkowe – kto i w jakim celu sterował jej przebiegiem, gdyż przynajmniej w przypadku club kids można wykazać, że grupa była w takim samym stopniu zrzeszeniem jednostek marginalizowanych, co gabinetem osobliwości sterowanym odgórnie przez płacących „dziwadłom” właścicieli klubów. W szerszym kontekście badawczym analiza z wykorzystaniem teorii SCT może stanowić również wartościowy przyczynek do rozpatrzenia brakującego ogniwa pomiędzy dawną kulturą celebrycką³⁰, reprezentowaną w Nowym Jorku głównie przez supergwiazdy Andy’ego Warhola, a współczesnymi narzędziami kreacji stosowanymi np. przez osoby influencerskie w social mediach. Jeżeli przyjmiemy założenie, że kultura cyfrowa jest kulturą fantazji, gdzie większość elementów jest starannie selekcyjowana i modyfikowana (np. za pomocą narzędzi edycji dostępnych w oprogramowaniu), łatwo jest dostrzec paralelne zachowania w analizowanych subkulturach balu i club kids. Podążając tym tropem, można przyjąć, że wszelkiego rodzaju dzieła kulturowe są w gruncie rzeczy opartymi na kanwie rzeczywistości fantazjami tworzonymi przez zespoły ludzkie. Dla przykładu, film jest efektem współpracy osób piszących scenariusz, reżyserujących, operujących kamerami, montujących, udźwiękowiających sceny itd., a w końcu występujących. Te funkcje połączone wspólną (fantastyczną) wizją chcą skłonić osoby obcujące z medium do przyjęcia pewnego punktu widzenia. Jeżeli zajdzie taka zależność, powstaje właśnie symboliczna konwergencja.

1.2. Symbole i symboliczne światy

E.G. Bormann zaproponował SCT jako ogólną teorię komunikacji na początku lat 70. XX wieku. W podstawowym zakresie jej założenia tłumaczone były na język polski np. w podręczniku E. Griffina *Podstawy komunikacji społecznej*, gdzie pojawia się kluczowe twierdzenie SCT, iż „wspólne fantazjowanie grupowe prowadzi do konwergencji symbolicznej”³¹ – przemiany niepołączonych ze sobą wcześniej jednostek w grupę³².

³⁰ Przez „osobę celebrycką” rozumiem tutaj osobę znaną przede wszystkim z umiejętności tworzenia zainteresowania swoją osobowością/personą.

³¹ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej...*, s. 40.

³² W pracy wykorzystuję tłumaczenia terminologii z tego podręcznika, uzupełniając je własnym przekładem terminów, które nie pojawiają się w książce. Zob. tamże, s. 39–53.

Warunkiem takiego połączenia jest spotkanie jednostek o podobnych światach symbolicznych, gdyż to one umożliwiają grupie „haftowanie” fantazji na kanwie faktów³³:

W niektórych procesach komunikacyjnych dwa lub więcej osobistych światów symbolicznych skłania się ku sobie, zbliża, a nawet nakłada na siebie. Jeżeli uczestnicy będą rozwijać wspólne części powstałe w wyniku tej symbolicznej konwergencji, współdzielą wspólną świadomość grupową³⁴.

Jak zauważa E.G. Bormann, w większości przypadków przesyczone symbolicznie **skrypty**, które oznaczają osobisty sposób porządkowania doświadczeń jednostek³⁵, spotykają się z brakiem zainteresowania reszty lub co gorsza – ujawnia istnienie antagonistycznych fantazji w grupie³⁶. Wynika to z wielości osobistych interpretacji symboli; jak pisze E.G. Bormann, błyskawica może przywoływać blask na niebie zwiastujący dźwięk grzmotu, ale równie dobrze umieszczona w wyobraźni na mundurze może symbolizować siły specjalne, a z kolei w butelce – osiągnięcie trudnego lub nieuchwytnego celu³⁷.

SCT czerpie zatem z tradycji semiotycznej. Warto zauważyć jednak, że E.G. Bormann skupia się na pojęciu **symbolu** (ang. *symbol*), nie znaku (ang. *sign*), uznając, że znak jest niezmiennie połączony z doświadczeniem (np. błyskawica jest znakiem nadchodzącego grzmotu)³⁸. W typologii Charlesa S. Pierce’a symbol jest jednym z trzech rodzajów znaku, obok ikon i indeksów. Ikony przypominają do pewnego stopnia swój obiekt odniesienia (np. fotografia przypomina ujęcie, które odwzorowuje), indeksy mają bezpośrednie i egzystencjalne odniesienie do swojego przedmiotu (np. dym może być indeksem ognia). Symbole są natomiast całkowicie arbitralne – powstają w wyniku konwencji, umowy czy zasady³⁹. W SCT takie negocjowanie znaczenia odbywa się na poziomie interakcji interpersonalnych, w których symbole podlegają „selekcji, odtworzeniu, wygładzeniu i nagięciu, tak aby sprawiały wrażenie ujednolicenia z mentalnym światem jednostki lub grupy”⁴⁰.

Również pojęcie mitu, które kojarzone jest głównie z semiotycznymi badaniami Ronalda Barthesa, nabiera innego wydźwięku w SCT. R. Barthes nadbudowywał swoją teorię

³³ E.G. Bormann, *Small Group Communication. Theory and Practice*, Third Edition, Harper & Row, Nowy Jork 1990, s. 105.

³⁴ E.G. Bormann, *Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation*, „Journal of Communication” 1985, Vol. 35, Issue 4, s. 134.

³⁵ Tamże, s. 132.

³⁶ Tamże, s. 104.

³⁷ Zgodnie z angielskim idiomem *to catch/capture a lightning in a bottle*, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/catch%2Fcapture%20lightning%20in%20a%20bottle> [dostęp: 25.05.2022].

³⁸ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 104.

³⁹ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, tłum. A. Gierczak, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 2003, s. 70.

⁴⁰ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 105.

w oparciu o model lingwisty Ferdinanda de Saussure'a, w którym język jest jedynie konwencją społeczną, co oznacza, że znaczenia słów nie są wpisane w naturę rzeczy, ale wynikają z systemu społecznych umów i interpretacji. Pojedynczy znak (fr. *signe*) jest połączeniem dwóch elementów: znaczonego (fr. *signifié* – obrazu akustycznego) oraz znaczącego (fr. *signifiant* – pojęć przypisanych znaczonemu)⁴¹. R. Barthes nazywał ten pierwszy podział denotacją, następnie dowodził, iż w procesie powtórnej sygnifikacji znak można rozpatrywać w kontekstach: konotacji – kiedy forma znaku spotyka się z uczuciami, emocjami i wartościami kulturowymi jego użytkowników, symbolu⁴² – gdy przez konwencję społeczną i użycie znak zaczyna oznaczać coś innego (np. Rolls-Royce, który nie jest już w wyniku przetworzenia samochodem, a symbolem bogactwa) oraz mitu. Mit jest tak naprawdę łańcuchem znaków (podobnie jak w SCT fantazja jest łańcuchem symboli), kulturowym sposobem myślenia o czymś, konceptualizowania i rozumienia⁴³. E.G. Bormann postrzega mity przede wszystkim jako dramatyzacje, co łączy SCT z folklorystycznymi źródłami paradygmatu narracyjnego, do którego przypisane zostało SCT:

Określenie „mit” jest czasami używane w odniesieniu do dużych zbiorów narracji, czasami do określenia ramy narracyjnej, a czasami do konkretnej opowieści. W ostatnich latach narracje i opowieści zaczęły odgrywać istotną rolę w studiach retorycznych. Dotyczy to również teorii symbolicznej konwergencji. W budowaniu kultury grupowej najważniejszy jest materiał narracyjny dramatyzacji. Jednak ważne jest również, aby zdać sobie sprawę, że ustalony termin „dramatyzacja” obejmuje materiał często określany w innych pracach nad komunikacją jako metafora i mit, a także narracja i opowieść⁴⁴.

1.3. SCT w paradygmacie narracyjnym i badaniach interakcji grupowych

Zgodnie z założeniem paradygmatu narracyjnego (ang. *narrative paradigm*) jednostka jest przede wszystkim narratorem snującym opowieści (łac. *homo narrans*). Zamykanie wydarzeń w formie historii wynika z pierwotnej potrzeby dzielenia się doświadczeniami oraz poszukiwania więzi z innymi, podobnie doświadczonymi jednostkami. Kurt Ranke, analizując podania ludowe, zauważył, iż opowieści jako proste formy narracyjne (niem. *einfache Formen*) stanowią esencję nie tylko bardziej rozbudowanych form literackich, ale ich motywy są powtarzalne w ujęciu międzykulturowym:

⁴¹ F. de Saussure, *Kurs językoznawstwa ogólnego*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1961, s. 77–81.

⁴² To znaczenie symbolu jest podobne do definicji C.S. Pierce'a, natomiast niektórzy badacze, jak John Fiske, nie umieszczają go w modelu R. Barthesa, zauważając, iż wyniki jego badań nad symbolami były szczątkowe i niezadowalające. Zob. J. Fiske, *Wprowadzenie do badań...*, s. 120.

⁴³ Tamże, s. 116.

⁴⁴ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 103.

Musimy zacząć od człowieka narratora, którego szczególnym darem jest nadawanie odpowiedniej i właściwej narracyjnej ekspresji jego nieświadomym impulsom i świadomym wyobrażeniom. [...] To, co rozumiem tutaj przez *homo narrans*, to nic innego jak suma wszystkich opowieści i tradycji dotyczących ludzi. *Homo narrans* jest jednocześnie przedstawicielem ludzkości, reprezentantem ludzkich życzeń, marzeń i niepokojów – przedstawicielem tych myśli i uczuć fabularyzowanych i rozbudowanych do odpowiednich form narracyjnych. [...] Podobnie jak *homo ludens*, *homo narrans* jest bezpośrednio zaangażowany w wielkie procesy twórcze ludzkiego ducha. Efekt twórczego wykorzystania „prostych form” można odczuć nawet w najbardziej subtelnych czy wyrafinowanych formach twórczych naszej cywilizacji. Najznamienitsze aspekty wszystkich sztuk – poezji, malarstwa, muzyki – opierają się na tych formach, które *homo narrans* wymyślił jako pierwszy – czy może jak powinniśmy stwierdzić, zostały one wymyślone w nim?⁴⁵

Walter Fischer dodaje, że proste formy „ustalają linię narracyjną ludzkiego doświadczenia oraz wszystkie jego wątki poboczne”⁴⁶. Określa tego typu narracje jako **metafory pierwotne** (ang. *master metaphors*), które w SCT mogą przyjąć również formę powtarzalnych w kontinuum historycznym uporządkowanych zbiorów fantazji (wizji retorycznych) określanych jako **sagi** (ang. *saga*)⁴⁷. W założeniu W. Fischera, jeżeli opowieści spełniają warunki narracyjnego racjonalizmu – spójności i wiarygodności, będą w stanie pozyskać uznanie publiczności⁴⁸. SCT ukazuje, co dzieje się, kiedy opowieści spotykają się z aprobatą słuchających, a więc w momencie pozyskania grupy tzw. odbiorców idealnych, o których W. Fischer pisał następująco:

Wydaje się, iż istnieje stała publiczność, faktyczna ponadczasowa społeczność, która wierzy w wartość niesioną przez prawdę, dobro, zdrowie, mądrość, odwagę, opanowanie, sprawiedliwość, harmonię, porządek, wspólnotę, przyjaźń i poczucie jedności z kosmosem – bez względu na to, jak owe wartości zostaną określone i czy będą praktykowane w prawdziwym życiu⁴⁹.

W przyjmowanych narracjach fakty (świadomie lub nie) muszą być zatem poddawane manipulacji, aby wzmocnić ich perswazyjny potencjał i jednoznacznie określić osobę prowadzącą narrację jako motywowaną chęcią niesienia dobra. Robert Bales, z którego badań E.G. Bormann zaczerpnął podstawowe pojęcie dramatyzacji, kierowany był przede wszystkim myślą pioniera psychologii społecznej – Kurta Lewina⁵⁰. K. Lewin wykazał istotną rolę *gate-keeperów* – czynników (często ludzi) regulujących przepływ informacji nie tylko na poziomie masowym, lecz wewnątrz osobistej „przestrzeni życia” (ang. *life space*). Adaptując swoją teorię z nauk ścisłych (w tym fizyki), K. Lewin zobrazował przestrzeń życia jako pole siłowe, w którym jednostka poddana jest szeregowi

⁴⁵ K. Ranke, *Problems of Categories in Folk Prose* (Translation by Carl Lindhal), „Folklore Forum” 1981, Vol. 14, Issue 1, <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/1737> [dostęp: 14.04.2023], s. 15.

⁴⁶ W.R. Fischer, *Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument*, „Communication Monographs” 1984, Vol. 51, Issue 1, DOI: 10.1080/03637758409390180, s. 6.

⁴⁷ E. Griffin, *Podstawy komunikacji...*, s. 46.

⁴⁸ Tamże, s. 330–331.

⁴⁹ Tamże, s. 331.

⁵⁰ J. Kagan, H.C. Kelman, P.J. Stone, B.A. Maher, *Robert Freed Bales Faculty of Arts and Sciences – Memorial Minute*, <https://news.harvard.edu/gazette/story/2006/04/robert-freed-bales/> [dostęp: 11.03.2023].

oddziaływań wpływających na jej zachowanie, podobnie jak w przypadku opiłków żelaza „tańczących” pomiędzy dwoma magnesami⁵¹. Biorąc pod uwagę, iż w sytuacji dyskusji grupowej zawsze pojawiają się jednostki dominujące (liderskie, które funkcjonują również jako *gate-keeperzy*) i jednostki podporządkowujące się ich woli (bardziej lub mniej chętnie) w celu zachowania swojej „przestrzeni życia”, każda z tych grup może odwołać się do mocy wyobrażeń, aby pozyskać uwagę, sympatię lub kontrolę nad słuchającymi. Ta funkcja narracji, niewątpliwie związana z predyspozycją *homo narrans*, widoczna była w badaniach grup R. Balesa – prowadził on klasyfikację werbalnych i niewerbalnych aktów komunikacyjnych osób dyskutujących, co pozwoliło opracować metodę, którą określił jako analizę procesu interakcji:

Jest to w podstawowym rozumieniu rodzaj analizy treści, ale zawartość, którą próbuje się tutaj wyodrębnić z surowca obserwacyjnego, jest rodzajem przyczynku do rozwiązania problemu w każdym akcie komunikacyjnym dotyczącym całego trwającego procesu [dyskusji grupowej – M.K.]. Dlatego mniej mylące wydawało się nazywanie tego, co robimy „analizą procesu”, a nie „analizą treści”⁵².

Na podstawie analizy procesu interakcji R. Bales wyszczególnił 12 typów interakcji grupowych, które połączył w pary przeciwstawne lub wzajemnie się uzupełniające (Tab. 1.). Trzon kategorii interakcji grupowych stanowią bloki B i C, pełniące funkcję komunikowania informacyjnego – pytań i udzielanych na nie odpowiedzi. Z perspektywy paradygmatu *homo narrans* i SCT, to jednak bloki A i D posiadające wartość społeczno-emocjonalną, w szczególności para 2 – dramatyzowanie i 11 – przejawianie napięcia są kluczowe dla budowania świadomości grupowej. Przejawianie napięcia (w tym prośenie o pomoc, wycofanie się z dyskusji) oznacza, iż prezentowane światy symboliczne zostały zignorowane lub są niezrozumiałe, zatem nie ma mowy o zajściu symbolicznej konwergencji. Natomiast „dramatyzowanie” (ang. *dramatizes* – zapisywane w 3 os. lp.)⁵³ wskazuje, że pozyskano publiczność idealną, w której napięcie zostało zredukowane i okazywana jest gotowość do tworzenia łańcucha fantazji grupowej.

⁵¹ A. Kjellman, M. Ehrsten *A Theory of Homo Entreprenaurus*, “Research on Technological Innovation, Management and Policy” 2005, Vol. 9, DOI:10.1016/S0737-1071(05)09012-8, s. 223–224.

⁵² R.F. Bales, *A Set of Categories for the Analysis of Small Group Interaction*, “American Sociological Review” 1950, Vol. 15, No. 2, April, <https://www.jstor.org/stable/2086790> [dostęp: 3.05.2023], s. 258.

⁵³ We wcześniejszych badaniach pojawiające się również pod nazwą „łagodzenie napięcia” (ang. *tension release*). Zob. R.F. Bales, *A Set of Categories for the...*, s. 258.

Tab. 1. Kategorie interakcji R. Balesa (pary przeciwstawne lub uzupełniające się zostały oznaczone tym samym kolorem)

A.	Działania pozytywne i mieszane	1.	Okazywanie przyjaznych uczuć
		2.	Dramatyzowanie
		3.	Wyrażanie zgody
B.	Próby odpowiedzi	4.	Przedstawianie sugestii
		5.	Przedstawianie opinii
		6.	Przedstawianie informacji
C.	Pytania	7.	Prośba o informację
		8.	Prośba o opinię
		9.	Prośba o sugestię
D.	Działania negatywne (i mieszane)	10.	Wyrażanie sprzeciwu
		11.	Przejawianie napięcia
		12.	Okazywanie wrogości

Źródło: opracowanie własne na podstawie diagramu [w:] E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. i W. Kubińscy, M. Kacmąjor, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003, s. 234.

1.4. Dramatyzacje i łańcuchy fantazji

Według E.G. Bormanna dramatyzacje to nasyczone symbolicznie narracje, które pozyskują aprobatę grupy i aktywizują wspólne światy symboliczne, powodując powstanie **grupowej reakcji łańcuchowej** (ang. *group fantasy chain*), w której jednostki przyłączają się do wyobrażonego świata przez pryzmat własnych doświadczeń rzeczywistości lub komunikują niewerbalnie zaangażowanie, np. wzburzeniem, rumieńcami czy śmiechem⁵⁴.

SCT zwraca szczególną uwagę na dramatyzacje przybierające formy wszelkiego rodzaju gier słownych, dwuznacznych wypowiedzi, figur retorycznych (w rozumieniu krótkich porównań lub personifikacji), analogii (dłuższych porównań rozciągających się na całość dyskursu), anegdot, paraboli, baśni i opowieści⁵⁵. Jedynym ograniczeniem tych wysoce nacechowanych emocjonalnie przekazów jest fakt, iż nie mogą one odnosić się do sytuacji rozgrywającej się „tu i teraz”, a jedynie do wydarzeń przeszłych lub nadchodzących⁵⁶. Dla przykładu, przy okazywaniu napięcia (nr 11 w typologii R. Balesa) sytuacja posiada potencjał dramatyczny i może przerodzić się w otwarte okazywanie

⁵⁴ E.G. Bormann, *Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality*, “Quarterly Journal of Speech” 1972, Vol. 58, Issue 4, s. 397.

⁵⁵ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 102.

⁵⁶ Tamże, s. 103.

wrogości (nr 12), zostać zredukowana do wyrażania sprzeciwu (nr 10) lub za pomocą dobrze dobranej dramatyzacji przejść w okazywanie przyjaznych uczuć (nr 1). Ze względu na dynamiczny rozwój akcji trudno jest jednak stworzyć spójną historię przebiegu sporu czy opowiedzieć się po właściwej stronie – można jedynie obserwować rozwój sytuacji, jak robiłby to R. Bales. Celem SCT jest jednak analiza zakończonego procesu – wytworzonych spójnie fantazji retorycznych (ang. *rhetorical fantasies*) dotyczących tego, co się wydarzyło lub tego, co ma nastąpić:

W teorii symbolicznej konwergencji określenie „fantazja” odwołuje się do kreatywnej i wyobrażonej wspólnej interpretacji zdarzeń, która wypełnia psychologiczne i retoryczne potrzeby grupy. Fantazje retoryczne są wynikiem [działań – M.K.] *homo narrans*, którzy w grupach dzielą się narracjami będącymi świadectwem ich doświadczeń, nadziei i obaw. Fantazje retoryczne mogą zawierać życzeniowe lub fikcyjne skrypty dotyczące nieistniejących postaci, lecz najczęściej dotyczą zdarzeń, które spotkały członków grupy lub historii przekazywanych w wiarygodnych źródłach historycznych, wiadomościach medialnych lub przekazach ustnych i folklorze innych grup i środowisk⁵⁷.

1.5. Motywy i typy fantastyczne

„Wynikiem dzielenia się dramatyzacjami jest grupowa fantazja, natomiast zawartość dramatyzacji, która aktywuje łańcuch reakcji i uczuć nazywana jest motywem fantastycznym [ang. *fantasy theme*]”⁵⁸. Motywy fantastyczne są najmniejszą jednostką analizy w ramach SCT przy jednoczesnym założeniu, iż istnieje ich skończona liczba – dokładnie jak w przypadku *einfache Formen*, ponieważ inaczej niemożliwe byłoby powstanie wspólnego odwołania aktywującego grupową fantazję.

Motywy fantastyczne różnią się pomiędzy sobą:

- **postaciami dramatu** (łac. *dramatis personae*) – zarówno głównymi, jak i pobocznymi, „dobrymi” i „złymi”, którzy występują w dramatyzacji,
- **liniami fabularnymi** (ang. *plotlines*) – scenariuszami, zgodnie z którymi rozgrywają się wydarzenia,
- **scenami** (ang. *scenes*) – miejscami akcji wraz ze wszystkimi rekwizytami wykorzystywanymi w dramatyzacji,
- **czynnikami sankcjonującymi** (ang. *sanctioning agents*) – konstruktami społecznymi lub ludźmi, którzy wspierają istnienie przekonania fantastycznego⁵⁹.

⁵⁷ Tamże, s. 130.

⁵⁸ E.G. Bormann, *Symbolic Convergence Theory: A Communication...*, s. 131. W tym przypadku odchodzę od polskiego tłumaczenia – „fantazmat”, gdyż oprócz motywów, teoria mówi również o innych jednostkach analizy – omawianych w dalszym akapicie typach fantastycznych i modalnych fantazjach społecznych.

⁵⁹ C.T. Preston JR, D.C. Shields, *Fantasy Theme Analysis in Competitive Rhetorical Criticism*, “The National Forensic Journal” 1985, No. 3, s. 106–108.

Nieprzypadkowo w teorii symbolicznej konwergencji postaci określane są mianem *personae*, które tłumaczyć można również jako osoby – kreacje osobowości. E.G. Bormann skłania się ku założeniu, że w grupie nie jesteśmy w pełni sobą – podobnie jak w polu życia K. Lewina, jesteśmy poddawani różnego rodzaju wpływom, co sprawia, że w komunikacji grupowej role zostają nam przypisane lub wręcz narzucone⁶⁰. Podobieństwo SCT do dramatycznej koncepcji życia społecznego Ervinga Goffmana jest nieprzypadkowe, autor używa również motywu szekspirowskiego teatru życia, natomiast wyraźnie zaznacza:

Zatem nawet zachowanie na co dzień może być interpretowane jako odgrywanie ról lub samokontrola i autoprezentacja. Cały świat staje się sceną, a my wszyscy przez cały czas jesteśmy aktorami. Przedstawianie codziennego życia jako dramatu dostarcza przydatnych informacji na temat komunikacji międzyludzkiej, ale tej analogii nie należy odczytywać zbyt dalekosiężnie. W końcu spotkanie w małej grupie, takie jak narada ławy przysięgłych przedstawiona w filmie, to nie to samo, co narada ławy przysięgłych debatujących nad losem oskarżonego w sądzie⁶¹.

E.G. Bormann twierdzi, iż motywy czy łańcuchy fantazji „nie stanowią przerostu formy nad treścią”⁶² i że zawsze można odnieść je do pewnych możliwych do zidentyfikowania faktów. Ciężar, który E. Goffman kładzie na rolę aktora, występu i wrażenia oceniającej publiczności (ang. *audience*)⁶³, zostaje więc przeniesiony na narrację, która służy do budowania coraz bardziej ustrukturyzowanej wizji retorycznej grupy.

Obok motywów fantastycznych, teoria symbolicznej konwergencji wyróżnia również typy fantastyczne (ang. *fantasy types*) – uproszczone personifikacje idei lub archetypiczne wzorce postaci⁶⁴, oraz modalne fantazje społeczne (ang. *modal societal fantasies*) – głęboko zakorzenione kulturowo uwarunkowania, które predestynują jednostkę do określonego działania, chociaż może ona nie zdawać sobie z tego sprawy⁶⁵.

1.6. SCT poza małymi społecznościami – wizja retoryczna

Zbiory fantazji mogą rozprzestrzeniać się poza małe grupy i przybierać rozbudowane i uporządkowane formy, które określane są jako wizje retoryczne (ang. *rhetorical visions*):

Wizja retoryczna jest ujednoliconym połączeniem różnych skryptów, które umożliwia uczestniczącym spojrzenie na stan rzeczy w szerszej perspektywie. Wizje retoryczne są często połączone przez dramatyzację zawierającą metafory pierwotne [*einfache Formen* – M.K.], która łączy różne elementy w bardziej lub mniej elegancką, znaczącą całość. [...] Niektóre wizje mogą być dzielone tylko przez kilka osób i trwać przez krótki czas. Z drugiej strony, niektóre wizje retoryczne

⁶⁰ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 158–175.

⁶¹ Tamże, s. 103.

⁶² Tamże, s. 104.

⁶³ B. Dobek-Ostrowska, *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe...*, s. 82.

⁶⁴ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 108.

⁶⁵ C.T. Preston JR, D.C. Shields, *Fantasy Theme Analysis in Competitive...*, s. 105–106.

są tak wszechogarniające i wymagające, że przenikają przez wszystkie aspekty życia społecznego osoby uczestniczącej. Takie kompleksowe systemy symboliczne mogą być uznane za retoryczne wizje stylu życia [lub powracające sagi retoryczne – M.K.]⁶⁶.

Wszystkie wizje można podporządkować jednemu z trzech konkurujących ze sobą wzorców:

- **prawemu** (ang. *righteous*) – skupionemu na działaniu zgodnie z przyjętymi zasadami,
- **społecznemu** (ang. *social*), kładącemu nacisk na stosunki międzyludzkie,
- **pragmatycznemu** (ang. *pragmatic*), gdzie nacisk położony jest na osiągnięcie określonego celu⁶⁷.

Jak już wspomniano, wizję retoryczną można przyporządkować również do czterech skali: czysta – mieszana, skryta – ekspansywna, elastyczna – nieelastyczna, zdrowa – paranoiczna⁶⁸. Rozróżnienie na wizję czystą i mieszaną jest związane z jej elastycznością, która odnosi się do tego, czy wizja jest podatna na modyfikacje fantazji w zestawieniu z nowymi informacjami i rozwojem wydarzeń, czy pozostaje nieelastyczna (czysta), co wiąże się z ryzykiem, że stanie się konserwatywna, reakcjonistyczna, a nawet paranoiczna⁶⁹. Trzy techniki mogą być używane do podtrzymywania nieelastycznej wizji retorycznej:

- **przywrócenie** (ang. *restoration*) – powrót do początkowego stanu wizji retorycznej,
- **konserwacja** (ang. *conservation*) – podtrzymanie tego, co zostało z wizji retorycznej i integracja wprowadzonych zmian przy jednoczesnym upewnieniu się, że najważniejsze wartości, emocje oraz motywacje pozostaną nienaruszone,
- **kultywacja** (ang. *preservation*) – podtrzymywanie wizji retorycznej w niezmienionej postaci.

Kategoria skryta – ekspansywna odnosi się do skali, na jaką projektowane są wizje retoryczne oraz na ile ich celem jest pozyskanie jak największej liczby osób uczestniczących.

1.7. Cykl trwania wizji retorycznej

Poniższy opis przebiegu wizji retorycznej zaczerpnięty został z opracowania stworzonego przez E.G. Bormanna wraz ze swoimi uczniami – Johnem F. Craganem oraz Donaldem C. Shieldsem, w którym badacze dokonali syntezy wniosków płynących

⁶⁶ E.G. Bormann, *Symbolic Convergence Theory: A Communication...*, s. 133.

⁶⁷ E.G. Bormann, J.F. Cragan i D.C. Shields, *An Expansion of the Rhetorical Vision...*, s. 4.

⁶⁸ Tamże, s. 2.

⁶⁹ Tamże, s. 14. W paranoicznych wizjach retorycznych często występują argumenty inwigilacji przez wrogie, konspiracyjne siły, które chcą zaszkodzić trwaniu wizji.

z 87 analiz wizji retorycznych „zimnej wojny” powstałych jako pokłosie zainteresowania teorią symbolicznej konwergencji.

Pierwszą fazą cyklu wizji retorycznej jest **kreowanie świadomości** (ang. *consciousness creating*), w którym osoba retora zaczyna dzielić się dramatyzacjami, dopóki grupowe i społeczne fantazje nie wyjaśnią na nowo rozwijającej się sytuacji. Co ważne, komunikacja w celu kreowania świadomości obecna jest przez cały okres trwania wizji retorycznej – tak, aby pozyskać jak najszersze grono odbiorcze. Ze względu na zmieniającą się dynamikę wizji jej poszczególne wersje mogą być poddawane modyfikacji, żeby pozyskać jak najwięcej nowych osób przychylnych wizji. Wyszczególnić można trzy zasady, które decydują o przyjęciu wizji retorycznej:

- **zasada świeżości** (ang. *principle of novelty*) – jeżeli poprzednio ukonstytuowana wizja retoryczna nie jest w stanie zachować aktualności w stosunku do rozwoju wydarzeń, nie przedostanie się do świadomości drugiego i trzeciego pokolenia, które ją dziedziczy. W tym przypadku nowe osoby pełniące funkcje retorskie i używające innowacyjnych zestawów dramatyzacji mogą przejąć znaczące segmenty populacji przychylne poprzedniej wizji;
- **zasada mocy wyjaśniającej** (ang. *principle of explanatory power*) – kiedy wydarzenia stają się niepokojące i trudne do interpretacji, ludzie chętnie będą dzielić się fantazjami, które zapewniają im wiarygodne i satysfakcjonujące wyjaśnienie ich doświadczeń;
- **zasada imitacji** (ang. *principle of imitation*) – ze względu na znużenie lub dezorientację ludzie zaczynają na nowo dzielić się fantazjami, które wydają się już znajome, bo zawierają ten sam zestaw fantastycznych skryptów. Takie wizje retoryczne często zawierają w nazwie słowo lub przedrostek sugerujący nowe odwołanie do starej koncepcji, jak np. „neoliberalizm” lub „nowy testament”.

Drugą fazą cyklu wizji retorycznej jest **wzrost świadomości** (ang. *consciousness raising*), który podobnie jak kreowanie świadomości występuje przez cały czas trwania wizji retorycznej, jeśli przyjmiemy, iż proces docierania do kolejnych grup i wzrostu świadomości wizji retorycznej nie może ulec nagłemu zakończeniu. W przeciwieństwie do poprzedniego etapu, głównym celem wzrostu świadomości nie jest ustalenie granic wizji retorycznej, a pozyskanie jak najszerszego grona wspólnie fantazjujących odbiorców. Przy budowaniu świadomości wizji retorycznej działają:

- **zasada masy krytycznej** (ang. *principle of critical mass*) – wizja retoryczna zaczyna szybki wzrost dopiero w momencie osiągnięcia masy krytycznej łączących się w spójną

całość elementów fantastycznych. Czynnikiem, które budują masę krytyczną są: a) przystępność wizji w wyjaśnieniu aktualnego rozwoju zdarzeń wśród nowych uczestniczących, b) indywidualne predyspozycje wielu partycypujących do bycia wciągniętym w świat fantazji zawartych w wizji, c) pozyskanie utalentowanych osób (retorskich), które potrafią stworzyć atrakcyjne dramatyzacje wizji, d) obecność grupy zarządzającej wizją oraz środków potrzebnych do jej propagowania, e) dostępność wystarczającej ilości sposobów i kanałów komunikacji dla propagujących wizję, aby dotrzeć do szerokiej publiczności;

- **zasada oddania** (ang. *principle of dedication*) – zakłada, że kiedy zaplanowane w ramach budowania wizji retorycznej działania skłonią kogoś do jej przyjęcia, jednostka będzie poszukiwała publicznych sposobów zademonstrowania swojego oddania wizji retorycznej. Przykładem tego jest udział w protestach, który zarówno może być dobrowolny, jak i odgórnie narzucony. Celem takich działań jest pozyskanie kolejnych segmentów populacji na rzecz wizji retorycznej.

Po osiągnięciu maksymalnego rozwoju celem wizji retorycznej staje się w głównej mierze **podtrzymywanie świadomości** (ang. *consciousness sustaining*) i zaangażowania osób biorących w niej udział. W tej fazie zadaniem osób pełniących funkcje retorskie jest „wtłoczenie nowego życia w wizję”⁷⁰, co zależy też od tego, czy jest ona elastyczna czy nieelastyczna. W fazie podtrzymywania świadomości działają:

- **zasada ekranowania** (ang. *principle of shielding*) – nieelastyczne wizje retoryczne blokują przekazy formalne i nieformalne, które mogą je podważyć przez konstrukcję zawierającą motyw czystości i słuszności moralnej;
- **zasada ponownego zaangażowania** (ang. *principle of rededication*) – wizja retoryczna może zostać utrzymana przez surową krytykę tych, którzy nie postępują zgodnie z jej założeniami (tutaj wymagana jest dostępność do środków komunikacji umożliwiających najsurowszą krytykę) lub poprzez zaplanowane pozytywne dramatyzacje zapewniające świeżość i żywotność wizji;
- **zasada ponownego wyjaśnienia** (ang. *principle of reiteration*) – zakłada, że wizja może zostać utrzymana przez ponowne przedstawienie kluczowych fantazji w dramatycznej strukturze wizji przez dopasowanie nowych informacji do jej retorycznych formuł. Typowym przykładem takiego zabiegu jest przemówienie wygłaszane przed swoimi zwolennikami na wiecu.

⁷⁰ E.G. Bormann, J.F. Cragan i D.C. Shields, *An Expansion of the Rhetorical Vision...*, s. 13.

Schylek świadomości (ang. *consciousness declining*) rozpoczyna fazę końcową trwania wizji retorycznej. Sygnalizują ją:

- **zasada niewystarczającego wyjaśnienia** (ang. *principle of explanatory deficiency*) – zakłada, że wizje rozpoczynają swój upadek w momencie, w którym tracą moc wyjaśniania doświadczeń społecznych. W przypadku nieelastycznych wizji ich podtrzymywanie może się odbywać za pomocą typów fantastycznych, których działania prezentowane są jako złudne i uniemożliwiające kontynuację drogi do „prawdziwego oświecenia”;
- **zasada eksplozji wolności słowa** (ang. *principle of exploding free speech*) – zakłada, że po okresie cenzury, którym jest przyjęcie pewnej wizji retorycznej, w kanałach nieformalnych następuje gwałtowne szerzenie się kontrretoryki wobec dominującej wizji retorycznej;
- **zasada ponownego pojawienia się konkurujących wizji retorycznych** (ang. *principle of resurfacing competitive rhetorical visions*) – zakłada, że w otwartych kanałach komunikacji rozpoczyna się cykl ponownego starcia wizji retorycznych. W tym przypadku o zwycięstwie decyduje ponownie zasada masy krytycznej.

Śmierć wizji związana z **brakiem świadomości** (ang. *terminus*⁷¹) **kończy cykl trwania wizji retorycznej**, gdzie jedyną wyróżnioną jest **zasada galopującej implozji** (ang. *principle of rapid implosion*), która zakłada, że nieelastyczne wizje retoryczne nie rozpadają się stopniowo, lecz implodują pod wpływem akumulacji problemów związanych z dążeniem do ich utrzymania.

1.8. Wizja retoryczna – potencjał czasopism subkulturowych

Próbując osadzić badania wizji retorycznej „Project X” w szerszym kontekście badawczym, warto zauważyć, iż nie tylko club kids, ale inne grupy omawiane w pracy posiadały swoje periodyki, które pomagały im w propagowaniu rozwijanych przez siebie wizji retorycznych. Wzmianki o tych wydawnictwach pojawiają się na marginesie dokumentów filmowych (*The Cockettes*) lub jako ich usunięte sceny (*Paris Is Burning*). Stanowią one zapis fragmentaryczny, który uniemożliwia wyprowadzenie wniosków na temat zawartych w nich wizji retorycznych, nie wspominając o przeprowadzeniu analizy komparatystycznej z „Project X”.

⁷¹ Dosłownie *terminus* oznacza stację końcową, krańcówkę, jednakże dla zachowania kontinuum pozostałych nazw tłumaczę go jako ‘brak’ świadomości. Zob. *Wielki słownik angielsko-polski polsko-angielski PWN-OXFORD*, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/terminus.html> [dostęp: 23.09.2022].

W przypadku omawianej w kolejnym rozdziale trupy teatralnej The Cockettes, dokument filmowy poświęcony jej działalności odsyła do czasopisma „The Kaliflower Newsletter”, w którym publikowane były wszelkiego rodzaju prace artystyczne trupy, np. teksty poetyckie i obrazy uczestniczących w życiu komuny osób⁷². Dodatkowo, zaznaczony zostaje również fakt istnienia kompendium wizualnego jednego z czołowych przedstawicieli „Kokietek” – George’a „Hibiscusa” Edgerly’ego Harrisa III. Tworzona w formie tzw. *moodboardów* lub *storyboardów* – kolaży obrazów, zdjęć i tekstów publikacja wypełniana była pomysłami na kolejne przedstawienia trupy.

Z kolei dokument filmowy poświęcony subkulturze balu – *Paris Is Burning*, a dokładniej jego reedycja z 2019 roku uzupełniona o pakiet dodatkowych segmentów filmu (niepublikowanych do tej pory przez reżyserkę Jennie Livingston), zawiera wzmiankę o tzw. „Idle Sheets” – broszurach tworzonych przez członka subkultury balu Marcela Christina. Angielskie *idle* oznacza tyle, co ‘pozostający w stanie spoczynku’⁷³, tak więc celem tych broszur było przysłowiowe „zabicie czasu” w oczekiwaniu na kolejne prezentacje w ramach kategorii balowych. Z zarchiwizowanych fragmentów broszur przedrukowanych w nowojorskiej publikacji „Verbal Abuse” można się dowiedzieć, że „Idle Sheets” była serią jedynie 10 zeszytów, gdyż dziesiątka jest najwyższą oceną w skali balowej⁷⁴.

W kontekście prasoznawczym zarówno „The Kaliflower Newsletter”, „Idle Sheets”, jak i wczesne numery „Project X”, można zakwalifikować jako przykłady tzw. prasy alternatywnej:

Prasa alternatywna to taka grupa czasopism (głównie z pogranicza kultury), których wydawcy na ogół negują podstawowe kanony prawne państwa, a przy tym publikowane treści często pozostają w konflikcie z powszechnie akceptowanymi zasadami etycznymi, w tym dziennikarskimi. Ponadto ten rodzaj prasy zazwyczaj ukazuje się nieregularnie, jest kolportowany kanałami nieoficjalnymi i wyróżnia się niekonwencjonalną szatą graficzną⁷⁵.

Ze względu na specyfikę wypowiedzi dziennikarskiej w prasie alternatywnej Włodzimierz Chorążki proponuje wyróżnienie następujących form:

- **dziennikarskie** – relacje (sprawozdania), artykuły publicystyczne, wywiady, polemiki, recenzje, komentarze i felietony, fotoreportaże, informacje/informacje proste;
- **literackie** – proza (opowiadania), eseje, poezja, humor / anegdota / dyktoryjki;

⁷² *The Cockettes*, reż. Bill Weber, David Weissman, USA 2002.

⁷³ *Idle*, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski polsko-angielski PWN-OXFORD*, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/idle.html>. [dostęp: 18.09.2022].

⁷⁴ Zob. *Excerpts From the Idle Sheets*, <http://www.mothernyc.com/verbal/marcel.html> [dostęp: 18.09.2022].

⁷⁵ W. Chorążki, *Polska prasa alternatywna (trzecioobiegowa) lat 1990–1995*, [w:] *Polska prasa alternatywna (trzecioobiegowa) lat 1990–1995*, red. W. Chorążki, W. Kajtoch, P. Kulig, Ł. Marciszewski, P. Płaneta, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1996, s. 23.

- **artystyczne** – komiks i krótkie historyjki obrazkowe, graffiti, fotografia artystyczna, kolaż, grafika⁷⁶.

Z kolei na podstawie sposobu wykonania „The Kaliflower Newsletter”, „Idle Sheets” oraz analizy treści pierwszych siedmiu numerów „Project X” należałoby zaklasyfikować omawiane periodyki jako fanziny. Jak pisze w jednej z pierwszych polskich definicji tego rodzaju medium Mirosław Pęczak:

Klasyczny f[anzin] redaguje zwykle jedna, rzadziej kilka osób. Makieta jest wyklejana ręcznie, przy użyciu fragmentów gazet, czasopism, prymitywnych czcionek, maszyny do pisania. Gotową makietę powiela się kserograficznie. F[anzin] stanowi wyzwanie dla modelu oficjalnej prasy, gdyż jest swoistą anty-gazetą. Redaktor (redaktorzy) f[anzinu] ostentacyjnie łamie reguły gramatyki i składni, posługuje się slangiem, nie stroni od używania wulgaryzmów. Teksty czy często zamieszczane komiksy ośmieszają uznane autorytety, jak też powszechnie uznane przez większość społeczeństwa modele życia. Zakwestionowaniu podlega konformizm i akceptowany w kulturze dominującej typ kariery. Podkreśla to nawet estetyka f[anzinu], czy raczej kontrestetyka. Często spotyka się w f[anzinie] swobodną kompozycję graficzną tekstu (np. linijki tekstu biegną skosem lub po przekątnej) oraz stosowanie kolażu złożonego z różnych haseł i symboli. [...] W zasadzie każdy może być redaktorem i wydawcą f[anzinu] – wystarczy mieć pomysł i dostęp do kserografu. Niezależnie od tego f[anzin] jest otwartą trybuną dla czytelników – bardzo ważną rolę odgrywa wymiana korespondencji i jej publikowanie. [...] Każdy f[anzin] zawiera adres wydawcy, co umożliwia wpłaty i zamówienia od czytelników. [...] Prymitywny sposób produkcji ogranicza nakład: przeciętnie waha się on od kilkudziesięciu do kilkuset egzemplarzy jednego wydania⁷⁷.

Jednakże samo słowo „fanzin” jest ograniczeniem, które kojarzy się głównie z magazynem fanowskim. Do podobnego wniosku dochodzi również W. Chorążki dokonujący rozróżnienia tego medium na: ziny – pełniące najczęściej funkcje opiniotwórcze, publicystyczno-informacyjne oraz rozrywkowe, fanziny – magazyny fanowskie, zazwyczaj skupione dookoła określonego rodzaju muzyki, i artziny – skupiające się na tematyce kulturalno-artystycznej⁷⁸. Preferuję stosowanie samego członu zin, który pozostaje najbardziej zbliżony do anglojęzycznego oryginału – *zine* i tym samym antyesencjalistyczny. Jak zauważa badaczka medium – Julie Bartel:

Ziny dotyczą różnorodności, kreatywności, innowacyjności i ekspresji. Jako grupa, ziny celowo nie posiadają spójności pod względem formy lub pełnionej funkcji; prezentując po prostu indywidualne wizje i ideały, a nie cele zawodowe lub korporacyjne. W świecie zinów wszystko jest możliwe. Wszystko. Ich tematyka może dotyczyć tosterów, jedzenia, ulubionego programu telewizyjnego, second-handów, anarchizmu, słodczy, króliczków, wykorzystywania seksualnego, architektury, wojny, ludzików z piernika, aktywizmu, domów spokojnej starości, komiksów, zaburzeń odżywiania, lalek Barbie – czego sobie życzysz⁷⁹.

⁷⁶ Tamże, s. 25.

⁷⁷ M. Pęczak, *Mały słownik subkultur młodzieżowych*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 1992, s. 23–25.

⁷⁸ W. Chorążki, *Polska prasa alternatywna...*, s. 23–24.

⁷⁹ J. Bartel, *From A to Zine. Building a Winning Zine Collection in your Library*, American Library Association, Chicago 2004, s. 2.

Ze względu na fakt, iż ziny są publikacjami niszowymi, wizja retoryczna propagowana na ich łamach pozostaje nieskrępowana. Wraz z profesjonalizacją „Project X” widoczna jest coraz większa restrykcyjność pod względem doboru treści (m.in. ze względu na reklamodawców wykupujących miejsce w magazynie).

Kolejnym istotnym aspektem istnienia zinów, takich jak „The Kaliflower Newsletter”, „Idle Sheets” czy „Project X” nie jest bynajmniej ich pionierskość (wykonywane samodzielnie makiety publikacji poligraficznych, powielane i rozpowszechniane wśród społeczności są klasycznym narzędziem perswazyjnym, obecnym chociażby w formie ulotek), lecz zapewnienie poczucia przynależności. Zin to tradycyjne wydawnictwo grup marginalizowanych, istniejących poza tzw. głównym nurtem (ang. *mainstream*). Rolą wizji retorycznej zinów jest zatem stworzenie szansy zaistnienia swojego głosu. Można również pokusić się o twierdzenie, iż pełnią one funkcję terapeutyczną, gdyż pozwalają na kreatywne pozbycie się frustracji i zwizualizowanie pragnień i celów grupy:

Zmarginalizowani, mający niewielką kontrolę nad swoją pozycją w świecie, wciąż zachowują potężną broń: interpretacje, które nadają okolicznościom i warunkom, które ich otaczają, oraz idee i cechy charakteru, które posiadają. Tak jest w przypadku osób tworzących ziny. Chociaż niewiele mogą zaradzić byciu przegranymi w oczach społeczeństwa, które nagradza zainteresowania, których nie podzielają i przymioty, których nie posiadają, mogą oni na nowo zdefiniować wartość w byciu przegranym i przekształcić deficyt w aktywa. Etykietowani jako przegrani przez główny nurt społeczeństwa, zinowcy [ang. *zinsters* – M.K.] piszą do siebie nawzajem, gloryfikując swoją przegraną i w tym procesie sprawiają, że ta negatywna etykieta staje się pozytywna. Wychwalając przegranych jako wzór do naśladowania, zinowcy tworzą nową tożsamość – „Fajnego Przegrywa” (jak twierdzi tytuł jednego z zinów) i z dumą zawłaszczają ją jako własną⁸⁰.

Takie myślenie można wpisać w kategorię *queer*.

⁸⁰ S. Duncombe, *Notes from the Underground. Zines and the Politics of Alternative Culture*, Microcosm Publishing, Bloomington – Portland 2008, s. 24.

2. MIEJSCE CLUB KIDS W BADANIACH AMERYKAŃSKICH TOŻSAMOŚCI NIENORMATYWNYCH (WYBRANE ZAGADNIENIA)

2.1. Znaczenie nienormatywności w badaniach club kids

Kiedy ktoś zostaje odrzucony przez swoją matkę i ojca, przez swoją rodzinę; kiedy rusza w świat – zaczyna szukać. Zaczyna szukać kogoś, kto wypełni tę pustkę. Wiem z doświadczenia, bo zdarzało mi się, że dzieci do mnie przychodziły i wieszały się na mnie, jakbym był ich matką albo ich ojcem, bo mogą ze mną porozmawiać i ja jestem homoseksualny, one też homoseksualne. [...] Przez to, że ich rodzice obarczyli ich takim brzemieniem, zwracają się do mnie, żebym wypełnił tę pustkę⁸¹.

Te słowa wypowiada Pepper LaBeija – legendarna matka domu LaBeija w dokumencie filmowym *Paris Is Burning*, stanowiącym jedno z głównych źródeł analizy sceny balowej, aktualne pod względem czasowym działalności club kids i „Project X”. P. LaBeija nazywa siebie „matką domu” (ang. *mother of the house/house mother*), chociaż identyfikuje się jako mężczyzna i w cytowanej scenie występuje w męskim stroju, z widocznym zarostem. Warto też zauważyć, że dokonuje pewnego rodzaju generalizacji, mówiąc o przychodzących do niego dzieciach jako „homoseksualnych” (ang. [...] *and I’m gay and they’re gay* [...]).

Prezentowana dysertacja eksploruje wytwory kulturowe i narracje osób odmiennych pod względem **orientacji seksualnej**, rozumianej jako pociąg erotyczny i uczuciowy wobec mężczyzn, kobiet lub obu płci⁸², w warunkach, w których tendencją globalną jest **heteronormatywność**, tj. traktowanie heteroseksualności jako „właściwej, naturalnej i normalnej oraz niewymagającej żadnych wyjaśnień formy ludzkiego funkcjonowania”, pod względem **tożsamości płciowej**, rozumianej jako przynależność osoby do określonej płci, przeżywanie i identyfikowanie siebie jako kobiety, mężczyzny albo osoby innej płci⁸³, w warunkach, w których tendencją globalną jest **cisplciowość**, tj. zgodność tożsamości płciowej jednostki z tą przypisaną przy urodzeniu (męska/żeńska) i/lub pod względem performowania odmiennych od dominujących wzorców **płci kulturowej** (ang. *gender*) innej niż ta przypisana do **płci urodzenia** (ang. *sex*). Natomiast samo pojęcie *queer* należy rozumieć szerzej, niż jako substytut rozrastającej się wersji akronimu LGBT+.

⁸¹ *Paris Is Burning*, reż. Jennie Livingston, USA 1990.

⁸² Stanowisko Polskiego Towarzystwa Seksuologicznego na temat zdrowia osób o orientacji homoseksualnej, Polskie Towarzystwo Seksuologiczne, b.d., <https://pts-seksuologia.pl/sites/strona/59/stanowiskopts-na-temat-zdrowia-osob-o-orientacji-homoseksualnej> [dostęp: 20.04.2022].

⁸³ Stanowisko PTS ws. sytuacji społecznej, zdrowotnej i prawnej osób transpłciowych, Polskie Towarzystwo Seksuologiczne, b.d., <https://pts-seksuologia.pl/sites/strona/83/stanowisko-pts-ws-sytuacji-spoecznej-zdro-wotnej-i-prawnej-osob-transplciowych> [dostęp: 20.04.2022].

To przekroczenie granic społecznego *status quo*, które staje się podstawą do ukształtowania ustalonego (zmarginalizowanego) miejsca jednostki w społeczeństwie, a zarazem czynnik skłaniający do poszukiwania innych, zmarginalizowanych osób w celu wytworzenia grupy wsparcia. Taka kontestacja może wynikać z dobrowolnej chęci zmanifestowania swojej odmienności, ale najczęściej jest rezultatem wcześniejszego odrzucenia, które rodzi potrzebę buntu i wyodrębnienia swojego miejsca w świecie. W kontekście rysu historiograficznego *queer* jest antyesencjalistyczny i pozwala zwrócić uwagę na inność, a jednocześnie uniknąć błędu etykietowania i generalizacji jednostek (często wspartego ich własnymi sprzecznymi świadectwami).

Za modelowy przykład może posłużyć w tym kontekście Quentin Crisp – brytyjski pisarz i performer, urodzony w 1908 roku, który pod koniec życia zamieszkał w Nowym Jorku. Jako postać istotna dla XX-wiecznej reprezentacji osób otwarcie deklarujących przynależność do spektrum LGBT+, identyfikował siebie jako zniewieściałego homoseksualistę (ang. *effeminate homosexual*)⁸⁴, jednocześnie utrzymując, iż chciał dokonać operacji uzgodnienia płci, gdyż bycie kobietą pozwoliłoby mu uniknąć szykan ze strony społeczeństwa i ustroju brytyjskiego przez prawie sześćdziesiąt lat życia (do czasu dekryminalizacji zachowań homoseksualnych w 1967 roku). Transpłciowość nie była więc podyktowana w jego przypadku chęcią uzgodnienia płci, którą prezentował w formie fizycznej, z płcią odczuwaną wewnętrznie, a zwiększeniem komfortu życia. Z drugiej strony Q. Crisp wierzył, iż aby nie okłamywać innych, musi demonstrować swój „zniewieściały homoseksualizm” poprzez użycie kulturowych sygnalizatorów płci żeńskiej: makijażu, farbowanych włosów i malowanych paznokci. Z wydanej pośmiertnie autobiografii można się jednak dowiedzieć, że w wieku 90 lat Q. Crisp zrozumiał, iż jest transpłciową kobietą:

Etykietując siebie jako homoseksualistę i będąc tak etykietowanym przez większość świata, wiodłem faktycznie przez większość swoich lat „gejowski” żywot. W związku z tym mogę utożsamić się z homoseksualnymi mężczyznami, bo od dawna, w większym czy mniejszym stopniu byłem jednym z nich, pomimo mojego faktycznego losu kobiety uwięzionej w męskim ciele. Mówię o sobie „homoseksualista” bezrefleksyjnie przez to, jak przeżyłem swoje życie. Jeśli to czytasz i jesteś gejem, myśl o mnie jako o jednym ze „swoich”, pomimo tego, że teraz znasz prawdę. Jeśli wydaje ci się to zagmatwane, pomyśl, jak zagmatwane było to dla mnie przez ostatnie 90 lat⁸⁵.

Reprezentacja oferowana przez Q. Crispa jest problematyczna, gdyż utwierdza negatywny stereotyp homoseksualności jako hermafrodytyzmu duszy, redukując doświadczenie transpłciowości jedynie do jej przejawu. Jednocześnie pokazuje

⁸⁴ Zob. Q. Crisp, *The Naked Civil Servant*, Penguin Books, Nowy Jork 1997.

⁸⁵ Q. Crisp, *The Last Word: An Autobiography*, MB Books LLC, Bethesda 2017 [e-book], s. 23 [tłum. M.K.] (strony e-booków w pracy zapisywane były na podstawie dostępu przez aplikację iBooks na urządzeniu Apple iPad Pro 12,9", 2. gen).

hierarchiczność inności – dlatego autor/ka zaleca czytającym tekst gejom (wskazanie na relacje patriarchalne), aby nadal postrzegali ją/jego jako „swojego”. Ostatecznie świadectwo Q. Crispa obrazuje również ogromne zagubienie, które wynikało z niewystarczającego stanu wiedzy biopsychospołecznej. Obecnie wiadomo, że orientacja seksualna, jak i tożsamość płciowa, mogą zmieniać się na przestrzeni życia jednostki:

Człowiek w różnych momentach swojego życia i w różnych sytuacjach powinien mieć prawo do różnych zachowań seksualnych – o ile, rzecz jasna, nie będą one zagrażały innym osobom. W związku z tym w kulturze i życiu społecznym powinno się odrzucić przypisywanie jednostkom trwałych ról i tożsamości, raz na zawsze definiujących osobę co do jej orientacji seksualnej. Świat szczęśliwy społecznie ma być światem, w którym i kobiety, i mężczyźni określają się w płynny, dynamiczny sposób co do swych seksualnych preferencji⁸⁶.

Zgodnie z myślą *queer* wspomniany Pepper LaBeija może być „czarną królową sceny balowej”, posiadać dom (komunę) z przybranymi dziećmi oraz dwójkę biologicznego potomstwa ze stosunków z kobietą/kobietami, a jednocześnie identyfikować się jako homoseksualny mężczyzna. To, co pozostaje w mojej opinii stałe, to poczucie odmienności⁸⁷ znajdujące odzwierciedlenie w perspektywie *queer*, której elementy teoretyczne⁸⁸ wykorzystuję w pracy.

2.2. *Queer* jako tożsamość subwersywna

„Obsceniczność angielskiego *queer* plasuje się chyba gdzieś pomiędzy polskimi słowami *pedał*[⁸⁹] i *odmieniec*” – pisał Tomasz Basiuk⁹⁰ (korzystający z terminu „odmieniec” w swoich pracach), zaznaczając, iż nie sposób jednoznacznie rozstrzygnąć, który termin jest właściwszy. W pracy używam słów „odmieńcy”, „odmienność” obok *queer*, ponieważ łączą się one ze słowem *freak* – ‘dziwadło’, które stanowi sposób samookreślenia analizowanej grupy club kids.

⁸⁶ I. Krzemiński, *Společna historia homoseksualności. Ruch wyzwolenia (szkic do problematyki)*, [w:] *Queer Studies. Podręcznik kursu*, red. J. Kochanowicz, M. Abramowicz i R. Biedroń, Kampania Przeciw Homofobii, Warszawa 2010, s. 50.

⁸⁷ Użycie tego neologizmu zostało uzasadnione w dalszej części pracy.

⁸⁸ Używam tutaj sformułowania „elementy teoretyczne”, gdyż często zarzutem stawianym studiom *queer* jest to, iż są to studia lesbijsko-gejowskie z resztą reprezentacji odmiennych niejako „doklejonych” do tych dwóch, które zapoczątkowały dyskurs akademicki dotyczący tego rodzaju nienormatywności. Zdaję sobie sprawę, iż w poniższej pracy niecałe spektrum *queer* (które w mojej opinii, idąc śladem przywoływanej w kolejnym podrozdziale J. Butler, powinno pozostać otwarte) jest reprezentowane w równym stopniu. Wynika to z braku istotnych informacji o tych reprezentacjach w kontekście przedmiotu badania.

⁸⁹ W kontekście propozycji tłumaczenia terminu jako „teoria pedalska”.

⁹⁰ T. Basiuk, *Queerowanie po polsku*, „Furia Pierwsza. Literackie Feministyczne Czasopismo Lesbijskie” 2000, nr 7(1), seria „Zeszyty Gender Studies”, s. 29, https://zbioryspoleczne.pl/jednostki/PL_1053_002_003_0006 [dostęp: 7.06.2022].

Historycznie można wyróżnić kilka znaczeń słowa *queer* – najstarsze i najważniejsze z nich – datowane na 1513 rok – przetrwało do dziś w roli przymiotnika „dziwaczne”⁹¹. *Encyclopedia of Homosexuality* podaje, że genezy negatywnego nacechowania terminu można doszukiwać się w osiemnastowiecznym nazewnictwie sfalszowanych monet i banknotów (warto zauważyć, że oryginalne numizmaty określano jako *straight* – obecnie slangowe określenie osób heteroseksualnych)⁹². *Queer* jako rzeczownik mógł odnosić się też do osób z podejrzanych kręgów lub do grup włóczęgów, co ma to dodatkowe znaczenie, że opisy historiograficzne wyróżniają właśnie tego typu środowiska jako najwcześniejsze przykłady subkultur⁹³. Idąc śladem tłumaczenia powieści Williama S. Burroughsa na język polski, można przyjąć, że *queer* oznaczało tyle co „pedał”⁹⁴, ponieważ słowo to stosowane było głównie wobec osób o domniemanej płci męskiej oraz gejów i w tym negatywnym kontekście było używane przez większość XX wieku:

W stosunku do osób homoseksualnych *queer* konotował dziwność i odmienność zakorzenioną w poczuciu, że osoby homoseksualne znajdują się na marginesie względem większości społeczeństwa. Przenosił również poczucie strachu i niechęci, które odczuwało wielu heteroseksualistów w stosunku do emocji, których nie mogli współdzielić i czynów, których nie mogli zrozumieć. Termin ten służył do wyrażenia (i wzmocnienia) pewnego rodzaju heteroseksualnego etnocentryzmu, który napiętnował różnicę jako obcą i nieakceptowalną⁹⁵.

Queerowi pisarze, tacy jak wspomniany W.S. Burroughs czy James Baldwin, próbowali przewartościować negatywne nacechowanie terminu *queer* już w latach 50. XX wieku, podejmując próbę wprowadzenia do języka wyrażenia „queerować kogoś/coś” (ang. *to be queer for someone or something*), w znaczeniu ‘lubić/mieć słabość do kogoś/czegoś’⁹⁶. Wysiłki te nie przyniosły jednak pożądanego efektu do czasu pandemii AIDS w latach 80. i 90., kiedy społeczności LGBT+ szczególnie odczuły brak wsparcia społecznego oraz zostały rozbite wewnętrznie lękiem przed zarażeniem wirusem HIV. W tym czasie słowo to zostało odzyskane (ang. *reclaimed*) przez grupy radykalnych aktywistów (np. Queer Nation⁹⁷) razem z innymi obelżywymi określeniami, takimi jak ciota (ang. *faggot*) czy lezba (ang. *dyke*). Etykiety, które wcześniej kojarzyły się z językiem

⁹¹ Queer [hasło], [w:] *Wielki słownik angielsko-polski polsko-angielski PWN-OXFORD*, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/queer.html> [dostęp: 28.05.2022].

⁹² W.R. Dynes, W. Johansson, *Encyclopedia of homosexuality. Volume II*, Routledge Revivals, Routledge, Nowy Jork–Londyn 2016.

⁹³ K. Gelder, *Subcultures*, Routledge, 2007, <https://doi.org/10.4324/9780203446850> [dostęp: 6.06.2022].

⁹⁴ W.S. Burroughs, *Pedał*, Wydawnictwo Phantom Press International, Gdańsk 1993.

⁹⁵ Queer [hasło], [w:] *The Encyclopedia of Homosexuality Volume II*, red. W.R. Dynes, W. Johansson, Routledge, Nowy Jork–Londyn 2016, s. 1091 [tłum: M.K.].

⁹⁶ Queer [hasło], [w:] *Oxford English Dictionary*, b.d., <https://www.oed.com/oed2/00194686;jsessionid=29800D0408C3B2E9D6BF3ACB049B00E7> [dostęp: 28.05.2022].

⁹⁷ Zob. *What Is Queer Nation?*, <https://www.newsweek.com/what-queer-nation-202866> [dostęp: 20.05.2022].

wykluczenia, zostały przyjęte przez wiele odmiennych jednostek i zaakceptowane jako symbol dumy (ang. *pride*), co miało odebrać im ich stygmatyzującą moc.

Z tego powodu sympatycy podejścia queerowego chętniej projektują przekazy, które w ujęciu normatywnym mogą być odbierane jako radykalne (np. *We're here, we're queer, get used to us!* – Jesteśmy tutaj, jesteśmy odmiennymi – przyzwyczajcie się!). Innym powodem jest pamięć o nieudanych próbach polityki asymilacyjnej, które wprowadziły zwiększyły widoczność osób LGBT+, ale spotęgowały również zjawisko przemocy normemicznej (wewnątrzśrodowiskowej), co burzy mit o homogenicznej konstrukcji tych grup:

Przemoc ta dotyczyła w pierwszym rzędzie separacji takich znaczeń homoseksualności, które nie były zgodne z logiką ekwiwalencji, a zatem wykluczania z opisu homoseksualności tego wszystkiego, co mogłoby być postrzegane negatywnie przez heteroseksualne otoczenie: homoseksualnych związków niemonogamicznych i przypadkowego seksu [...], osób transseksualnych czy transgenderowych [...] itp.⁹⁸

Myśl *queer* reprezentuje więc podwójne wykluczenie (razem ze społeczną przemocą normetyczną – zewnątrzśrodowiskową) i w kontekście badań subkultur tożsama jest z kontestacją kulturową, rozumianą jako odrzucenie i reinterpretacja, a także tworzenie nowych, wykraczających poza zastane systemy komunikacji form ekspresji⁹⁹, a więc sprzeciwem wobec dominujących (hegemonicznych) wzorców kulturowych. Hegemonia oznacza, że panująca społecznie klasa materialna stanowi również panującą siłę duchową, której muszą podporządkować się inni. „Odbywa się to nie na drodze stosowania przymusu czy narzucania dominujących idei, lecz przez »wgrywanie i kształtowanie przyzwolenia w taki sposób, aby władza klas dominujących jawiła się jako uprawomocniona i naturalna«”¹⁰⁰.

Queer może być więc każda osoba, która znalazła się na marginesie domyślnych wzorców funkcjonowania społecznego i która celebruje swoją odmienną, zamiast podejmować próby normalizacji na rzecz upodobnienia się do świata normatywnego. Jednocześnie takie użycie słowa aktywuje mechanizm subwersji (ang. *subversion*), która w podstawowym znaczeniu jest cytowaniem języka wbrew jego pierwotnej intencji (obelga, która staje się symbolem dumy)¹⁰¹:

⁹⁸ J. Kochanowski, *Spektakl i wiedza. Perspektywa społecznej teorii queer*, Wydawnictwo „Wschód-Zachód”, Łódź 2009, s. 26.

⁹⁹ A. Jawłowska, *Drogi kontrkultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1975, s. 296.

¹⁰⁰ M. Wróblewski, *Kultura i hegemonia: Antologia tekstów szkoły z Birmingham*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2012, s. 62.

¹⁰¹ J. Butler, *Uwikłani w pleć*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2008, [ebook] <https://wydawnictwo.krytykapolityczna.pl/uwiklani-w-plec-judith-butler-232> [dostęp: 12.07.2022].

Od początku lat 90. słowo „queer” stało się synonimem określenia różnych mniejszości seksualnych, które były wykluczane w ramach wcześniejszych kultur gejowsko-lesbijskich. Stąd sam termin z definicji ma pozostać otwarty, przekraczający jakiekolwiek granice grupowe, odrzucający sztywne seksualne kategorie i włączający zarówno gejów i lesbijki, jak też biseksualistów, transseksualistów, transgenderystów, drags, ale też heteroseksualistów, krótko mówiąc, wszystkich buntujących się przeciwko normalizującym zachowaniom, odrzucającym społeczne etykietowanie i hierarchizowanie zachowań seksualnych. Jak pisze Joshua Gamson, „queer nie tyle kontestuje status outsidera, ile znajduje w nim rozkosz”¹⁰².

2.3. Performans i subwersja: drag jako (anty)normatywny opór?

Queerowość stanowi przeciwieństwo *niewidoczności* (ang. *passing*), polegającej na „wtapianiu się” w normatywne otoczenie poprzez upodabnianie się do szeregu wyobrażeń dotyczących płci kulturowej powiązanych z płcią biologiczną przypisaną jednostce¹⁰³. Taki proces jest formą teatralnej „inscenizacji”, której celem jest „zachowanie twarzy” przez osobę ukrywającą swoją nienormatywność¹⁰⁴. Tego typu występ ma charakter powtarzalny, a role modyfikowane są tak, aby odzwierciedlić *Zeitgeist* tego, co oznacza bycie „prawdziwym” (ang. *real*) mężczyzną lub kobietą. Jak zauważa Judith Butler:

„Rzeczywisty” i „faktyczny ze względu na biologiczną płć” to fantazmatyczne konstrukcje – złudzenia substancji. Ciała zmuszone są do nich dążyć, lecz nigdy nie zdołają ich osiągnąć. [...] Kulturowa płć – efekt performatywności, subtelnej i głęboko politycznej – stanowi „akt”, by tak rzec, przygotowany na pęknięcia, autoparodię, samokrytykę oraz na owe pełne przerysowań, obnoszenie się z tym, co „naturalne”, które w tej przesadzie odsłania swój właściwy status, fundamentalnie fantazmatyczny¹⁰⁵.

Analogicznie bycie *queer* nie jest też czynnością statyczną, a więc należałoby stosować go jako czasownik w formie ciągłej – *queerowanie* jest aktem performatywnym, którego celem jest demonstracja odmienności. W jej efekcie, idąc śladem teorii symbolicznej konwergencji, destabilizowane są normatywne motywy i typy fantastyczne używane do sprawowania społecznej kontroli nad ciałem.

Jako przykład performatywnej subwersji J. Butler wymienia występ *drag*, precyzując, iż nie jest to jedynie czynność przebierania się w elementy garderoby kulturowo przynależne do płci przeciwnej¹⁰⁶, co skłania do postawienia pytania o różnicę pomiędzy osobami performującymi *drag* i *cross-dressing*. Najprostsze takie rozróżnienie prezentuje postać Noxeemy Jackson w komedii obyczajowej *To Wong Foo, Thanks for Everything! Julie Newmar*:

¹⁰² J. Mizielińska, *Płć, ciało, seksualność. Od feminizmu do teorii queer*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2006, s. 116.

¹⁰³ Chociaż nie zawsze płć jest performowana jest płcią biologiczną jednostki.

¹⁰⁴ Zob. M. Kiełdanowicz, *Interakcjonizm w komunikologii – dramaturgiczna koncepcja życia społecznego Ervinga Goffmana*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 82–92.

¹⁰⁵ J. Butler, *Uwikłani w płć*, dz. cyt.

¹⁰⁶ J. Butler, *Bodies That Matter. On the Discursive Limits of “Sex”*, Routledge, Nowy Jork–Londyn 1993, s. 231.

Kiedy heteroseksualny mężczyzna zakłada sukienkę, żeby zaspokoić swoje fetysze, to jest transwestyta. Kiedy mężczyzna jest kobietą uwięzioną w męskim ciele i przechodzi małą operację, to jest transseksualist(k)ą¹⁰⁷. [...] Kiedy homoseksualny mężczyzna ma zdecydowanie zbyt wiele wycucia stylu na jedną płć kulturową, to jest drag queen.

[...] A kiedy nudny, mały latynoski chłopiec zakłada sukienkę, to jest po prostu chłopcem w sukience!¹⁰⁸

Oczywiście jest to generalizacja. Lingwista Paul Baker zauważa, że *cross-dresser* to osoba, która „nosi ubrania i zachowuje się jako przedstawiciel/ka przeciwnej płci, zazwyczaj dla zaspokojenia emocjonalnego lub seksualnego. Inaczej *X-dresser* lub transwestyta”¹⁰⁹, z kolei *drag* to:

1. ubiór typowy dla danej płci (biologicznej lub kulturowej) noszony przez płć przeciwną. Jednakże drag może często być czymś znacznie więcej niż ubranie i odzwierciedlać psychiczny, emocjonalny lub seksualny stan osoby. Niektóre osoby transpłciowe wskazywały, że prawdziwym „przebraniem” jest konieczność noszenia ubrań, których oczekuje się od nich społecznie. 2. wszelkie ubrania odmienne od noszonych przez osobę w codziennym życiu. – Widziałeś (drag) Davida w tym męskim uniformie? Ciekawe, gdzie schowa swoją torebkę? 3. akronim „przebrany/a za dziewczynę” [ang. *dressed as a girl* – M.K.]¹¹⁰.

Drag zawiera więc w sobie element *cross-dressingu*, jednakże tam, gdzie *cross-dressing* może być ograniczony jedynie do „przebrania” lub odczytywany jako negatywna ocena czyjegoś wyglądu¹¹¹, *drag* może stać się zarówno katalizatorem *passingu*, jak i manifestacji *queerowości*, a zatem iluzoryczności oczekiwań dotyczących wypełniania „rzeczywistości” płci kulturowej. Taka transgresja przybliża do wyłamania się z normatywnej hegemonii, nie jest jednak jej gwarancją.

To jest biała Ameryka. Każda inna narodowość, która nie jest biała, wie o tym i akceptuje to aż do swojej śmierci. To ambicja i marzenie każdego z nas, jako mniejszości – żyć i wyglądać równie dobrze co biały człowiek. Taki jest obraz życia w Ameryce. Wszystkie media, do których masz dostęp: od telewizji po czasopisma i filmy... W sensie, co jest najważniejszym przekazem, który ogląda mniejszość? „Dynastia” i „The Colbys”. Hmm... „All My Children” – opery mydlane. Każdy z ich bohaterów/bohatek posiada gdzieś w okolicach miliona dolarów. Kiedy pokazują ci reklamę Honey Grahams, Crest, Lestoil czy Pine-sol – każdy jest w swoim domu. Małe dzieci jeżdżą zabawkami Fisher Price po trawniku; nie ma ich na betonowym placu zabaw. Basen jest zawsze za domem. To jest biała Ameryka. A jeśli chodzi o mniejszości; szczególnie czarną – my jako nacja przez ostatnie 400 lat jesteśmy najwspanialszym przykładem zmiany zachowań w historii cywilizacji. Odebrano nam wszystko, a mimo tego wszyscy nauczyliśmy się, jak przetrwać. Dlatego w środowisku balowym jest tak oczywiste, że jeśli uchwyciłeś wspaniały biały sposób życia, wyglądu, stroju lub mówienia – jesteś cudem!¹¹²

¹⁰⁷ W pracy używam tego obecnie dyskryminującego określenia, tłumaczając materiały źródłowe, gdzie pojawia się anglojęzyczny zapis *transsexual*. Obecnie przyjętą formą jest osoba transpłciowa (ang. *transgender*).

¹⁰⁸ *To Wong Foo, Thanks for Everything! Julie Newmar*, reż. Beeban Kidron, USA 1995.

¹⁰⁹ P. Baker, *Drag* [hasło], [w:] *Fantabulosa: A Dictionary of Polari and Gay Slang*, Continuum International Publishing, Londyn 2002, s. 103.

¹¹⁰ Tamże, s. 112.

¹¹¹ Termin często stosowany był np. w celu ośmieszenia osób transpłciowych, aczkolwiek, istotne postaci w historii LGBT+ używały terminu wobec samych siebie (np. Marsha P. Johnson), co może być odbierane również jako zachowanie subwersywne.

¹¹² *Paris Is Burning*, reż. Jennie Livingston, USA 1990.

J. Butler w *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex* w części przyjmuje zarzuty bell hooks postawione omówionemu w dalszej części tego rozdziału filmowi dokumentalnemu *Paris Is Burning*. Naukowniczyni zarzuciła produkcji m.in. auto-kolonializm (uczestnictwo jako dobrowolne odtwarzanie i glamoryzacja najwyższych kast „białej” Ameryki), wojeryzm (reżyserka J. Livingston jako biała kobieta – zbawczyni filmująca współczesne „jądro ciemności”), eskapizm lub brak odpowiedzialności (zastępowanie wiadomości dotyczącej zmarginalizowanych grup etnicznych celebrowaniem spektaklu), nawiązując przy tym do roli dragu jako narzędzia uprzedmiotawiania kobiet (co stoi w kontrze do poglądu, że drag jest parodiowaniem wzorców płci kulturowej)¹¹³:

Jak pokazał film „Paris Is Burning”, drag nie jest bezproblemowo subwersywny. Pełni funkcję subwersywną do tego stopnia, że odzwierciedla przyziemne personifikacje, dzięki którym heteroseksualnie idealne płcie są wykonywane i naturalizowane, a także podważa ich moc z racji tego, że dokonuje takiego wyeksponowania. Ale nie ma gwarancji, że ujawnienie znaturalizowanego statusu heteroseksualności doprowadzi do jego subwersji. Heteroseksualność może wzmocnić swoją hegemonię poprzez swoją denaturalizację, jak wtedy, gdy widzimy denaturalizujące parodie, które ponownie realizują normy heteroseksualne bez ich podważania¹¹⁴.

2.4. Rola mimikry w *Paris Is Burning*

W celu zrozumienia zarzutów wobec subkultury balowej (określanej również jako *ballroom*, *ballroom scene*, *ball culture*) należy spojrzeć wstecz¹¹⁵, przynajmniej do początku jej współczesnej historii, za który należy uznać noc konkursu piękności *drag queens* – „All-America Camp Beauty Contest 1967”, zarejestrowanego na potrzeby dokumentu filmowego *The Queen* (1968)¹¹⁶ i wyprodukowanego przez nowojorską *drag queen* – Flawless Mother Sabrina. W scenie koronacji nowej królowej jedna z uczestniczek – Crystal LaBeija, rozgoryczona otrzymaniem tytułu trzeciej wicemiss, opuszcza miejsce

¹¹³ B. Hooks, *Is Paris Burning?*, [w:] *Black Looks. Race and Representation*, South End Press, Boston 1992, s. 145–157.

¹¹⁴ J. Butler, *Bodies That Matter*, dz. cyt., s. 243.

¹¹⁵ Wcześniejsze zapiski o subkulturze balu sugerują, że z pewnością była ona aktywna w okresie renesansu harlemskiego (1918–1937), kiedy pisarz Langston Hughes był świadkiem „najdziwniejszego i najwspanialszego” balu w Hamilton Lodge Club. Tak opisywał swoje doświadczenia: „To bal, na którym mężczyźni przebierają się za kobiety, a kobiety za mężczyzn. W czasie epoki New Negro [alternatywna nazwa renesansu harlemskiego – M.K.] i turystycznego oblężenia Harlemu za modne uważano, by inteligencja i liderzy ruchów społecznych zarówno z Harlemu, jak i centrum miasta zajmowali łoże na tym balu i spoglądali z góry na dziwacznie dobrany tłum na parkiecie; mężczyzn w zwiewnych sukniach i pierzastych nakryciach głowy i kobiety w smokingach lub garniturach w stylu box-back”. Z kolei wiek niektórych osób uczestniczących i opisy ich dragu sugerują, iż w Nowym Jorku bale musiały odbywać się przynajmniej od tzw. poślacanego wieku (ang. Gilded Age), a więc lat 1870–1900: „Te dawne królowe balu – część z nich będąca podstarzałymi mężczyznami, wciąż ubranymi w kostiumy, które zapewniły im przemijającą sławę w dawnych latach stoi po bokach w tych samych starych ubraniach – kapeluszach z pióropuszcami i szerokimi rondami oraz niemodnych sukniach z długimi aksamitnymi trenami. Nikt nie zwraca na nich/nie uwagi – reflektory skierowane są na scenę, gdzie dzisiejsi młodszy zawodnicy/zawodniczki w swoich eleganckich kreacjach walczą o uznanie”. Zob. *Autobiography: The Big Sea (Collected Works of Langston Hughes Volume 13)*, red. L. Hughes, J. McLaren, University of Missouri Press, Columbia 2002, s. 208–209.

¹¹⁶ *The Queen*, reż. Jack Doroshov, USA 1968.

konkursu, ostentacyjnie przechodząc przez publiczność i otrzymując stłumione oklaski za swoją brawurę (ang. *fierceness*). Następnie Crystal LaBeija konfrontuje się z Sabriną, oskarżając ją o rasizm, ukartowanie wyniku konkursu i faworyzowanie debutującej Jean Harlow, która zdobyła tytuł miss, jednocześnie grożąc Sabrinie pozwem, jeśli wykorzysta jej wizerunek w filmie.

Po wyrażeniu swojej frustracji C. LaBeija powróciła do Harlemu, gdzie została matką swojej własnej sceny drag i pierwszego domu – LaBeija. Domy (ang. *houses*) były¹¹⁷ queerowymi komunami w środowisku subkultury balu, przypominającymi strukturą normatywne rodziny zastępcze. Na czele każdego domu stała matka (ang. *mother*) lub ojciec (ang. *father*) – w zależności od identyfikacji osoby przewodzącej. Niektóre domy, tak jak Dom Xtravaganzów miały dwoje rodziców (Angie i David Xtravaganza). Nazwy domów często zapożyczane były od nazwisk projektantów/projektantek mody (np. Saint Laurent, Chanel) i stawały się nowymi nazwiskami dzieci (ang. *children*) komuny. Rodzice w zamian za opiekę oczekiwali, że ich pociechy będą uczestniczyły w balach i prezentowały się w kategoriach (ang. *categories*), wygrywając trofea i budując pozycję „legend” (ang. *legends*) społeczności. Rywalizacja w balach łączyła się również z nagrodami pieniężnymi, co nie jest jednak bezpośrednio pokazane w *Paris Is Burning*.

Bale były z kolei całonocnymi wydarzeniami, podzielonymi na kategorie (ang. *categories*) prawdziwości (ang. *realness*) – wyzwania, w których musiał zostać zrealizowany określony jej wzorzec. Każda z prezentacji spełniała przede wszystkim funkcję mimetyczną w stosunku do tego, co zostało zaobserwowane przez uczestniczących na ulicach Nowego Jorku i w mediach. *Paris Is Burning* prezentuje około dziesięciu kategorii „prawdziwości” podlegających ocenie jury, nie jest to jednak pełne spektrum tych reprezentacji. Dorian Corey zwraca uwagę, że kategorie ewoluują i odzwierciedlają stan tego, co w danym momencie uważane jest za wspaniałe – w jego czasach były to np. tancerki z Las Vegas i gwiazdy filmowe Elizabeth Taylor i Marilyn Monroe. W nieautoryzowanej kontynuacji¹¹⁸ dokumentu, zatytułowanej *How Do I Look?* (2006)¹¹⁹, widać również, że te formy ekspresji podległy kolejnej modyfikacji, włączając np. futurystyczne kostiumy

¹¹⁷ Używam czasu przeszłego, odnosząc się do historycznego stanu nowojorskiej subkultury balu, same wydarzenia, jak i niektóre domy (np. LaBeija) przetrwały do dnia dzisiejszego, chociaż w zmienionej formie.

¹¹⁸ Film był również próbą naprawienia wizerunku (sub)kultury, po tym jak ws. dokumencie J. Livingston ukazane zostały m.in. procedury kradzieży ze sklepów i sex workingu jako kluczowe elementy przetrwania. Innym zarzutem było to, iż autorka dokumentu nie podzieliła się zyskami z dokumentu z osobami uczestniczącymi w scenie.

¹¹⁹ *How Do I Look?*, reż. Wolfgang Busch, USA 2006.

kosmiczne, które swoją estetyką przypominały stroje Susanne Bartsch i club kids (o interakcji między tymi grupami podczas wydarzenia „The Love Ball” piszę w dalszej części rozdziału).

Kategorie prezentowane w trakcie balu można podzielić na te, w których ważniejszy był strój, i te, w których ważniejsza była forma – ciało osoby występującej w danej kategorii. Do pierwszej należałoby zaliczyć *schoolboy/schoolgirl realness* (ang. prawdziwy/a uczeń/uczennica), gdzie osoba przebrana była w strój lub mundurek kogoś uczęszczającego do szkoły średniej lub wyższej; *Town and Country* (pol. Miasto i wieś¹²⁰), gdzie uczestniczący odwzorowali strój zamożnej osoby, spędzającej weekend w swojej posiadłości za miastem (w tej kategorii jeden z uczestników ubrany jest w kask, jedwabny szal i bryczesy, podskakuje na scenie, uderzając pejcem wyimaginowanego konia, na którym jeździ po swojej posiadłości); *high fashion eveningwear* (pol. wieczorowe „haute couture”), w którym osoba odwzorowywała suknie lub fraki zamożnej osoby wybierającej się na eleganckie przyjęcie; *executive realness* (pol. prawdziwy/a kierownik/kierowniczka) wymagało od osoby przebrania w dobrze skrojony garnitur lub garsonkę, typowy dla stylu osoby zarządzającej firmą lub przedsiębiorstwem. Z kolei *military realness* (pol. prawdziwy/a żołnierz/żołnierka) wymagała dobrej prezencji w mundurze.

Kategorią pośrednią pomiędzy modą a prezentacją ciała było „*banjee*”, co jest określeniem trudno przetłumaczalnym¹²¹, ponieważ prezentujące się w tej kategorii osoby przypominają zmagających się z trudami codzienności czarnych „braci” i „siostry” z sąsiedztwa. Mężczyźni ubierali się w dresy, czapki i łańcuchy, natomiast kobiety wkładały swetry i jeansy. Strój pełni tu równie ważną funkcję, co brawura prezentacji – pewny krok na scenie sugeruje, że każdy, kto stanie na drodze „*banjee*” znajdzie się w tarapatach.

Wśród kategorii prezentacji ciała w *Paris Is Burning* można wyróżnić *luscious body* (ang. ‘ponętne ciało’), które było kategorią dla kobiet o rubensowskiej figurze, czujących się komfortowo w swoim ciele (prezentowane przez jedną z członkiń jury poprzez przejście nago po scenie). Podobną kategorią była „*face*” (ang. ‘twarz’), która celebrowała piękno naturalnego lica, a w filmie określana jest jako *modèle realness*. Na drugim skaju spektrum jest *butch queen first time in drags at a ball* (w swobodnym tłumaczeniu „Królowa-wół pierwszy raz w fatałaszki na balu”) – osoba prezentująca męski typ sylwetki, która

¹²⁰ Nazwa kategorii zapożyczona została od nazwy magazynu o tym samym tytule.

¹²¹ Być może jest to nawiązanie do ang. *banshee* – ducha kobiety z irlandzkiego folkloru, którego zawodzenie stanowi przepowiednię rychłego zgonu osoby z rodziny. Zob. *Banshee*, Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/banshee> [dostęp: 15.11.2023].

niezgrabnie pierwszy raz decyduje się wystąpić w kobiecym dragu. Szczególną formą prezentacji ciała był *vogue* (ang. *vogue*; również jako czas. *vogueing*) – taniec, którego figury imitują w części pozy przybierane przez modeli i modelki na stronach magazynu mody o tym samym tytule, a w części czerpią z egipskich ekspresji hieroglificznych¹²² i figur gimnastycznych.

Jako forma ewolucyjna konkursów piękności (w których brała udział założycielka balów – Crystal LaBeija) idea „prawdziwości” wyznaczana były przez jury oceniające uczestniczących, a składające się zazwyczaj z legendarnych dzieci subkultury. Często również nieoficjalną rolę takiego czynnika pełnił mistrz ceremonii, który komentował występ osób uczestniczących, modulując entuzjazm zarówno publiczności, jak i panelu sędziowskiego. Dorian Corey idzie krok dalej, porównując domy do gangów ulicznych, w których „chodzenie” (ang. *walking*) i rywalizacja w tańcu *vogue* są ekwiwalentem walki. Przejściu w kategorii towarzyszyły często okrzyki i oklaski, jeśli wzorzec został zrealizowany poprawnie. *Ova(h)!* od angielskiego *over*, sugerował, iż prezentacja była tak znakomita, iż wymykała się poza skalę oceny sędziów, w której 10 i 9 były najwyższymi wartościami – wszystko poniżej było oceną negatywną. Negatywnymi formami oceny, poza niską punktacją, była „lektura” (ang. *reading* – lit. ‘czytanie’), w której założeniu recytowano czyjeś najgorsze cechy, podobnie jak czyta się akapit tekstu w książce. Bardziej zawołowaną formą takiego zachowania było „oczernianie” (ang. *throwing shade* – lit. ‘rzucanie cienia’), w którym jak mówi D. Corey, „nie mówię ci, że jesteś paskudą, bo jak sam/a wiesz, nie muszę ci tego mówić”.

Należy jednak zwrócić uwagę na szczególny wymiar krytyki podczas balu, kiedy realizacja wzorców prawdziwości mogła przełożyć się bezpośrednio na bezpieczeństwo osoby w kontakcie z normatywnym światem. *Trans panic defense* jest linią obrony sądowej, w której osoba oskarżona może częściowo lub całkowicie ubiegać się o uniewinnienie zbrodni takich jak napaść czy morderstwo na podstawie tożsamości płciowej ofiary, która sprowokowała ją do reakcji przemocowej, sygnalizując płć biologiczną odmienną od tej przypisanej przy urodzeniu. Obecnie ta strategia nie jest dopuszczalną linią obrony na terenie stanu Nowy Jork¹²³. W *Paris Is Burning* Venus Xtravaganza opisuje typową

¹²² To źródło inspiracji może stanowić nawiązanie do popularnej w niektórych kręgach teorii, iż społeczności afroamerykańskie pochodzą od ludów zamieszkujących dawne ziemie egipskie. Zob.: A.G. Hilliard III, *The Meaning of KMT (Ancient Egyptian) History for Contemporary African American Experience*, “Phylon” 1992, t. 49, nr 1/2, s. 10–22, <https://doi.org/10.2307/3132613> [dostęp: 16.09.2022].

¹²³ *Gay/Trans Panic Defense Bans*, Movement Advanced Projects, https://www.lgbtmap.org/equality-maps/panic_defense_bans [dostęp: 22.09.2022].

interakcję, która mogła zakończyć się uzasadnieniem *trans panic defense* w amerykańskim systemie sądowym. W trakcie zbliżenia intymnego jeden z klientów Venus zorientował się, iż kobieta posiada męskie genitalia i zaczął krzyczeć „ty pieprzona cioto, jesteś dziwadłem, ofiarą AIDS i chcesz mnie zarazić AIDS; co zwariowałaś, jesteś pedałem, powinienem cię zabić”. W trakcie tej kłótni kobieta uciekła przez okno. Gdyby doszło do morderstwa, Venus przedstawiona zostałaby jako oprawczyni, która uwiodła mordercę, okłamała i wprowadziła w stan niepoczytalności. Z tego powodu, gdy Venus została zamordowana przez jednego ze swoich klientów, jej matka domu – Angie Xtravaganza, która była również transpłciową kobietą, mogła tylko ubolewać nad losem swojej córki, mówiąc, że jest to część doświadczenia bycia osobą transpłciową w mieście.

Dokument *The Queen* w niezamierzony, jak można sądzić, sposób ukazuje, że zjawiskiem, które stworzyło na nowo współczesną formę subkultury balu jest dyskryminacja pod względem rasowym i etnicznym¹²⁴ oraz narastające jej poczucie, które doprowadziło do renesansu tego typu formy ekspresji wśród marginalizowanych mniejszości Nowego Jorku (głównie czarnego i latynoskiego spektrum LGBT+). Zarzuty C. LaBeiji nie są bezpodstawne. Performerka wyróżnia się spośród uczestniczek nie tylko dopracowanym makijażem, strojem i sposobem prezencji scenicznej, ale też znacznie ciemniejszym od pozostałych „kolorowych” kandydatek odcieniem skóry. Natomiast Jean Harlow stanowi jej przeciwieństwo – jako amatorka nie może znaleźć swojej peruki, ma problemy z suknią wieczorową, a po wyjściu ze swojej persony jest idealnym „białym chłopakiem z sąsiedztwa” – młodym, o blond włosach i bardzo jasnej karnacji.

Warto zauważyć, iż zwłaszcza dyskryminacja rasowa w kontekście amerykańskim jest zjawiskiem trudnym do uchwycenia ze względu na jego dynamiczność, wielowymiarowość i złożoność. Jej formy zmieniają się wraz z czasami, w których występuje, a wielowymiarowość dotyczy głębokości zakorzenienia konfliktu etnicznego w historii i tradycji (lub tradycjach) Stanów Zjednoczonych, co prowadzi do złożoności, z jaką penetruje konstrukcje systemowe, społeczne, hierarchiczne i psychologiczne¹²⁵. Nie sposób więc mówić o jednej jej formie, podobnie jak w przypadku dokumentu filmowego J. Livingston – jej forma nie jest do końca rozpoznana, wiadomo jedynie, że wiąże się

¹²⁴ Używam pojęcia „dyskryminacja etniczna”, odnosząc się bezpośrednio do określenia używanego w amerykańskim spisie ludności – ang. *White alone, not Hispanic or Latino*, który wyodrębnia istnienie „czystej” rasy białej, stanowiącej w 2022 roku ogólnie 58,9% populacji i 54,2% populacji Nowego Jorku. Zob. *U.S. Census Bureau QuickFacts: New York; United States*, <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/NY,US/RHI125222> [dostęp: 20.07.2021].

¹²⁵ Zob. J. Hamilton-Mason, R.W.C. Tourse, N.J. Wiewiorski, *Systemic Racism in the United States. Scaffolding as Social Construction*, Springer, Szwajcaria 2018.

z wszechogarniającym aparatem opresji. Podczas omawiania subkultury balu chciałbym skupić się na jednej z form – rasizmie kulturowym, rozumianym jako:

[...] każdy rozpowszechniony w społeczeństwie przekaz lub obraz, który promuje stałe, lecz fałszywe przekonanie, że bycie osobą białoskórą jest stanem domyślnym, pożądanym i „normalnym”. Powoduje to napięcia z obu stron – fałszywe przekonanie białych, które zakłada, że kultura innych ma deficyty, a dla „innych” implikuje, że ich kultury są niewystarczające, a ideał istnieje poza ramami ich własnej kultury¹²⁶.

Stąd wśród osób uczestniczących w balach poczucie, iż nie są wystarczająco wartościowymi jednostkami i muszą uciekać się do mimikry „białej” kultury. Kategorie balu nie były zatem żartobliwe, chociaż mogą się takie wydawać. Internalizowany rasizm (rozumiany jako niechęć wobec własnej odmienności etnicznej) mógłby być konstytuowany zarówno przez brak odmienności w hierarchii społecznej, jak i wewnętrzną dyskryminację przez środowiska czarnoskóre i latynoskie wobec osób *queerujących*. Wśród części mniejszości afroamerykańskiej bardzo ważnym konceptem jest *respectability* (co należałoby przetłumaczyć jako ‘poważanie’, ‘porządność’). Jest to mit kultywujący przemoc wewnątrzśrodowiskową polegający, jak pisze Theodore R. Johnson, na tym, że:

[...] gdyby Czarni zachowywali się w sposób bardziej zgodny z proponowanym białym ideałem, rezultatem byłoby ich równouprawnienie i upadek dyskryminacji rasowej. Taktyka ta była formą protestu politycznego opartego na apelu do białej ludzkości, ale miała kłopotliwe skutki uboczne¹²⁷.

W przypadku *Paris Is Burning* niepożądana jest odmienność pod względem orientacji seksualnej i tożsamości płciowej, czemu świadectwo daje Pepper LaBeija, opowiadając o reakcji jego biologicznej matki, która spaliła wszystkie jego kobiece ubrania i zmuszała do posiadania zarostu. Z drugiej strony jako matka domu Pepper LaBeija sam marzył o tym, aby żyć jak sławni, bogaci i „normalni” – biali.

Kiedy normatywne społeczeństwo zauważyło istnienie subkultury, nie przyniosło to pożądanego spełnienia uczestniczącym. W felietonie opublikowanym trzy lata po premierze dokumentu J. Livingston można przeczytać:

Paryż już nie płonie. Spalił się. I nie tylko z powodu ofiar w ludziach. Nikt nie musi chodzić już na bal, żeby zobaczyć drag: Dama Edna Everage ma swoje dedykowane programy w telewizji, twarz RuPaula gości na okładkach magazynów, a pokazy mody włączają performerów/performerki drag na wybiegu. Nikt nie musi też iść na bal, żeby zobaczyć vogueowanie; nie od czasu, kiedy Madonna pochłonęła taniec, kolonizując w procesie dwójkę Xtravaganzów. Kiedy mainstreamowa Ameryka zaczęła kopiować subkulturę, która kopiowała ją, sama subkultura nie była już przydatna szerszej publiczności, a wszelkie nowe możliwości, które zaistniały dla jej pierwszoplanowych bohaterów, skończyły się. Dla przykładu po jedynym zeszłorocznym występie w klubie jazzowym Sweetwaters,

¹²⁶ Tamże, s. 5.

¹²⁷ Zob. Th.R. Johnson, *Black-on-Black Racism: The Hazards of Implicit Bias: How the politics of respectability twists society*, <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2014/12/black-on-black-racism-the-hazards-of-implicit-bias/384028/> [dostęp: 23.08.2023].

Octavia St. Laurent wróciła do tańca [erotycznego – M.K.] za szklaną zasłoną w Show Palace. Z kolei bale, które przeniosły się na śródmieście w swoim momencie sławy, w większości powróciły do Harlemu¹²⁸.

Artykuł bezpośrednio nawiązuje do singla Madonny, zatytułowanego *Vogue*, który zadebiutował 19 maja 1990 roku na pierwszym miejscu listy przebojów *Billboard Hot 100*, pozostając tam przez trzy kolejne tygodnie¹²⁹. Piosenka stała się jednym z najbardziej rozpoznawalnych utworów w dorobku artystki, jednakże związek jej genezy z tańcem ukazany w dokumencie *Paris Is Burning* pozostaje dla większości odbiorców mało oczywisty.

Międzynarodowa publiczność, oglądając klip zainspirowany systemem studyjnym złotego okresu Hollywood, przepełniony blichтром, wystudiowanymi pozami oraz kostiumami autorstwa Jeana-Paula Gaultiera¹³⁰, mogła odczytywać przesłanie piosenki jako ukłon w stronę najpopularniejszego międzynarodowego czasopisma poświęconego modzie i stylowi¹³¹. Nie jest to całkowicie mylne spostrzeżenie, biorąc pod uwagę wpływ magazynu na figury tańca, jednak historycznie postaciami *vouge*’ującymi nie były „Greta Garbo i Monroe” wraz z panteonem aktorek i aktorów, których imiona Madonna rapowała w tekście piosenki; nie tańczyła go również Maria Antonina (stylizacja Madonny z MTV Music Awards 1990 oraz The Re-invention World Tour 2004) ani Kleopatra (występ podczas finału Superbowl 2012).

Drugi sezon *Pose*¹³² – serialu opartego na działalności sceny balowej na przełomie lat 80. i 90. XX wieku – eksploruje wpływ piosenki artystki na życie osób uczestniczących w subkulturze. Chociaż serial jest dramatyzacją wydarzeń, a postaci są fikcyjne, serial wykorzystuje bardzo ciekawą argumentację przy uzasadnieniu entuzjazmu, z jakim balowicze czują się docenieni utworem Madonny. Oto esencja „białej Ameryki” – Madonna, która przyjechała do Nowego Jorku z 30 dolarami w kieszeni, by stać się uznaną międzynarodowo artystką sceniczną, docenia ich subkulturę i taniec. Dodatkowo sama wykorzystuje *drag*, kreując inne persony przy promocji kolejnych albumów (w tym *drag* amerykańskiej ikony – Marilyn Monroe, jak w teledysku do *Material girl*). Madonna deklarowała, że własnymi siłami stworzyła siebie jako najbardziej pożądaną kobietę na

¹²⁸ J. Green, *Paris Has Burned*, “The New York Times” 1993, 18.04, <https://www.nytimes.com/1993/04/18/style/paris-has-burned.html> [dostęp: 9.07.2022].

¹²⁹ <https://www.billboard.com/articles/news/9380637/madonna-vogue-number-one> [dostęp: 27.11.2020].

¹³⁰ Jego reklamy często pojawiają się na kartach „Project X”.

¹³¹ Zostało to później wykorzystane w wykonaniach utworu np. podczas Superbowl Half-time Show 2012, https://www.youtube.com/watch?v=W795W63n7mA&ab_channel=womanizer2008brit [dostęp: 27.11.2020].

¹³² *Pose*, (2018–), FX Network, USA 2018–2020.

świecie. Stała się więc pośrednio uczestniczką balu, do tego stopnia, że zabrała ze sobą dwójkę tancerzy z domu Xtravaganzów – Jose i Luisa, wysunęła ich na pierwszy plan w teledysku do *Vogue*, ofiarowała im jedną ze swoich piosenek i wykonała na niej chórki¹³³, w końcu umieściła ich w roli swoich ulubionych dzieci, gdyż ustanowiła się matką trupy tancerzy na potrzeby dokumentu filmowego *In Bed with Madonna* (pol. *W łóżku z Madonną*).

Wkrótce jednak Madonna porzuciła subkulturę balu, na co miał wpływ szereg czynników – niekoniecznie zależnych od artystki¹³⁴. *Pose* pokazuje, iż efektem tego jest powrót subkultury do podziemia i jej zapomnienie. Inny singiel, *Deep in Vogue* Malcolma McLarena, nigdy nie stał się rozpoznawalnym standardem muzyki popularnej, ale w przeciwieństwie do *Vogue* wykorzystywał próbki dźwięku z dokumentu J. Livingston i wyjaśniał, na czym polegały bale, kto w nich uczestniczył i czym był sam taniec: „Vogue jest jakby tańcem-wyzwaniem. Zamiast z kimś walczyć, rozwiązujesz problem na parkiecie”¹³⁵.

2.5. Spotkanie subkultury balu i club kids – *The Love Ball* Susanne Bartsch

W 1987 roku redaktorka naczelna „Project X” Julie Jewels na jednym z balów wygrała kategorię dla najpiękniejszej twarzy (ang. *face*). Po powrocie z wydarzenia udała się wprost do klubu Tunnel, w którym opowiedziała Jamesowi St. Jamesowi i innym club kids o swoim doświadczeniu innej subkultury. Zaciekawieni club kids wybrali się reprezentować swoją grupę jako „Dom Naleśników” (ang. *House of Pancakes*), lecz porównanie idei balowego domu do amerykańskiej sieciowej naleśnikarni spotkało się z odrzuceniem club kids, którzy nie mogli zaprezentować się w żadnej z kategorii, pomimo podjęcia kolejnych prób wejścia na kilka innych balów. J.St. James, relacjonując tę historię w podcaście *Night Fever: Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s, and Beyond*, po prawie czterdziestu latach od zdarzenia, spotkał się ze spokojną, aczkolwiek stanowczą odpowiedzią Luisa Xtravaganzy – tancerz nie wątpił w szczerą intencję prezentacji club kids, jednak bale miały zapewniać bezpieczną przestrzeń interakcji. Zasugerował, że

¹³³ Zob. Jose & Luis, *Queen's English Music Video*, lookalikes (YT), <https://youtu.be/kv4nCDbdBV8?si=YnrJE2uLLKZhAT9B> [dostęp: 28.08.2023].

¹³⁴ Być może miało to związek z procesem wytoczonym przez tancerzy należących do subkultury, których wizerunek i osobowość zostały ich zdaniem wykorzystane dla korzyści finansowych w dokumencie filmowym *W łóżku z Madonną* (1991). Zob. *Strike a Pose*, reż. Ester Gould, Reijer Zwaan, Holandia 2016.

¹³⁵ M. McLaren, *Deep in Vogue*, <https://genius.com/Malcolm-mclaren-deep-in-vogue-lyrics> [dostęp: 22.08.2021].

Julie Jewels była zjawiskowo piękna – musiała więc otrzymać trofeum¹³⁶, ale została przyjęta, ponieważ uszanowała wydarzenie i osoby biorące w nim udział.

Inną osobą reprezentującą pośrednio interesy club kids, która nie została odrzucona przez scenę balową, była Susanne Bartsch. Wstrząśnięta liczbą ofiar epidemii AIDS i jej wpływem na upadek nocnej kultury Nowego Jorku, wybrała się na jeden z balów i poczuła się zainspirowana do stworzenia wydarzenia, które mogłoby pomóc w dofinansowaniu badań nad chorobą¹³⁷. Stał się nim „bal miłości” (ang. *The Love Ball*), po raz pierwszy zorganizowany 10 maja 1989 roku. Jak relacjonował „The New York Times”,

[m]agazyn „Metropolitan Home” wysłał na wybieg model(k)i stylizowane/stylizowanych na meble – leżak, ludzką kanapę i stół bankietowy, z którego środka wyłaniał się mężczyzna w smokingu – przedziwne konstrukcje artysty Michaela Abramsa. Obserwując, jak meble couture kroczą po wybiegu, kostiumograf William Ivey Long, stwierdził: „Nigdy więcej niczego nie zaprojektuję”.

Dom handlowy Barney’s New York wybrał prosty motyw zakupowy: szykowni voguerzy w szarych flanelach towarzyszyli kobiecie w podrabianym kostiumie marki Chanel autorstwa Franco Moschino, która pchała wózek na zakupy i niosła wijącego się yorka.

Magazyn „Paper” zdobył nagrodę za sukienki couture wykonane z papieru. Suknię Geoffreya Beene’a ze stułą w szenilowe kropki prezentowała Kate Pierson z grupy rockowej B-52. Modelką papierowej sukienki koktajlowej Angela Estrady została jego siostra Angie; po zdjęciu [warstwy – M.K.] strój okazał się kostiumem kąpielowym¹³⁸.

Wydarzenie przyniosło zysk w wysokości 400 tys. dolarów¹³⁹, jednak jego opis sugeruje, iż formuła szokowania gości karykaturalnymi stylizacjami bliższa była idei sztukamery, niż celebracji autentycznego, harlemskiego balu. Widać w niej odwzorowanie metody stosowanej zarówno przez S. Bartsch, R. Pipera czy P. Gatiena, zgodnie z którą „dziwadła” miały mieszać się z tłumem wpływowych i/lub normatywnych osób, co potwierdzają świadectwa „Project X” omówione w kolejnym rozdziale.

2.6. „The Cockettes” – subwersywny *drag* „dziwadeł”

Nie każdy *drag* jest więc subwersywny w rozumieniu, że pozwala obalić stereotypy czy uprzedzenia. Warto jednak zauważyć, iż tego rodzaju *queerujący* performans łatwiej dostępny jest tym, którzy reprezentują „domyślny, biały” kolor skóry. Nawet jeśli pomiędzy nimi znajdują się odmienne etniczne osoby, takie jak Sylvester – artysta sceny disco i czarny pionier walki o akceptację nienormatywności, który początkowo związany był

¹³⁶ Night Fever, *Episode 8 – Luis “Xtravaganza” Camacho*, Night Fever, <https://podcasts.apple.com/ph/podcast/night-fever/id1584126843> [dostęp: 2.10.2022].

¹³⁷ *Susanne Bartsch: On Top*, reż. Anthony Caronna, Alexander Smith, USA 2017.

¹³⁸ W. Hochswender, *Vogueing Against AIDS: A Quest for ‘Overness’*, <https://www.nytimes.com/1989/05/12/nyregion/vogueing-against-aids-a-quest-for-overness.html> [dostęp: 24.09.2022].

¹³⁹ Tamże.

z kontestacyjną trupą teatralną „The Cockettes”, gdzie odzyskiwał kolejny po *queer* termin posiadający stygmatyzującą moc – słowo *freak* (ang. ‘dziwadło’).

Pierwotnie ludzkie dziwadła (ang. *freaks of nature*) stawały się przedmiotem eksploatacji właścicieli gabinetów osobliwości (ang. *freakshows*) i obwoźnych cyrków, którzy pobierali opłatę za możliwość zmierzenia się twarzą w twarz z nienormalnymi ciałami, wśród nich tymi, które nie były w stanie zbliżyć się do ideału roli przypisanej im w ramach społecznych granic płci kulturowej:

[...] w gabinetach osobliwości zazwyczaj prezentowano Brodatą Damę lub postać Półmężczyzny/Półkobiety, podczas gdy wystawy anatomiczne pokazywały ciała hermafrodytyczne – jak np. wystawa Pacific Museum prezentująca „piękną sekcję” zwłok hermafrodyty „z wewnętrznymi układami i przekrojami tego cudownego wybryku natury” [...]. Inną obowiązkową atrakcją było popularne „Brakujące ogniwo” lub „Cóż-to-jest?”, którym był Afroamerykanin lub biały mężczyzna w blackface¹⁴⁰, przedstawiany jako „brakujące ogniwo” między człowiekiem a zwierzęciem [...]. W wielu dziesięciocentowych muzeach¹⁴¹ znajdowały się również sale patologiczne z eksponatami chorych narządów płciowych i innych części ciała, zniszczonych syfilisem, rzeżączką i „brudnym nawykiem samogwałtu” [...]¹⁴².

Clare Sears w artykule *Electric Brilliancy: Cross-Dressing Law and Freak Show Displays in Nineteenth-Century San Francisco* przytacza również przypadek Milтона Matsona, który pod koniec XIX wieku został aresztowany w mieszkaniu swojej narzeczonej w San Francisco pod zarzutem wyłudzenia pieniędzy i osadzony na dwa tygodnie w areszcie. Gdy strażnicy otrzymali telegram adresowany do Luisy Matson, zorientowali się, że biologicznie M. Matson był kobietą. Po uniewinnieniu mężczyzna opuścił areszt w swoim „męskim” stroju, co stanowiło naruszenie prawa miasta San Francisco, które do 1974 roku penalizowało publiczne noszenie ubrań będących sygnalizatorami płci przeciwnej¹⁴³. Aura skandalu relacjonowanego przez ówczesne media uniemożliwiła M. Matsonowi znalezienie pracy, co zmusiło go do przyjęcia posady dziwadła w lokalnym gabinecie kuriozów, gdzie stanowił atrakcję jedynie przez swój „męski” strój połączony ze świadomością widzów, iż nie jest biologicznym mężczyzną.

¹⁴⁰ Rodzaj makijażu będący częstym elementem rasistowskich przedstawień parodiujących osoby czarnoskóre (ang. *minstrel shows*). Zob. *Blackface and Hollywood – African American Film History – Documentary*, Turner Classic Movies Youtube, https://www.youtube.com/watch?v=tf4OKW_fqYU [dostęp: 16.06.2022].

¹⁴¹ W oryginale *dime museums* – od potocznej nazwy monety dziesięciocentowej. Prezentujące w celach moralizujących i rozrywkowych niskich lotów wystawy adresowane do klasy robotniczej.

¹⁴² C. Sears, *Electric Brilliancy: Cross-Dressing Law and Freak Show Displays in Nineteenth-Century San Francisco*, “WSQ: Women’s Studies Quarterly” 2008, t. 36, nr 3–4, s. 178–179, <https://doi.org/10.1353/wsqr.0.0108> [dostęp: 16.06.2022] [tłum. M.K.].

¹⁴³ B. Tagawa, *When cross-dressing was criminal: Book documents history of longtime San Francisco law*, SF State News, San Francisco State University 2015, <https://news.sfsu.edu/when-cross-dressing-was-criminal-book-documents-history-longtime-san-francisco-law> [dostęp: 17.06.2022].

Subwersja terminu *freak* jest efektem queerującej kontestacji lat 60. XX wieku, kiedy kalifornijska gałąź ruchu hipisowskiego wyrosła z artystycznej bohemy zaczęła określać się jako *freaks* lub *freakers*¹⁴⁴. Część jej przedstawicieli z San Francisco utworzyła na przełomie 1967 i 1968 roku trupę teatralną „The Cockettes”, której nazwa nawiązywała do popularnego amerykańskiego zespołu dziewczęcego „The Ronettes”. Gra słów została tutaj dodatkowo umieszczona w nazwie, która oznacza ‘kokietki’, ale anglojęzyczny człon *cock* – również dobrze może być tłumaczony jako ‘kogut’ lub określenie penisa. Marshall Olds – były członek trupy, który pracował w obwoźnych cyrkach, w dokumencie filmowym *The Cockettes*¹⁴⁵ nawiązuje do postaci kobiety z brodą, twierdząc, iż wszyscy zastanawiają się nad tym, czy broda jest prawdziwa, chociaż zazwyczaj to fasada kobiecości, a więc *drag* jest elementem mistyfikacji.

Warto zwrócić uwagę, iż nawet przed powstaniem trupy *freakshows* również niosły ze sobą potencjał odzyskania podmiotowości, np. poprzez wchodzenie w interakcję z publicznością (co powodowało oczywisty dyskomfort widzów) lub jak w przypadku miasteczka Gibtown¹⁴⁶ – komuny, gdzie „dziwadła” stanowiły dominującą część populacji i zarabiały na zaspokajaniu ciekawości normatywnych widzów. Tego typu świadectwa pozostają jednak nieliczne.

W *The Cockettes* żyjąca ze sobą grupa „dziwadeł” odzyskiwała swoją odmienność zarówno przez budowanie wspólnoty, jak i dekonstrukcję płci kulturowej w przedstawieniach i filmach wykorzystujących motywy karnawału i gabinetu osobliwości. W początkowej fazie, aby zwrócić uwagę publiczności, trupa wychodziła na scenę jako „androginiczne dziwadła” i przez 5–10 minut tańczyła nago na scenie, obierając co miesiąc inny motyw przewodni występu. Motywy (ang. *themes*) czerpane były często z musicali lub ikonografii lat 20. XX wieku, co pokazuje *continuum* w fascynacji przedstawieniami popkulturowymi, do których nawiązywali zarówno uczestnicy subkultury balu, jak i club kids. Drag „Cockettes” tworzyły kolorowe stroje, peruki i owłosienie oprószone brokatem lub pudrem (Fot. 1.). Stworzone niewielkim kosztem w myśl zasady „zrób to sam” (ang. DIY – *Do-It-Yourself*) kreacje były z jednej strony bardzo proste i tanie w przygotowaniu, ale z drugiej wystarczająco szokujące, aby przyciągnąć tłum.

¹⁴⁴ Carl Franzoni, *Last of the Freaks*, “SCRAM: A Journal of Unpopular Culture” 2006, 8.05, [b.d.] <https://web.archive.org/web/20060621124240/http://www.scrammagazine.com/franzoni> [dostęp: 31.08.2022].

¹⁴⁵ *The Cockettes*, reż. Billy Weber, David Weissman, USA 2002.

¹⁴⁶ Zob. K. Wall, C. Clerici, *Welcome to Gibtown, the last ‘freakshow’ town in America*, “The Guardian” 2015, 26.02, <https://www.theguardian.com/us-news/2015/feb/26/welcome-to-gibtown-the-last-freakshow-town-in-america> [dostęp: 30.05.2022].

Fot. 1. Hibiscus z The Cockettes



Źródło: M. Baume, *The Cockettes: Remembering a Legacy of Glitter Beards and Daring Drag*, <https://hornet.com/stories/cockettes-history/>. [dostęp: 1.07.2022].

Można zaryzykować stwierdzenie, iż hipisowskie umiłowanie do wielobarwności odnalazło swoje miejsce w tęczącej fladze środowisk LGBT+ zaprojektowanej przez Gilberta Bakera pod koniec lat 70. Projektant w następujący sposób wspomina swoją inspirację do stworzenia pierwszej wersji flagi, gdzie osiem kolorów symbolizowało szereg energii – seksualną (jaskrawy róż), życia (czerwień), leczniczą (pomarańcz) słońca (żółć), natury (zieleń), sztuki (turkus), magii (indygo), ducha (fiolet):

Tłum był równie ważną częścią przedstawienia jak zespół. Wszyscy tam byli: beatnicy z North Beach, barrio zoots, znudzeni motocyklowcy w czarnych skórach, nastolatki całujący się w tylnym rzędzie. Długowłose, gibkie dziewczyny w strojach do tańca brzuchem, różowowłose punki spięte agrałkami, hipisi z przedmieść, gwiazdy filmowe tak piękne, że zostawiały cię z opuszczoną szczęką, muskularni młodzi geje z idealnym wąsikiem, harde lesby w dżinsach i ciotki wszystkich płci w sukienkach z second-handu. Podróżowaliśmy po kuli dyskotekowej na migoczącym LSD i potężne miłości. Taniec magicznie łączył nas i oczyszczał. Byliśmy wirem kolorów i światła. To było jak tęcza¹⁴⁷.

„Cockettes” nie interesowały etykiety, co stanowi odzwierciedlenie myśli *queerowej* na długo przed jej wyartykułowaniem. Wszystkie płcie, rasy, tożsamości i orientacje współistniały ze sobą jako jedna społeczność. Dwójka przedstawicieli – Scrumbly (homoseksualny mężczyzna) i Pam (heteroseksualna kobieta) stali się rodzicami dziecka, decydując się nawet na zawarcie ślubu, który relacjonowany był na łamach „The Rolling

¹⁴⁷ G. Baker, *Rainbow Warrior. My Life in Color*, Chicago Review Press Incorporated, Chicago 2019, s. 61.

Stone Magazine”. Po latach w trakcie produkcji dokumentu śmiali się ze zdarzenia i komplementowali siebie nawzajem. To nastawienie okaże się znaczące w kontekście omawiania wartości club kids oraz ich odtworzenia przez pryzmat „Project X”.

Freakowanie „Cockettes” było również zaangażowane politycznie. Lewicowe dzieła Włodzimierza Lenina czy Karola Marksa stanowiły silną inspiracją do tworzenia społeczności, gdzie własność była dobrem publicznym, a gospodarowanie dobrami odbywało się przez wspólną pracę i samopomoc. Niechęć do konserwatywnego establishmentu, który m.in. nadal był zaangażowany w wojnę w Wietnamie, a hipisów (a wraz z nimi „Cockettes”) redukował do poziomu ludzi chorych psychicznie, symbolizowało pobieranie od rządu amerykańskiego zasiłków. Słynący z niechęci do hipisów Ronald Reagan, który określił ich jako „wyglądających jak Tarzan, chodzących jak Jane i śmierdzących jak gepard”¹⁴⁸, wprowadził restrykcje dotyczące wydawania tych świadczeń i kazał „dorosnąć” członkom społeczności. Z kolei Richard Nixon prowadzący kampanię antynarkotykową w Stanach Zjednoczonych, której celem były m.in. ruchy hipisowskie¹⁴⁹, stał się obiektem pastiszu „Cockettes”, kiedy wyprawił kosztowny ślub swojej córce Tricii Nixon w Białym Domu. Próbował przedstawić wydarzenie jako rodzinną uroczystość, a w istocie ukazał nim uprzywilejowanie klasy rządzącej¹⁵⁰. Film *Tricia's Wedding* prezentuje zarówno państwa młodych, ich rodziców, jak i gości jako grupę degeneratów i rasistów¹⁵¹, którzy pod wpływem ponczu z dodatkiem LSD zostają zdemaskowani i kończą przyjęcie orgią. Według dokumentu *The Cockettes* entuzjastyczne reakcje na film, którego premiera odbyła się tego samego dnia, co prawdziwy ślub córki prezydenta Stanów Zjednoczonych, przyćmiły oficjalne wydarzenie.

2.7. „Supergwiazdy” Andy’ego Warhola

Obecność club kids na nowojorskiej scenie miasta można łączyć z szeregiem odmiennych grup nienormatywnych, jednak to koncept „supergwiazd” Andy’ego Warhola i przypisywanej mu idei, iż w przyszłości „każdy zdobędzie światową sławę na 15 minut”¹⁵²,

¹⁴⁸ R. Deis, *The Birth and Death of “the Hippies”*, This Day in Quotes, 5.09.2015, <http://www.thisdayinquotes.com/2010/09/birth-and-death-of-hippies.html> [dostęp: 1.09.2022].

¹⁴⁹ Zob. *A History of the Drug War*, Drug Policy Alliance, [b.d.], <https://drugpolicy.org/issues/brief-history-drug-war> [dostęp: 1.09.2022].

¹⁵⁰ Zob. *400 Guests Invited, but No Congressmen*, “The New York Times” 1971, 13.06, <https://www.nytimes.com/1971/06/13/archives/400-guests-invited-but-no-congressmen.html> [dostęp: 1.07.2022].

¹⁵¹ Jedną z teorii mówi, że antynarkotykowa kampania R. Nixona wymierzona była w środowiska lewicowe i afroamerykańskie.

¹⁵² Hasło, które należałoby tłumaczyć w tej formie (ang. *In the future, everyone will be world-famous for 15 minutes*), zostało stworzone na potrzeby książki stanowiącej uzupełnienie wystawy A. Warhola

najsilniej odcisnął się w świadomości grupy. Jak twierdzi jeden z przedstawicieli club kids – James St. James, *Popism: The Warhol Sixties – wspomnienia z lat 1960–1969*, które A. Warhol napisał przy współudziale Pat Hackett, były książką, którą czytał regularnie, wręcz z kultowym oddaniem¹⁵³. Nie bez przyczyny. Jest to bowiem dokumentacja okresu, w którym artyście udało się wypromować swoją wizję POPartu – fuzji sztuki i kultury popularnej, stworzyć salon towarzyski, jakim była pierwsza „srebrna” Fabryka wraz z jej „supergwiazdami”, przeżyć zamach na własne życie i ugruntować pozycję jako prawdopodobnie najbardziej wpływowego amerykańskiego artysty XX wieku¹⁵⁴.

Sława A. Warhola związana jest przede wszystkim z jego oddaniem amerykańskiej sztuce komercyjnej i idei konsumpcjonizmu. Ta miłość zrodziła się w dzieciństwie, gdy A. Warhol jako chorowite dziecko, czytał magazyny stanowiące element promocji studiów filmowych i pracujących dla nich gwiazd¹⁵⁵. Następnie artysta pracował również jako ilustrator, a jego prace powielane były na potrzeby prasy kolorowej. W końcu idee reprodukcji i remiksowości amerykańskiej ikonografii trafiły na kanwy jego sitodruków – jednym z bardziej rozpoznawalnych dzieł był dyptyk Marilyn Monroe – wykonany na podstawie zdjęcia promocyjnego z filmu *Niagara* (1953)¹⁵⁶.

Idąc krok dalej, A. Warhol odkrył, że podobnie jak gotowe fotografie odwzorowane na kanwie i poddane manipulacji artysty mogą być sztuką, tak interesujący ludzie mogą stać się nowym medium wykorzystywanym w kolejnych projektach artystycznych, zwłaszcza filmach. Obsadzając siebie w roli kreatora, A. Warhol wyszukiwał interesujące postaci, które tworzyły grupę „supergwiazd” żyjących i tworzących w jego studio – „srebrnej” Fabryce (nazwa pochodziła od srebrnej folii, którą udekorowana była przestrzeń). Miejsce, które służyło zgodnie z nazwą masowemu wytwarzaniu sztuki komercyjnej, stało się również awangardowym salonem, w którym spotykali się ci już uznani i ci, którzy sławę dopiero mieli zdobyć. Należy zauważyć, że A. Warhol miał szczególną słabość do przygarniania w ramach Fabryki osób skrzywdzonych przez los, odmieńczych w stosunku do normatywnego świata, jak jego największa muza – walcząca z uzależnieniem od narkotyków modelka i aktorka Edie Sedgwick. Jako otwarcie zadeklarowany

w szwedzkim Moderna Museet. Jego autorem mógł nawet nie być sam A. Warhol. Zob. O. Granath, *With Andy Warhol 1968*, <https://www.modernamuseet.se/stockholm/en/exhibitions/andy-warhol-other-voices-other-rooms/with-andy-warhol-1968-text-ol/> [dostęp: 2.09.2023].

¹⁵³ Zob. *Glory Daze: The Life and Times of Michael Alig*, reż. Ramon Fernandez, USA 2015.

¹⁵⁴ Zob. A. Warhol & P. Hackett, *POPism. The Warhol Sixties*, Penguin Books, Londyn 2007.

¹⁵⁵ *American Masters: Andy Warhol*, reż. Ric Burns, USA 2006.

¹⁵⁶ Tate, *Andy Warhol, Marilyn Diptych 1962*, <https://www.tate.org.uk/art/artworks/warhol-marilyn-diptych-t03093> [dostęp: 2.12.2023].

homoseksualista (i to przed zmianą społeczną, jaką był bunt Stonewall w 1969 roku), wytworzył przestrzeń akceptacji, włączając do grona swoich „supergwiazd” osoby, które dzisiaj określano by jako LGBT+, takie jak Candy Darling, Holly Woodlawn, Jane County, Mario Montez, Paul America, Ondine.

Fabryka miała również swoją mroczniejszą stronę. Artysta zaczął być nieformalnie określany przez „supergwiazdy” jako *Drella*, co było połączeniem ang. *Dracula* i *Cinderella* (pol. Kopciuszek)¹⁵⁷. A. Warhol eksploatował swoje supergwiazdy i postrzegał je użytkowo, podobnie do innych użyśrodków artystycznych, czego przykładem jest jego reakcja na samobójczą śmierć Freddiego Herko – tancerza i wczesnej „supergwiazdy”, który wyskoczył z okna z powodu depresji związanej z ograniczeniami w mobilności będących konsekwencją uzależnienia od amfetaminy:

Andy Warhol powiedział przyjaciółom, że żałuje, że nie był tam i nie filmował skoku Freddiego. Wielu było zbulwersowanych oczywistą bezduszością tej uwagi. Inni jednak uznali to za odpowiedni hołd dla kulminacyjnego gestu Herko, polegającego na całkowitym oddaniu się tańcu: nie mógł zrobić więcej. Ondine uważał ten skok za akt spełnienia Herko: „Przygotował się na tę chwilę... i Warhol był w stanie uzyskać od Herko, a Herko od Warhola poczucie spełnienia, dzięki czemu Herko mógł rzeczywiście umrzeć tak, jak chciał zrobić to przez całe życie”¹⁵⁸.

Ta bierna postawa wobec celebrowanych przez A. Warhola ludzi widoczna jest również w jego zapiskach z „POPismu”:

Od czasu do czasu ktoś oskarżał mnie o bycie złym – o to, że pozwalam ludziom się niszczyć, kiedy sam obserwuję po to, żeby móc ich sfilmować i nagrać na taśmie magnetofonowej. Za to ja nie uważam się za złego – jestem po prostu realistą. Kiedy byłem mały, nauczyłem się, że ilekroć staję się agresywny i próbuję komuś powiedzieć, co ma robić, nic się nie dzieje – po prostu nie mam takiej zdolności. Nauczyłem się, że tak naprawdę masz więcej mocy, kiedy się zamkniesz, bo przynajmniej w ten sposób ludzie może zacząć wątpić w siebie. Kiedy ludzie są na to gotowi, wtedy się zmieniają. Nie robią tego nigdy wcześniej, a czasami umierają, zanim się za to zabiorą. Nie możesz zmusić ich do zmiany, jeśli nie chcą – tak samo jak wtedy, gdy tego chcą, nie możesz ich powstrzymać¹⁵⁹.

Powyższy sposób myślenia połączony z próbą bezgłośnego usuwania osób sprawiających problemy z życia artysty zemściły się na A. Warholu. Valerie Solanas w 1968 roku dokonała zamachu na jego życie i tym samym doprowadziła do znacznego ograniczenia kontaktów twórcy z obcymi ludźmi. Pomijając aspekt problemów psychicznych, tym, co doprowadziło V. Solanas do morderczego szału, był sposób, w jaki została potraktowana przez A. Warhola:

Dostawała furii, że Andy Warhol rejestruje ich rozmowy, a potem wykorzystuje jej wypowiedzi w swoich filmach. Zdecydowała się go zabić, bo nie oddał jej dramatu, którego jedną z dwóch

¹⁵⁷ A. Warhol & P. Hackett, *POPism...*, s. 192.

¹⁵⁸ S. Watson, *Factory Made. Warhol and the Sixties*, Pantheon Books, Nowy Jork 2007, s. 342.

¹⁵⁹ A. Warhol & P. Hackett, *POPism...*, s. 136.

istniejących kopii mu pożyczyła [chodzi o *Up Your Ass* – M.K.]. Żył w ciągłym strachu, że zostanie okradziona z własnych słów i pomysłów¹⁶⁰.

A. Warhol okłamał też V. Solanas, że zgubił jej manuskrypt i zaproponował, żeby zarobiła pieniądze, występując w jednym z jego filmów. Sam jednak obawiał się, że kontrowersyjny scenariusz zaproponowany przez pisarkę jest prowokacją nowojorskiej policji, która chce go ukarać za promowanie obsceniczności¹⁶¹.

2.8. Studio 54

Prawie dekadę później, pod koniec lat 70., A. Warhol znalazł kolejną bezpieczną przestrzeń interakcji w ramach nowojorskiego Studia 54, które otworzyło drzwi przed publicznością 26 kwietnia 1977 roku. Pierwszy okres funkcjonowania studia, który trwał 33 miesiące¹⁶², uznany jest za przełomowy w kontekście nocnego życia miasta. Drugi właściciel lokalu – Mark Fleischman wspominał, iż przed otwarciem Studio 54 nowojorskie kluby były zazwyczaj miejscami, w których muzyka była grana na żywo przez zespół¹⁶³. Dyskoteki zastąpiły jednak cały zespół jednym didżejem, który początkowo układał tylko kolejność odtwarzanych utworów, zmieniając w odpowiednim momencie płytę winylową, podobnie jak robili to didżeje radiowi. Studio 54, które najpierw było operą, później studiem telewizyjnym amerykańskiej stacji CBS, wymagało również nowego podejścia do wizji zabawy dyskotekowej, które rozmachem przypominało inscenizacje teatralne z elementami sztuki cyrkowej:

Przyjęcie [Bianci – M.K.] Jagger było dziełem przypadku. „Kiedy Steve skończył rozmawiać przez telefon, rzuciliśmy się do akcji, aby je zorganizować – mówi Renny Reynolds. – Zadzwoń do wszystkich, których znałem w Nowym Jorku, aby przyjechali i nadmuchiwać mnóstwo białych balonów. Ian poszedł do teatru, gdzie grali rewię »Oh! Calcutta!«, a ja pojechałem do Stajni Claremont, aby zamówić konia. Pracowaliśmy bez przerwy przez trzy dni. Przygotowaliśmy zrzut. Zrzut teatralny jest czymś, co przypomina torbę – złożonym kawałkiem płótna rozpiętym na ramce. Po prostu opuszczasz jedną stronę i wszystkie balony zlatują w dół. I tak to się zaczęło. Spuszczaliśmy tak piłeczki pingpongowe... konfetti... pióra...”. Tego wieczoru do klubu przybyła grupa znanych osobistości. „Poradzono nam, żebyśmy nie wpuszczali żadnych mediów – mówi Ed Gifford. – Ale Steve’a Rubella nietrudno było przekonać, aby wpuścił tylko jednego fotografa, więc Gifford zadzwonił do Dicka Corkery’ego, który wówczas pracował w »Daily News«. Nieuchronnie dołączyła

¹⁶⁰ J. Krakowska, *Odmieńca rewolucja. Performans na cudzej ziemi*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2020 [ebook], <https://karakter.pl/product-pol-501-Odmienca-rewolucja-Performans-na-cudzej-ziemi.html>, Rozdział 4: *Wojowniczy*.

¹⁶¹ A. Warhol & P. Hackett, *POPism...*, s. 341–342.

¹⁶² W 1980 roku pierwsza iteracja Studia 54 została zamknięta z powodu skazania dwóch założycieli lokalu Steve’a Rubella i Iana Schragera za przestępstwa podatkowe – malwersację 2,5 miliona dolarów (60% zysków) lokalu w okresie dwóch lat od jego otwarcia. Zob. *The City; 2 Studio 54 Owners Admit Tax Evasion Wrong Man Shot By Officer in Holdup State Guard Held In Shooting at Bar Drug Program Audit*, <https://www.nytimes.com/1979/11/03/archives/the-city-2-studio-54-owners-admit-tax-evasion-wrong-man-shot-by.html> [dostęp: 10.12.2023].

¹⁶³ M. Fleischman, *Inside Studio 54*, Rare Bird Books, Los Angeles 2018 [ebook], <https://a.co/d/9ewyylQ>, *Chapter Two: The Raid on Studio 54*.

do niego ekipa innych fotografów, którzy byli gotowi do akcji, gdy smukła czarna para, naga – poza pociągnięciami złotej farby – wprowadziła białego konia, a Bianca Jagger wskoczyła na siodło i przejechała, wykorzystując swój moment na zdjęcia, następnie zsiadła i podano jej tort”¹⁶⁴.

Pierwszy okres działalności Studio 54 kojarzony jest z dekadencją i czystym hedonizmem, który symbolizowany był przez wzmożone zażywanie kokainy – „szampana wśród narkotyków”¹⁶⁵, która stymulowała zmysły już i tak pobudzone przez instalacje świetlne pulsujące w rytm muzyki *disco*. Nad gośćmi każdego wieczoru pojawiał się również „The Moon & the Spoon”, dekoracja przedstawiająca księżyc wciągający do nosa kokainę z łyżeczki¹⁶⁶.

W wielu aspektach nieskrępowanie normatywnymi regułami, innowacja i artyzm Studio 54 były przedłużeniem tego, co A. Warhol próbował zapoczątkować swoimi „supergwiazdami”, jednak tym razem to media dobierały jednostki, które stawały się godne uwagi, co było początkiem kolejnego zwrotu kulturowego:

Było to przedwstępne wzburzenie przed przewrotem społecznym, który okazał się znacznie trwalszy niż populistyczna rewolucja lat sześćdziesiątych: nadejście kultury celebrity. Na początku lat siedemdziesiątych firma Time Inc. zatrudniła Richarda Stolleya, byłego redaktora „Life”, do wypuszczenia na rynek magazynu „People” opartego na kolumnie „Ludzie”. Nie zostało to przyjęte z aprobatą przez branżę. [...] „New York Magazine” umieścił na okładce wydania z 3 maja 1976 r. artykuł Alexandra Cockburna „Dlaczego wszyscy mówią o plotkach”. Cockburn datował początek tego zjawiska na „ostatnie kilka miesięcy”. „Plotka” – pisał radośnie – „wypełzła spod kamienia i teraz dowodzi w pełnym świetle dnia”. Newsweek opublikował artykuł z okładki „Plotka!” z 24 maja, ilustrowany karykaturą czterdziestu pięciu najpopularniejszych przedmiotów plotek, od Betty Ford po Liz Taylor, a wkrótce „The New York Times” uruchomił kolejny magazyn poświęcony gwiazdom, „Us”¹⁶⁷.

Duża część mitu związana ze Studiem 54 oparta jest na regule niedostępności związanej z obcowaniem z postaciami celebryckimi – stosunkowo niewiele „zwykłych” osób mogło przedostać się do klubu, co sprawiało, że osobistości takie jak Halston, A. Warhol, Truman Capote, którzy byli stałym imprezowym trio klubu, mogli czuć się komfortowo. Rygorystyczna selekcja odbywała się przy wejściu na tzw. *bramce*, gdzie jeden z pierwszych założycieli Steve Rubell sam często wcielał się w rolę selekcyjnego, odpinając aksamitny sznur i wpuszczając wybranych (co było w tamtym czasie kolejną innowacją). Po raz pierwszy S. Rubell wyartykułował też publicznie, że kluczem dobrej zabawy jest tłum złożony z różnych reprezentacji – zarówno pod względem płci, przynależności etnicznej, orientacji seksualnej, jak i statusu materialnego. Zawsze jednak musieli być to

¹⁶⁴ A. Haden-Guest, *The Last Party. Studio 54, Disco, and the Culture of the Night*, Open Road Integrated Media, Nowy Jork 2014 [ebook], <https://a.co/d/inPduTK>, Rozdział 5: *Hell on the Door, Stairways to Paradise*.

¹⁶⁵ Drug Enforcement Administration Museum, <https://museum.dea.gov/exhibits/online-exhibits/cannabis-coca-and-poppy-natures-addictive-plants/coca> [dostęp: 3.12.2023].

¹⁶⁶ J. Terrebonne, *6 Objects That Tell the Fabulous Story of Studio 54*, <https://galeriemagazine.com/story-behind-studio-54-brooklyn-museum/> [dostęp: 3.12.2023].

¹⁶⁷ A. Haden-Guest, *The Last Party*, dz. cyt.

interesujący i subiektywnie (bo w oczach selekcjonera) piękni ludzie¹⁶⁸. To jednak wywołało reakcję w postaci lęku przez muzyką dyskotekową, który częściowo stał się

[...] strachem, że amerykańska tożsamość nie jest już synonimiczna z byciem białym. Didżeje z Detroit utworzyli grupę strażników dyskotek o nazwie Disco Dux Klan. Pierwotnie ich wysiłki miały inkorporować noszenie białych prześcieradeł i szat, ale pozbyli się tego pomysłu. Byli też ludzie tacy jak Steve Dahl, dla których dyskoteka oznaczała rodzaj kastracji: nie mogłeś nosić niechlujnego T-shirtu i dżinsów – trzeba było się ubrać, a co najgorsze, twoja żona lub dziewczyna oczekiwała od ciebie, że upokorzysz się pieprzonym tańcem. Część sprzeciwu wobec disco miała także związek z feminizmem¹⁶⁹.

Disco, łączące wpływy wcześniejszych czarnych i latynoskich gatunków muzycznych, takich jak funk, soul i salsa¹⁷⁰, a jednocześnie niewstydzące się swojego komercyjnego celu (zabawa), łączone było silnie ze stylem hiperbolizującym estetykę maksymalizmu i balowego przepychu – z żywymi kolorami, dramatycznymi krokami i proporcjami fasonów często odsłaniających ciało. Dodatkowo scena disco stawiała na piedestale czarne divy, takie jak Donna Summer, Diana Ross, Gloria Gaynor lub zespoły bawiące się *queerującą* estetyką, jak Boney M, Village People, Bee Gees, co z pewnością irytowało purytańską część amerykańskiego społeczeństwa. Przejawem tego była Disco Demolition Night zorganizowana 12 czerwca 1979 roku w Chicago. Wydarzenie, na którego czele stał Steve Dahl, didżej radiowy i propagator sloganu „disco sucks!” (pol. ‘disco ssie!’), odbyło się w przerwie pomiędzy meczami drużyny baseballowej White Sox na stadionie Comiskey Park. W zamian za oddanie jednej płyty z muzyką disco, wejście na stadion tego wieczoru kosztowało jedynie 98 centów. Zgromadzone winyle zostały wysadzone w powietrze, co stało się katalizatorem dla rozwścieczonego antydyskotekowego tłumu złożonego głównie z białych młodych mężczyzn. Zamieszki na stadionie trwały przez większą część wieczoru, stanowiąc symboliczny koniec ery dyskotekowej w Ameryce¹⁷¹, a w szerszym kontekście także celebracji odmiennej drogi życia, co zostało przypieczętowane w kolejnych latach przez wybuch pandemii AIDS.

2.9. „Śmierć śródmieścia”

Do roku 1990 w Ameryce zdiagnozowano 101 tys. śmierci z powodu zespołu nabytego upośledzenia odporności (ang. *Acquired Immunodeficiency Syndrome* – *AIDS*),

¹⁶⁸ *Studio 54*, reż. Matt Tyrnauer, USA 2018.

¹⁶⁹ A. Petridis, *Disco Demolition: the night they tried to crush black music*, <https://www.theguardian.com/music/2019/jul/19/disco-demolition-the-night-they-tried-to-crush-black-music> [dostęp: 3.12.2023].

¹⁷⁰ *Disco*, [w:] N. Abjorensen, *Historical Dictionary of Popular Music* [ebook], Rowman & Littlefield 2017, <https://a.co/d/8D3I0el>.

¹⁷¹ M. Lugen, *The Day Disco Died: Remembering the Unbridled Chaos of “Disco Demolition Night”*, <https://edm.com/features/remembering-disco-demolition-night-1979> [dostęp: 3.12.2023].

wywołanego przez ludzki wirus upośledzenia odporności (ang. *Human Immunodeficiency Virus – HIV*). Ten odsetek stanowił jedynie przypadki zgłoszone amerykańskim Centrom do Spraw Kontroli Chorób Zakaźnych i ich Prewencji (ang. *Centers for Disease Control and Prevention, CDC*)¹⁷². Wiele zakażeń HIV i śmierci w wyniku AIDS próbowano ukryć ze względu na stygmatyzację związaną z chorobą, co jest również wynikiem postawy propagaowanej na łamach „New York Times” („NYT”), zgodnie z którą w 1982 roku (rok po odkryciu pierwszego przypadku zakażenia) zdefiniowano przypadłość jako upośledzenie odporności związane z praktykami homoseksualnymi, szczególnie gejowskimi (stąd nazwą choroby w tym czasie było ang. *Gay Related Immune Deficiency, GRID*)¹⁷³. Rok 1987 został określony przez „NYT” jako koniec początkowej fali pandemii AIDS¹⁷⁴, gdy choroba zaczęła rozprzestrzeniać się w galopującym tempie i nie mogła być postrzegana już tylko jako konsekwencja praktyk homo- i biseksualnych.

Kontaktom interpersonalnym towarzyszył strach przed zakażeniem i nieuchronną śmiercią, gdyż poza prewencyjnym stosowaniem prezerwatyw nie istniały środki lecznicze umożliwiające walkę z chorobą. Miało to realne przełożenie na działanie klubów nocnych, w których – jak np. w Studiu 54 – uprawianie seksu było jedną z ich nieoficjalnych funkcji. Dodatkowym ciosem dla lokalnej społeczności nowojorskiej była śmierć Andy’ego Warhola, również w 1987 roku, z powodu komplikacji po operacji usunięcia pęcherzyka żółciowego. To zdarzenie skłoniło wpływowego dziennikarza „The Village Voice” i bywalca nowojorskich salonów Michaela Musto do ogłoszenia „śmierci śródmieścia” w artykule pod tym samym tytułem (ang. *The Death of Downtown*).

Tekst przedrukowany w zbiorze felietonów autora pochodzących z rubryki „La Dolce Musto” wyszczególnia obok kryzysu AIDS i śmierci A. Warhola inne czynniki powodujące pustoszenie nowojorskiej sceny klubowej – takie jak podniesienie granicy wieku legalnego spożywania alkoholu do 21 lat i gentryfikację śródmieścia. Spowodowały one przemianę nowojorskiej „krajiny klubów” (ang. *Clubland*) w miejsce, gdzie znudzeni normatywni *yuppies* uczestniczą w generycznych spotkaniach, które wytraciły swoją kreatywność i charakterystyczny dla scen potencjał subwersywnego niebezpieczeństwa.

¹⁷² *Current Trends Mortality Attributable to HIV Infection/AIDS – United States, 1981–1990*, <https://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/00001880.htm> [dostęp 1.10.2022].

¹⁷³ L.K. Altman, *New Homosexual Disorder Worries Health Officials*, <https://www.nytimes.com/1982/05/11/science/new-homosexual-disorder-worries-health-officials.html> [dostęp: 1.10.2022].

¹⁷⁴ Editorial: *AIDS: The End of the Beginning*, The New York Times Web Archive, [b.d.], <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/library/national/science/aids/123087sci-aids.html> [dostęp: 2.10.2022].

Dodatkowym problemem według M. Musto okazała się fala migracji, w której mieszkańcy zafowanej, środkowej Ameryki przyjeżdżali do Nowego Jorku, marząc o karierze celebryckiej, którą obserwowali najpierw w postaci supergwiazd, następnie wytworów *celebrity*. M. Musto pisze o tym zjawisku w sposób ironiczny, choć ostrzegawczy – upatrując w nim również przyczyny zanikania artystycznej bohemy śródmieścia (ang. *downtown*):

Fascynacja mediów bardziej dziwnymi elementami tej sceny również pomogła w jej implozji; z definicji jako podlegające ciągłej zmianie śródmieście było zdecydowanie zbyt kruche, aby przetrwać nieustanną lustrację tych, którzy w zasadzie go nie rozumieli. Nagle dzienniki losowo wychwalały imprezowiczki o wielokolorowych włosach, a reporterzy giełdowi dreptali po klubie Area z notatnikami i uśmiezkami. Nagle świat otworzył się na tę scenę – „śródmieście” – i kanapowe pieski ze wszystkich warstw chciały jego część, czy to po to, żeby eksploatować, wziąć udział, czy po prostu opluć i zmienić kanał. Bezbawni domatorzy czytający o nim, zastanawiali się, czemu to oni nie mogą być wspaniałymi „celebutantes”¹⁷⁵ – żyjącymi w przepychu bez ograniczeń. Nie zdawali sobie sprawy, że syndrom – przyjeżdż do miasta, zmień imię, styl i żyj jak imprezowy kwiatusek na funduszu powierniczym bez jednej myśli w swojej głowce był tylko objawem bardziej znaczących aspektów tego, co się działo. Te bezrobotne głupole chciały żyć na ciągłej imprezie, bo było na nich coś, co sprawiało, że życie było tego warte. [...] Zbyt wiele osób chciało wskoczyć na trend „śródmieścia” z niewłaściwych pobudek – dla szybkiej sławy lub taniej odskoczni od paniki związanej z koniecznością „brania życia za rogi”¹⁷⁶.

M. Musto wskazuje także zmianę sposobu partycypacji w społeczności klubowej tych nowych migrantów, podkreślając skrajny indywidualizm w miejsce budowania kolektywów:

To wszystko jest wystarczająco nieszkodliwe, jeśli robi się to z przymrużeniem oka. Ale kiedy autopromocja wyznacza kierunek dnia, praca schodzi na drugi plan. Zbyt wiele artystów i projektantów stworzyło albumy pełne inspiracji, ale ani jednego towaru konsumpcyjnego, niczym starzejący się surferzy-włóczędzy z suchą skórą i brakiem jakiegokolwiek pojęcia o tym, jak przeżyć resztę życia po łapaniu fal. Bez Andy’ego, który utrzymywał poziom ironii, mamy teraz grupy bezwstydných „samowielbiących”, którzy myślą, że sposobem na awans społeczny jest wrzesczenie nieznanym do ucha o ich nowym występie w telewizyjnym talk-show. Przynajmniej na imprezach networkingowych dla *yuppies* mają oni na celu tworzyć sieć znajomości¹⁷⁷.

Death of Downtown kończy się jednak optymistyczną prognozą Rudolfa Pipera – impresario klubowego, wydawcy i autora tekstów początkowych numerów „Project X”, który zapewnia, że pustoszenie klubów jest zjawiskiem cyklicznym i śródmieście oczekuje na nowe formy partycypacji grupowej w mieście.

¹⁷⁵ Osoba z socjety przyciągająca uwagę mediów na tyle, że staje się znana z tego, że jest znana. Słowo stanowi miks ang. *celebrity* (celebryta) i *debutant(e)* (debiutant/debiutantka). Wcześniejsze stosowanie słowa *celebrity* sugerowało, że osoba znana jest dzięki jakiemuś talentowi. Zob. *celebutante* [hasło:] <https://www.merriam-webster.com/dictionary/celebutante> [dostęp: 24.12.2023].

¹⁷⁶ M. Musto, *Fork on the Left, Knife in the Back*, Open Road Media, Nowy Jork 2014 [ebook], <https://a.co/d/dfbPSNj>, Rozdział: *The Death of Downtown*.

¹⁷⁷ Tamże.

2.10. Club kids – subkultura, postsubkultura czy (sub)kultura

W 1977 roku badacz John Irwin wprowadził leksem „scena” (ang. *scene*)¹⁷⁸, chcąc uwzględnić przemiany partycypacji grupowej dokonujące się w wielkich miastach. Metropolie stawały się centrami rozrywki poprzez dostępność znacznie większej ilości miejsc dedykowanych interakcjom społecznym (np. kluby, dyskoteki), natomiast ze względu na ilość tego typu lokali usługowych i ich rozrzut terytorialny, sprowadzały interakcje społeczne do powierzchownego i przelotnego charakteru. Pojawiającym się wraz ze scenami określeniem był *role-play*, a więc odgrywanie roli (lub idąc śladem goffmanowskim – zakładanie maski i występ), co łatwo można połączyć z przemianami warholowskimi i celebryckimi. W celu stania się pożądaną jednostką sceniczną nie wystarczyło poczucie odmięności, należało je również sprzedać w intrygujący sposób obserwującej publiczności. W przypadku niepowodzenia jedyną konsekwencją nieudanego występu na scenie było porzucenie jej na rzecz kolejnej. Podobnie postąpić można było w wypadku znużenia, gdyż uczestnictwo w scenach przynajmniej w części miało zaspokoić potrzebę poszukiwania ekstremów, co jest zbieżne z rozważaniami socjologa Davida Muggletona na temat natury subkultur ponowoczesnych (tzw. postsubkultur):

[...] zgodnie z ideologią ponowoczesną wyżej ceni się wartości jednostkowe niż zbiorowe oraz podnosi rangę różnic i różnorodności względem kolektywizmu i konformizmu. [...] Dla członków postsubkultur widowiskowe oznaki zewnętrzne danego stylu stanowią prawo wstępu na bal przebierańców, maskaradę, drogę hedonistycznej ucieczki w fantazję „kultury blitz”, które cechuje polityczna obojętność¹⁷⁹.

Według badacza, istnieje różnica pomiędzy klasycznym wariantem uczestnictwa w subkulturze a postsubkulturą, co zostało zaprezentowane w poniższym zestawieniu (Tab. 2.):

Tab. 2. Różnice pomiędzy subkulturami i postsubkulturami

Nowoczesność	Ponowoczesność
Tożsamość grupowa	Tożsamość fragmentaryczna
Homogeniczność stylu	Heterogeniczność stylu
Wyraźne określenie granic	Granice słabo określone
Subkultura określa tożsamość	Wielorakie źródła tożsamości

¹⁷⁸ Ze względu na brak dostępnych reedycji/przedruków książki *Scenes* wykorzystuję w tym miejscu opis Kena Geldera. Zob. K. Gelder, *Subcultures. Cultural Histories and Social Practice*, Routledge, Nowy Jork 2007, s. 43–46.

¹⁷⁹ D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 64–65.

Wysoki stopień zaangażowania	Niski stopień zaangażowania
Przynależność do grupy postrzegana jako stała	Przemijająca więź z grupą
Niski stopień mobilności subkulturowej	Wysoki stopień mobilności subkulturowej
Nacisk na poglądy i wartości	Fascynacja stylem i wizerunkiem
Gest politycznego oporu	Nastroje apolityczne
Nastroje skierowane przeciw mediom	Pozytywny stosunek do mediów
Świadomość własnej autentyczności	Celebracja nieautentyczności

Źródło: D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 69.

Wiele ze spostrzeżeń D. Muggletona można zaaplikować do analizy subkultury club kids, zwłaszcza, że zapis „scene” pojawia się w okładowym claimie „Project X” z przerwami od numeru 13¹⁸⁰. Należy jednak zauważyć, że nowsze definicje subkultur uwzględniają czas i miejsce jako ważne zmienne dotyczące sposobu partycypacji ich uczestników/uczestniczek:

[...] grupy społeczne, które przeważnie określa się jako niemieszczące się w istniejących systemach normatywnych i/lub uchodzące za marginalne ze względu na swoje partykularne interesy i działania oraz z powodu tego, czym są, co i gdzie robią. **Mimo pozornej marginalności, subkultury zawsze wpisują się w szerszy społeczny kontekst czasu i miejsca, w którym powstają, co sprzyja analizom funkcji, które pełnią w ramach systemu społecznego czy społeczeństwa jako całości**¹⁸¹.

Dla przykładu – subklutura balu składa się głównie z czarnoskórych i latynoskich jednostek *queerujących*, których tożsamość jest wynikiem przynależności do domu, ale równocześnie pozostaje fragmentaryczna, gdyż jednostki te cechuje również silne przekonanie o własnej autentyczności, którą potwierdzają zdobywane trofea. Źródła tożsamości mogą być tutaj rozpatrywane w takim samym stopniu przez tożsamość danej komuny (domu), jak i inspiracje czerpane z kultury popularnej (zwłaszcza mody lub filmu i telewizji). Fascynacja stylem i wizerunkiem nie jest jedynie wynikiem braku poglądów i wartości, ale jest gestem politycznego oporu poprzez wytworzenie odizolowanej przestrzeni wewnątrz marginalizującego społeczeństwa. Z kolei club kids znacznie łatwiej wpisują się w model postsubkultury, jednakże z jednej strony można mówić o nieszczeroci w konstruowaniu grupy, za której sukcesem stała trójka prominentnych osób pełniących funkcje przedsiębiorcze i utrzymujących działania club kids (jak powiedział Michael Alig –

¹⁸⁰ Project X, nr 13.pdf, s. 1.

¹⁸¹ W. Wrzesień, *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 41 (wyróżnienie – M.K.).

lider club kids: „To [club kids – M.K.] było świetne jako przekręt na chwilę, a w latach 80. chodziło głównie o przekręty, więc...”¹⁸². W analizowanym periodyku „Project X” widać również porzucenie narracji związanych z club kids na rzecz sceny muzyki techno. Z drugiej strony, uczestnictwo takich osób jak Walt Paper, Ernie Glam, Richie Rich było wyrazem szczerzej pasji do tworzenia awangardowej sceny klubowej w Nowym Jorku i do dziś żaden z tych artystów nie odżegnuje się od swojej pierwotnej tożsamości.

Sam D. Muggleton zaznacza również, iż jego rozróżnienie symbolizuje typy idealne stworzone na podstawie socjologicznej debaty na temat subkulturowości¹⁸³. Jest to z pewnością dobry punkt odniesienia, którego nie wskazuje w innym wypadku znacząca ilość leksemów w analizowanych materiałach źródłowych, w tym: społeczność (ang. *community*), ruch społeczny (ang. *movement*) oraz kultura (ang. *culture*). Literaturoznawca Ken Gelder twierdzi, że każdy z tych terminów „ma konkretne zastosowanie i ważność, w zależności od subkultury, sytuacji, w której się ona znajduje, oraz znaczeń i wagi, którą pokłada w nich osoba komentująca”¹⁸⁴. W kontekście poniższej analizy wydaje się, że „społeczność” dotyczy podstawowej potrzeby zapewnienia odmiennej wspólnoty, „ruch społeczny” – sprzeciwu wobec normatywnego świata, natomiast „scena” – płynność i zmianę wewnątrz tych grup. Ostatnie rozróżnienie interpretuję jako możliwość wyboru, czy podejmując badania, decydujemy się przyjąć, iż istnieje w pierwszej kolejności podział na kulturę i sub- (a więc podrzędną) kulturę, czy postrzegamy wszystkie przejawy budowania wspólnych alternatywnych przestrzeni interakcji grupowych jako równe pod względem jakościowym temu, co jest przyjętą w danym czasie normą. Takie progresywne spojrzenie jest również końcowym stadium cyklu transformacji percepcji społecznej: subkultura ⇒ kontrkultura ⇒ kultura alternatywna, który proponuje Marian Filipiak¹⁸⁵. Zgodnie z założeniem autora alternatywność jest połączona z innością jednostki i odmiennością od tego, co zastałe. Jednakże tam, gdzie „inny” pozostaje strukturalistycznym „obcym”, który wzbudza nieufność i podejrzliwość, alternatywny jest innym,

[...] który nie jest uważany za obcego ani sam siebie również za takiego nie uważa, choć jego „inność”, „odmienność” może wywoływać niechęć, a nawet wrogość tych, którzy nie podzielają jego poglądów i zainteresowań. Częściej uważa się go za dziwaka niż za wroga¹⁸⁶.

¹⁸² *Party Monster: The Shockumentary*, reż. Randy Barbato, Fenton Bailey, USA 1998.

¹⁸³ D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury...*, s. 48.

¹⁸⁴ K. Gelder, *Subcultures. Cultural Histories and Social Practice*, Routledge, Nowy Jork 2007, s. 4.

¹⁸⁵ M. Filipiak, *Od subkultury do kultury alternatywnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999, s. 15.

¹⁸⁶ Tamże, s. 23.

Przyjęcie perspektywy badawczej, w której subkultury są kulturami alternatywnymi (a nie podrzędnymi), składającymi się z jednostek *queerujących* lub *freakujących* – jednym słowem „dziwaczających”¹⁸⁷, ale jedynie w odniesieniu do tego, co za „normalne” uważa większość, ma scalający charakter dla oglądu kultury, co zgodne jest z propozycją Maryli Hopfinger dotyczącej jej postrzegania:

Kultura jest dla mnie przede wszystkim pojęciem scalającym, konstytuuje całościowy kompleks rozmaitych obszarów, zjawisk, praktyk i zachowań, aspektów i wymiarów, wzorów i symboli. [...] Takie scalające założenie pozwala celowo uniknąć wstępnej oceny wszelkich składników/tekstów kultury i ich selekcji. Pozwala ono włączyć do kultury to, co ma dla danej zbiorowości znaczenie, co uważane jest za wartość i co dopiero w tak skonstruowanej całości może stać się i stać przedmiotem oceny. Oceny i związane z nimi wybory tworzą hierarchię wartości, decydują o stylach kultury, a nie o tym, co jest za kulturę uznane¹⁸⁸.

Oznacza to, iż zapis „subkultura” pozostaje umowny i należałoby zapisywać go nawet w formie „(sub)kultura”, aby zaznaczyć marginalny status grup uznanych za takowe przez społeczeństwo, co jest stosowane w dalszej części pracy.

2.11. *Dramatis personae* – Michael Alig, James St. James et al.

Samozwańczy „król club kids” Michael Alig urodził się w miasteczku South Bend w stanie Indiana w 1966 roku. Od dzieciństwa, pomimo dobrych stopni, był prześladowany w szkole z powodu zniewieściałości i domniemano homoseksualizmu. W tym czasie stał się również ofiarą przemocy seksualnej ze strony znacznie starszego mężczyzny. Pomimo tych traumatycznych zdarzeń, M. Alig był dobrym uczniem i ukończył liceum w odsetku 8% najlepszych uczniów/uczennic swojego rocznika, a następnie przeniósł się do mniej konserwatywnego Nowego Jorku. Przez krótki czas studiował na Fordham University, następnie Fashion Institute of Technology, ale zainteresowany nocnym życiem miasta, porzucił uczelnię na rzecz pracy dla Rudolfa Pipera i początkowo sprzątał po gościach jego klubu¹⁸⁹.

W najwcześniejszym okresie M. Alig identyfikował się jako artysta podobny do A. Warhola. Urodzony w hermetycznej społeczności miasteczka South Bend (A. Warhol podobnie myślał o Pittsburgu, w stanie Pensylwania¹⁹⁰), z silnym wpływem matki – Elke Alig, która również brała udział w niektórych zabawach club kids i występach w programach

¹⁸⁷ Zob. *Dziwaczycy*, Słownik języka polskiego PWN, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/dziwaczy%C4%87.html> [dostęp: 28.08.2023].

¹⁸⁸ M. Hopfinger, *Kultura: scalanie i wybór*, [w:] *Perspektywy badań nad kulturą*, red. R.W. Kluszczyński, A. Zeidler-Janiszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2008, s. 23.

¹⁸⁹ F. Owen, *Clubland. The Fabulous Rise and Murderous Fall of Club Culture*, Broadway Books, Nowy Jork 2004, s. 122–130.

¹⁹⁰ *American Masters: Andy Warhol*, reż. Ric Burns, USA 2006.

telewizyjnych (podobnie jak Julia Warhola¹⁹¹, pracowała przy reprodukcji sztuki) i zafascynowany popkulturą amerykańską, poszukiwał piękna w brutalności, otaczając kultem filmy gore, (podobnie jak A. Warhol fotografie prasowe z wypadków i katastrof). Na kartach „Project X” trudno zobaczyć personę M. Aliga poza jego kroniką towarzyską „Club Rub”, co również przypomina działania A. Warhola nastawione na zredukowanie własnej osobowości po to, żeby stać się marką – rozpoznawalną w umysłach mas, do której każdy może dopasować pożądane znaczenie.

Równolatek M. Aliga – James St. James przyjechał do Nowego Jorku, aby rozpocząć studia na New York University w 1984 roku. Przez dwa lata kształcił się w zakresie teatru eksperymentalnego, następnie również porzucił studia zafascynowany nocnym życiem miasta. J.St. James jako pierwszy został zauważony przez media w 1985 roku dzięki swoim pomysłowym kreacjom. „Newsweek” określił go w tym samym roku mianem „celebutante” i niedługo potem zaczął być on traktowany przez lokalne media niczym „Paris Hilton lat 80.”¹⁹². Według opinii J.St. Jamesa, M. Alig uznawał go za najważniejszą inspirację przy tworzeniu club kids. Toksyjna relacja, jaka łączyła przyszłego autora i scenarzystę z „królem club kids”, jest bardzo dobrze udokumentowana. Dla przykładu:

Przez wiele godzin szliśmy łeb w łeb, jadłowicie obsmarowując się nawzajem, paląc obelgami i raniącymi atakami osobistymi... Opowiedział wszystkim o moich niesfornych włosach na ramionach. Odpowiedziałem historią o tym, jak wypadł mu odbyt i on i Keoki [partner M. Aliga – M.K.] musieli go wepchnąć z powrotem ołówkiem. Opowiadał, jak przez dwadzieścia minut rozmawiałem z Dianne Brill, z gigantyczną bańką ze smarkiem. – „To nic w porównaniu z twoim małym problemem z kupą w klubie USA”¹⁹³.

Konflikt M. Aliga i J.St. Jamesa stanowi swoiste epicentrum narracji o personach uczestniczących w scenie i można powiedzieć, że sprowadza je wszystkie do rangi postaci pobocznych. Zaskakująco mało wiadomo np. o postaci Julie Jewels – redaktor naczelnej „Project X”. Raczej wycofana podczas publicznych występów club kids, została podsumowana przez M. Musto w następujący sposób: „Alig awansował Julie Jewels – bladą nastolatkę z udawanym rosyjskim akcentem i wbrew wszystkiemu sprawił, że na kilka minut stała się »na czasie«”¹⁹⁴. Historia didżeja Keoki, dziennikarza muzycznego „Project X”, została opowiedziana z kolei przez J.St. Jamesa w *Party Monster* jako przypadek

¹⁹¹ Tak naprawdę nazwiskiem Andy’ego było Warhola, ale kiedy magazyn „Glamour” przedrukował je jako Warhol, artysta zdecydował się, że zostanie przy tej wersji. Zob. *American Masters: Andy Warhol...*

¹⁹² L. Ogunnaike, *Disco Legend, but No Feathers*, <https://www.nytimes.com/2003/09/16/movies/disco-legend-but-no-feathers.html> [dostęp: 10.10.2022].

¹⁹³ J.St. James, *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*, Simon & Schuster, Nowy Jork 1999 [ebook], <https://www.simonandschuster.com/books/Party-Monster/James-St-James/9781416583264>, Rozdział: *The Mavis and Freeze Chronicles*.

¹⁹⁴ M. Musto, *NY Mirror*, <https://www.villagevoice.com/ny-mirror-221/> [dostęp: 10.10.2022].

atrakcyjnego heteroseksualnego osiłka, który nie planował nigdy homoseksualnego romansu, ale ugiął się pod wpływem charyzmy M. Aliga, w zamian zostając wykreowanym didżejem-supergwiazdą. Z kolei znane drag queens, takie jak RuPaul czy Lady Bunny, wykorzystywane były głównie do przyciągania publiczności, która chciała poznać ich przeszłość przed osiągnięciem ogólnonarodowej czy też międzynarodowej sławy.

Kto więc tworzył club kids? Na początku lat 90. grupa ta liczyła około 750 osób znajdujących się na różnych szczeblach wtajemniczenia i rozsianych po amerykańskich miastach¹⁹⁵. M. Alig w rozmowie dla „Interview Magazine” jako pierwszych club kids wymienia grono przyjaciół, w tym imiennie Julie Jewels i Michaela (Mykulla) Tronna. M. Tronn pochodził z zamożnej rodziny – jego bar micwa wyprawiona została w Studio 54¹⁹⁶. W jednym z nielicznych wywiadów zapytany o swoją przeszłość i naukę wyciągniętą z czasu na nowojorskiej scenie odpowiedział:

Bycie club kid było wielobarwnym wirem akceptacji, koleżeństwa, wspólnoty, przyjaźni, kreatywności i przez długi czas miłości. Nauczyłem się, że życie to coś więcej niż tylko dobry wygląd i bycie „celebrytą”. Chodzi o treść, której w pewnym sensie brakowało ruchowi club kids. Nauczyłem się także równowagi w życiu i pracy nad celami, które wykraczają poza teraźniejszość¹⁹⁷.

Inne postacie, które przewijają się najczęściej w materiałach źródłowych to Amanda Lepore, Astro Earle, Brooke Humphries, Christina Superstar, Christopher Comp, Desi Monster, Ernie Glam, Gitsie, Goldy Loxxx, Jenny Talia, Junkie Jonathan, Kabuki Starshine, Kenny Kenny, Lahoma van Zandt, Sophia Lamar, Larry Tee, Richie Rich, Sacred Boy, The „It” Twins, Walt Paper, Zaldy. A także Robert „Freeze” Riggs i Andre „Angel” Melendez – współprawca i ofiara zbrodni, która zakończyła trwanie (sub)kultury.

2.12. Czynniki sankcjonujące istnienie club kids – Rudolf Piper, Susanne Bartsch i Peter Gatien

Z analizy materiałów źródłowych wynika, iż rolę głównych czynników sankcjonujących istnienie club kids, tj. w tym przypadku osób, które umożliwiły i/lub finansowały ich działalność, odgrywały głównie trzy postacie – Rudolf Piper, Susanne Bartsch i Peter Gatien.

Doktor ekonomii Rudolf Piper rozpoczął pracę jako promotor klubów w Berlinie. Przedsiębiorca, określany przez Jamesa St. Jamesa jako „dziadek club kids”, zarządzał również drugą iteracją Studia 54, oznacza to więc, że na nowojorskiej scenie działał

¹⁹⁵ C. Bollen, *Michael Alig*, <https://www.interviewmagazine.com/culture/michael-alig> [dostęp: 10.10.2022].

¹⁹⁶ Michael Alig NYC Club Kids on Geraldo April 17, 1990, https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA_qvY [dostęp: 10.10.2022].

¹⁹⁷ R. Comer, *Michael Tronn*, <http://aumag.org/2010/07/06/michael-tronn/> [dostęp: 10.10.2022].

przynajmniej od początku lat 80. Sfrustrowany ciągłymi prośbami o możliwość organizacji imprezy przez M. Aliga, R. Piper pozwolił mu zorganizować „Konkurs niewyparzonej buźki” (ang. *Filthy Mouth Contest*), gdyż nowojorskie kluby otwarte siedem dni w tygodniu nie były w stanie wypełnić każdego wieczoru interesującymi wydarzeniami¹⁹⁸. Podczas „Filthy Mouth Contest” uczestnicy recytowali na scenie sprośności lub rozbierali się do naga i ocierali o innych gości. „Dziwaczność” przyjęcia okazała się na tyle intrygująca, że konkurs odbywał się potem co roku. R. Piper był również osobą, która zapewniła klub kids pierwsze stałe miejsce spotkań. Klub Tunnel, ulokowany w dawnym budynku magazynu firmy Terminal Warehouse, składał się z kilku poziomów, a jego główną atrakcją (jak wskazuje nazwa) było wnętrze – tunel z łukowym sklepieniem i zatopionymi w parkiecie torami kolejowymi, stanowiącymi pozostałość dawnej linii dostawczej. Nieużywana piwnica klubu stała się miejscem, w którym club kids mogli spotykać się regularnie. Jak twierdzi R. Piper, club kids nie uszanowali jednak udostępnionego im miejsca, powodując wiele szkód, w tym doprowadzając do zalania piwnicy klubu, kiedy zaczęli niszczyć biegnące przez nią rury. Prawdopodobnie to R. Piper przyczynił się do powstania określenia „club kids”. Stojąc przed dylematem, czy wpuścić tłum piętnasto- i szesnastolatków, narażając się na utratę licencji, postanowił, że ważniejsza dla niego jest „indoktrynacja amerykańskiej młodzieży”. Twierdził również, iż do śmierci M. Aliga w 2020 roku utrzymywał kontakt ze swoim podopiecznym, chociaż ich drogi rozeszły się częściowo w związku z otwarciem klubu Mars w drugiej połowie lat 80. M. Alig, który był zaangażowany w prace nad wystrojem wnętrza, został zwolniony przez R. Pipera na tydzień przed inauguracją działalności lokalu. Impresario twierdził, że decyzja ta spowodowana była jego obserwacjami implozji sceny, głównie ze względu na wzrost uzależnienia od narkotyków wśród club kids¹⁹⁹.

Ważną postacią dla rozwoju club kids była także urodzona w Szwajcarii Susanne Bartsch, która rozpoczęła swoją działalność w Nowym Jorku w 1981 roku. Na początku prowadziła butik, w którym sprzedawała importowane z Wielkiej Brytanii ubrania progresywnych marek modowych, takich jak Vivienne Westwood czy John Galliano²⁰⁰. Od 1986 roku zajęła się profesjonalną organizacją imprez, w tym przyjęć w klubie Copacabana, lokalu dekorowanym w sposób mający nawiązywać do karnawału w Rio de Janeiro, gdzie

¹⁹⁸ *Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond*, season 1, episode 7: Rudolf Piper, <https://podcasts.apple.com/us/podcast/episode-7-rudolf-piper/id1584126843?i=1000538254088> [dostęp: 10.10.2022].

¹⁹⁹ *Glory Daze: The Life and Times of Michael Alig*, reż. Ramon Fernandez, USA 2015.

²⁰⁰ *Susanne Bartsch: On Top*, reż. Anthony Caronna, Alexander Smith, USA 2017.

jedną z głównych atrakcji były tańczące jako „passistas” drag queens. Mistrzynią ceremonii przyjąć w Copacabanie był RuPaul. Inne osobowości znane później jako club kids, zwerbowane przez organizatorkę, to m.in. Amanda Lepore czy Kenny Kenny. Bardzo teatralny, często futurystyczny styl kostiumów S. Bartsch stanowił inspirację dla estetyki club kids. Sama organizatorka twierdziła, iż jej zgromadzenia są teatrem, rodzajem wizualnej uczt, podczas której ludzie mogą zobaczyć coś, czego nie widzieli wcześniej. Wygląd jest deklaracją siebie, natomiast imprezy – rodzajem medytacji, co jak zauważył Kenny Kenny, jest niejako przedłużeniem pierwotnego zjawiska szamanizmu²⁰¹. Stanowi to istotną informację, biorąc pod uwagę, iż club kids podobny efekt próbowali uzyskać nie tylko przez wykorzystanie kostiumów i muzyki, ale również przez zażywanie narkotyków indukujących stan transu. W podkaście *Night Fever: Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond* S. Bartsch twierdziła, iż to ona jest bezpośrednio odpowiedzialna za przedstawienie Peterowi Gatienowi Michaela Aliga. Musiało się to odbyć na krótko przed zwolnieniem M. Aliga przez R. Pipera. P. Gatien, który obecnie nadal jest przyjacielem organizatorki, w zamian za pieniądze pożyczone na otwarcie jej drugiego butiku z ubraniami prosił, by ta zajęła się promocją imprez w klubie Limelight. S. Bartsch, która nie lubiła codziennej pracy w biurze, poleciła P. Gatienowi swojego protegowanego – M. Aliga²⁰². S. Bartsch pozostała wierna swojej estetyce, którą zainspirowała club kids i nadal organizuje nowojorskie przyjęcia z ekscentrycznymi osobowościami, dokumentując swoją pracę kreatywną w serwisie Instagram²⁰³.

Na początku lat 90. P. Gatien był właścicielem czterech nowojorskich klubów: The Tunnel, Palladium, Club USA oraz Limelight, będącym kolejnym z sieci lokali o tej samej nazwie. Na miejsce nowojorskiego Limelight wybrano zdekonszkrowany kościół mieszczący się przy 6. Alei, co od początku wywołało szereg kontrowersji ze strony środowisk religijnych, ale mimo to, klub otworzył się w listopadzie 1983 roku²⁰⁴. Przez pierwsze dwa lata działalności Limelight nie miało problemów z utrzymaniem się na nowojorskim rynku, ale wzrastające pustoszenie klubów związane z pandemią AIDS sprawiło, że lokal zaczął mieć problemy finansowe. P. Gatien zaczął poszukiwać organizatorów zabaw, którzy byliby w stanie zapełnić klub i odmłodzić jego grupę docelową. W tym celu podjął współpracę z M. Aligiem, który wraz z club kids był znanym promotorem

²⁰¹ Tamże.

²⁰² Tamże; *Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s...*

²⁰³ Zob. bartschland (Instagram), <https://www.instagram.com/bartschland/?hl=en> [dostęp: 10.10.2022].

²⁰⁴ *Limelight*, reż. Billy Corben, USA 2011.

zabaw na nowojorskiej scenie klubowej. W owym czasie (co po zapiskach „Club Rub” można datować na początek lat 90.) club kids mieli już negatywną reputację wśród właścicieli innych nocnych lokali, głównie z powodu swich wymagań, zwłaszcza co do otwartego baru, który był bardzo kosztownym dodatkiem do i tak otrzymywanego wynagrodzenia. Cykl zabaw club kids w Limelight – *Disco 2000* – stał się najśłynniejszą imprezą grupy.

2.13. Estetyka sceny i narkotyki

W założeniu ci, którzy zostali odrzuceni przez grupy rówieśnicze ze względu na szeroko rozumianą odmieńczość, mogli znaleźć miejsce wśród nowojorskich club kids. Subwersywnie, w tej grupie inność manifestowana była w pierwszej kolejności przez hiperbolizację atrybutów dziecięcości (np. podkolanówki, śpiochy) z motywami cyrkowymi (np. przerysowane usta, peruki w żywych kolorach). Całość przypominać miała samodzielnie wymyśloną postać z kreskówki (Fot. 2.).

Fot. 2. Wczesne stroje club kids



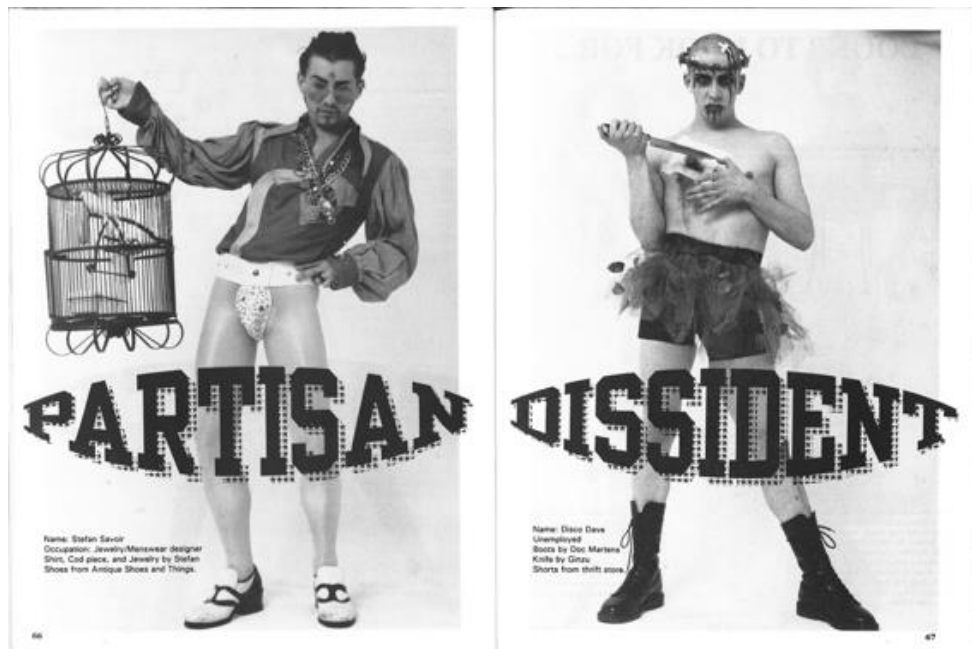
Źródło: „Project X”, nr 5, s. 8.

Inspiracją modową był Leigh Bowery – awangardowy brytyjski *kreator mody*, który zasłynął w dużej mierze charakterystycznymi strojami, gdzie nie tylko powierzchnia ciała,

również twarz zasłonięta była maską w pasującym do reszty stroju wzorze i kolorze²⁰⁵. Estetyka club kids była również estetyką typu DIY (od ang. *do it yourself* – ‘zrób to sam’), stroje nie posiadały więc większej wartości, były wykonane amatorskimi technikami i nigdy nie mogły być powtarzane, gdyż żadna osoba publiczna nie może być widziana dwa razy w tej samej kreacji²⁰⁶.

Z czasem, jak wspomina Ernie Glam, estetyka club kids stała się mroczniejsza. Wizualizując hasło podane przez byłego club kid – „zboczony seks-klaun” – należałoby przyjąć, że club kids rozwijali się od estetyki Ronalda McDonalda w kierunku amerykańskiego seryjnego mordercy przebierającego się za klauna – Johna Wayne’a Gacy’ego. Umazani sztuczną krwią na imprezach pod hasłem „Krwawa Rzeź” (ang. *Blood Feast* – od tytułu filmu gore), w rozdartych szatach i z domalowanymi siniakami – styl club kids odzwierciedlał fascynację mroczniejszymi tematami często towarzyszącymi dorastaniu (większość zaczynała karierę w klubach nielegalnie; wieku 16–17 lat, a kończyła ją 10 lat później) oraz nieświadomie w sposób wizualny odzwierciedlał stan sceny, gdzie zachowania przemocowe i rosnące uzależnienie od narkotyków stawały się coraz widoczniejsze (Fot. 3.).

Fot. 3. Późniejsze stroje club kids



Źródło: „Project X”, nr 17, s. 35.

²⁰⁵ Tak naprawdę inspirując się stylem L. Bowery, club kids nieświadomie czerpali również z kolorowych strojów wcześniejszej brytyjskiej formacji „blitz kids”. Zob. *Leigh Bowery on the Clothes Show 1988 (Full)*, <https://www.youtube.com/watch?v=om0MrCOXPcE> [dostęp: 28.12.2023].

²⁰⁶ *Party Monster: The Shockumentary*, dz. cyt.

Narkotyki podobnie jak kwestie rasowe i etniczne są kontrowersyjnym tematem w kontekście historii Ameryki. Duża część z nich do pewnego momentu była stosowana legalnie, jak np. preferowane przez club kids MDMA (znane również jako *ectasy* lub *X*), które służyło jeszcze pod koniec lat 80. w gabinetach psychoterapeutycznych jako empatogen – substancja umożliwiająca łatwiejsze otwarcie się na innych, obdarowanie zaufaniem i pozytywnymi emocjami. Stąd slangowym określeniem *ectasy* jest „narkotyk miłości” (ang. *the love drug*). Z kolei preferowana przez J.St. Jamesa ketamina była środkiem stosowanym głównie w gabinetach weterynaryjnych, po tym jak żołnierze, na których była testowana w celu uśmierzenia bólu, uskarżali się na omamy wzrokowe i dziwne myśli. Rohypnol, podobnie jak dwa wymienione narkotyki, ma również działanie uspokajające, aczkolwiek pomieszany z alkoholem staje się tzw. „tabletką gwałtu”. Ostatni z grupy narkotyków klubowych – GHB działa jak skondensowana dawka alkoholu, nie występuje natomiast po jego przyjęciu syndrom „dnia następnego”²⁰⁷.

Club kids stosowali narkotyki rekreacyjnie i traktowali je tak, jak goście klubowi traktują alkohol, często natomiast mieszała oba rodzaje substancji. Początkowo stosowanie narkotyków nie było w ogóle częścią sceny, natomiast później club kids zaczęli przyjmować je celowo – ironicznie imitując postaci celebryckie zmagające się z uzależnieniem. Jak wspomina M. Alig:

Izba przyjęć – cykl naszych słynnych imprez narkotykowych – też był karykaturalny – z gigantycznymi igłami i kroplówkami z kokainą. To wszystko miało być pewnym rodzajem żartu. Te imprezy zaczęły się w 1992 roku i robiliśmy je raz w miesiącu. Były tak popularne, że zaczęliśmy je robić raz w tygodniu, potem dwa, trzy razy w tygodniu. W końcu każdego wieczoru we wszystkich czterech klubach działała izba przyjęć²⁰⁸.

Wyłaniającym się trendem w zabawach club kids z biegiem czasu stało się tworzenie doświadczenia sztukamery i szokowanie za wszelką cenę normatywnej publiczności, jak np. J.St. James tańczący jako „narkotykowe dziecko” w klatce z mięsem, ludzkie lewatywy opryskujące publiczność szampanem, a w końcu *outlaw parties* – nielegalne imprezy w miejscach publicznych, takie jak zgromadzenie w filii sieci fast foodów McDonald’s na Times Square²⁰⁹. W trakcie tych krótkich zabaw kilka tysięcy club kids gromadziło się spontanicznie z boomboxami²¹⁰ i rozpoczynało celebrację. Punktem kulminacyjnym

²⁰⁷ Opracowano na podstawie E. Goode, *Drugs in American Society. Ninth Edition*, McGraw–Hill Education, Nowy Jork 2015, s. 295–301.

²⁰⁸ C. Bollen, *Michael Alig*, dz. cyt.

²⁰⁹ *Michael Alig’s Outlaw Party at McDonald’s in 1989 – unedited*, <https://www.youtube.com/watch?v=zIW8jHqFSi8&t=869s> [dostęp: 10.10.2022].

²¹⁰ *Boombox*, znany również jako *ghetto blaster*, to przenośny system audio, popularny głównie w latach 80. I 90. XX wieku. Urządzenie łączyło w sobie odtwarzacz kaset magnetofonowych (później CD) oraz radio

każdego przyjęcia było zatrzymanie uczestników przez policję i tym samym przyciągnięcie uwagi mediów. Nie odbywało się to jednak bez aprobaty osób sankcjonujących ich działania.

2.14. Publiczna linia fabularna – club kids w ramach normatywnych talk-shows

Club kids wraz z fundatorami swoich zabaw – R. Piperem i S. Bartsch – byli gośćmi telewizyjnych talk-shows, głównie o zasięgu krajowym. Zapisy tych programów (*The Geraldo Riviera Show*, *The Phil Donahue Show*, *The Richard Bey Show*, *Jane Whitney's NightTalk*), udostępnione w Internecie, pozwalają przyjrzeć się przeniesieniu mechanizmu gabinetu osobliwości w warunki ponowoczesne, zauważyć elementy antynormatywnego oporu (w tym subwersji) stosowane przez club kids oraz pozyskać informacje na temat działań (sub)kultury stanowiących podstawę polaryzującego nastawienia opinii publicznej wobec nich.

Standardowa formuła interakcji w opisywanych programach wyglądała następująco – prowadząca lub prowadzący, pełniąc rolę cyrkowego mistrza lub mistrzyni ceremonii (w tym kontekście ang. *ringleader*), zapraszają na scenę dziwadła, strasząc normatywną publiczność nadchodzącą degeneracją młodego pokolenia (zwłaszcza kierując uwagę *ad personam* do potomstwa osób zasiadających wśród publiczności)²¹¹. Następnie prowadzący/prowadząca rozpoczyna rozmowę z dziwadłami, odwołując się do ich negatywnego obrazu i oddaje głos publiczności w celu zadawania pytań, wyrażenia pochwał lub krytyki obserwowanego spektaklu. Bardzo często pytający wybierani są tendencyjnie lub podżegani do określonych (negatywnych) wypowiedzi – dla przykładu Phil Donahue wybrał starszego mężczyznę, zwracając uwagę na jego siwe włosy (wskazanie na wiek) jako powód, dla którego – podobnie jak on sam – nigdy nie wejdzie na imprezę club kids²¹². Podobny zabieg zastosowano w *The Geraldo Riviera Show*, kiedy w pierwszej edycji programu z 1990 roku club kids otrzymali zbyt wiele głosów wsparcia. Podczas kolejnego występu w 1992 roku publiczność składała się w dominującej części z osób starszych, często z południa Stanów Zjednoczonych, stereotypowo uznawanego za bardziej konserwatywne.

i wyposażone było we wbudowane głośniki oraz uchwyt do przenoszenia. Kompaktość i zdolność do głośnego odtwarzania muzyki na zewnątrz lub w większych pomieszczeniach uczyniła sprzęt popularnym symbolem kultury ulicznej.

²¹¹ Chodzi o model heteronormatywnego związku, w którym mężczyzna i kobieta wypełniają przypisane im role kulturowe w monogamicznej relacji uświęconej sakramentem religijnym, spełniając odgórnie narzucone oczekiwania społeczne, jak np. posiadanie dzieci, praca na rzecz lokalnej wspólnoty.

²¹² TheFlush, *New York Club Kids on Phil Donahue talkshow 1993 (complete TV show)*, <https://youtu.be/llnSZqNGJtk> [dostęp: 1.07.2023].

Iluzoryczność ²¹³ wskazanych programów jako forum wymiany opinii czy przedstawienia widzom nowych zjawisk kulturowych widoczna jest prawdopodobnie najsilniej w zachowanym nagraniu *The Phil Donahue Show* z 1993 roku. Poza głosami telefonicznego wsparcia, po stronie club kids wyraźnie opowiedziała się nastolatka, która na początku programu powiedziała, że miasteczko w stanie Connecticut, z którego pochodzi, jest nudne i nie ma w nim miejsca dla młodych ludzi, więc podoba jej się życie club kids. Następnie pracownica sprzedająca przekąski w klubie Limelight, zwracając się bezpośrednio do P. Donahue, stwierdziła, że nie podoba jej się, jak prowadzący ciągle poniża club kids i dodała „wielu z nas ukończyło college”. W przypadku pierwszej uczestniczki P. Donahue zaczął śmiać się z prowincjonalności stanu, w którym mieszka, w drugim – dopytywał o nazwę college’u, który ukończyła pracownica Limelight, uznając, iż jest to znakomita reklama jego absolwentów. Jedyńm głosem sprzeciwu, który nie został wykorzystany przeciw osobie opowiadającej się za club kids, była wypowiedź właścicielki sklepu jubilerskiego, która stwierdziła, że zatrudniony przez nią club kid jest jej najlepszym pracownikiem, więc istnieje możliwość funkcjonowania na scenie klubowej w nocy i pracy na pełen etat w dzień.

Można założyć, iż tak jak publiczność mogła spodziewać się negatywnego sprzężenia zwrotnego, reprezentując postawę odmienną od oczekiwanej przez twórców *show*, tak club kids zdawali sobie sprawę, że występ w programie odpowiadającym normatywnym gustom jest gwarancją krytyki, niezależnie od treści ich prezentacji. Idąc śladem tego toku rozumowania i świadomości, iż „nie istnieje złe *publicity*”, a kontrowersje są tym, co sprawia, że postaci celebryckie goszczą na okładkach magazynów, w telewizji i radiu, należy uznać, że nonszalancja przekazów projektowanych na potrzeby talk-shows była jeszcze bardziej hiperbolizowana – ku oburzeniu (lub zadowoleniu) publiczności.

Bardzo dobrym przykładem takiego zachowania jest zarchiwizowany odcinek programu *The Richard Bey Show* z 1991 roku, który zaczął się od nakreślenia sytuacji kryzysu ekonomicznego kraju i infrastruktury Nowego Jorku oraz echa wojny w Zatoce Perskiej. Prowadzący zestawiał z tymi problemami gości programu, którzy „mają to gdzieś”, ponieważ dla nich znaczenie ma „strojenie się, wygląkanie dobrze i imprezowanie całą noc”, często siedem dni w tygodniu. Następnie zaprezentowani zostali club kids. *The Richard Bey*

²¹³ Jedyńm odstępstwem od tej formuły wydaje się zachowany segment *The Joan Rivers Show*, w którym prowadząca samodzielnie skupia się na aspekcie prezentacji stylu (sub)kultury, zadaje pytania dotyczące ubrań, makijażu i czasu ich wykonania, komplementując prezentujących się na scenie club kids. Zob. quarv, *Club Kids fashion show Joan Rivers*, <https://youtu.be/iNh11OFgZBw> [dostęp: 1.07.2023].

Show gościł wszystkie najważniejsze osobowości pierwszej fazy funkcjonowania (sub)kultury²¹⁴: Michaela Aliga, Jamesa St. Jamesa („jego życie jest sposobem na mówienie »nie« – »nie« bushowsko-reganowskiemu syndromowi yuppie”), Ernego Glama („uważa się za apolitycznego, mówi o sobie: »nie obchodzi mnie polityka, uwielbiam przyciągać uwagę i być zauważanym«”), Lary’ego Tee („wychodzi na miasto co noc, na całą noc i imprezuje w najgorętszych klubach w mieście”), RuPaula Charlesa („twierdzi, że przekazem club kids jest »spójrz w głębię siebie i znajdź swój indywidualizm«”), Amandę Lepore („nie pracuje, wychodzi na miasto 5 razy w tygodniu i wtedy bawi się całą noc”), Keokiego („mówi »jesteśmy obłąkaną młodzieżą – śpimy cały dzień, imprezujemy całą noc i zarabiamy na tym pieniądze – czyż to nie wspaniałe?«”). Jak wynika z treści komunikatu, te uwagi musiały przynajmniej w części zostać przekazane produkcji programu przez samych club kids.

W przypadku omawianego odcinka *The Richard Bey Show* widoczne było również wsparcie grupowe, którego udzielali sobie club kids. RuPaul został w pewnym momencie wywołany przez czarnoskórego widza, który spytał go, jak może uważać się za czarnoskórego mężczyznę, wychodząc na ulicę czy do klubu w takim stroju (cytrynowy kombinezon z głębokim dekoltem i różowo-czerwonym szalem zawiązanym dookoła głowy)? RuPaul odpowiedział, że wszyscy (również mężczyźni z widowni) są wolni i wspaniali takimi, jakimi są i zaczyna śpiewać, na co publiczność reaguje wyraźnym buczeniem. J.St. James stwierdził, że nawiązywanie swoim zachowaniem do etykiety czarnego mężczyzny jest błędem, tak samo jak przywiązywanie się do orientacji seksualnej. Na co mężczyźni odpowiedzieli, że tą etykietą club kids już się naznaczyli, a RuPaul powinien uważać na to, co robi (co może być odebrane jako groźba). Mimo że prowadzący próbował oddać głos kolejnej osobie z publiczności, club kids nadal wspierali RuPaula – słyszalny był pomruk „pay him dust”, co slangowo można przetłumaczyć jako „olej go”. Segment programu zakończył się pytaniem, czy można być geriatrycznym club kid. Po przerwie dziennikarz M. Musto włączył się w obronę club kid, atakując prowadzącego:

Te wszystkie pytania, którymi w nich uderzasz... Czemu nie podejdiesz do brokera z Wall Street i nie zapytasz: co będziesz robił, kiedy będziesz miał 40 lat? Pracował w tej samej głupiej, nudnej pracy? Wciąż będziesz ubrany w ten sam głupi poliesterowy dwurzędowy garniturek? Nikt nie pyta o to takich ludzi.

²¹⁴ Chociaż w programie wystąpiło więcej osób, ograniczam tutaj przedstawienia do opisu kluczowych postaci club kids. Uwagi prowadzącego podano w nawiasie.

Warto zauważyć, że nawet najbardziej zagorzałe spory podczas programów nie kończyły się konfrontacją fizyczną, w których osoby uczestniczące w nagraniu musiałyby być rozdzielane przez ochronę (co np. było punktem kulminacyjnym innego gabinetu telewizyjnych osobliwości – *The Jerry Springer Show*). Pytania lub opinie często były również adresowane do prowadzącej/prowadzącego program, tak jakby grupa występująca na scenie była tylko rekwizytem, chociaż niektóre programy (np. *The Geraldo Riviera Show*) umieszczały club kids również w pierwszych rzędach publiczności.

Subwersja negatywnych opinii następowała, gdy club kids samodzielnie nagradzali zadowoleniem, śmiechem, wiwatami i oklaskami obelgi (np. „są obrzydliwi”), uszczypliwości (np. „jak pokażecie swoim wnukom zdjęcia, jak wyglądaliście”), żarty (np. „Halloween jest raz w roku”), odbierając im pejoratywny wydźwięk i cierpliwie wyjaśniając swój punkt widzenia. Jedynym wyjątkiem był ostatni występ w *The Geraldo Riviera Show*, w którym M. Alig i Richie Rich zeszli ze sceny po tym, jak prowadzący próbował przerwać ich dyskusję z konserwatywną modelką Rachel Fisk, rzucając w końcu: „Zamknij się, Richie!”. Po przerwie prowadzący skomentował powrót na scenę M. Aliga i R. Richa tym, że nie mogą się oni zwyczajnie oderwać od blasku reflektorów. W momencie najazdu kamery na dwójkę, R. Rich zwrócił się do M. Aliga, mówiąc „Co za dupek!”, po czym obaj zaczęli się śmiać.

Zarzutami kierowanymi przeciwko club kids w ogólnym rozumieniu był hedonizm – poszukiwanie przyjemności za wszelką cenę i skrajny eskapizm, a więc awersja do wizji życia skonstruowanej przez normatywną większość. Oprócz tego stosowanie narkotyków, celebrowanie życia na rachunek innych (przynajmniej część club kids nie widziała problemu z byciem czyimiś utrzymankami), porzucanie wysiłków edukacyjnych na rzecz „zabawy” i generalnie niechęć do myślenia o przyszłości po etapie bycia club kid oraz stosowanie inkluzywności i queerowości jako chwytu marketingowego.

Ten ostatni zarzut warty jest dodatkowego wyjaśnienia. W zachowanym odcinku *The Geraldo Riviera Show* jedna z club kids – Toni Senecal – otwarcie opowiada o tym, że w klubach istnieje system klas „A B C D”. „A” wchodzi do klubu za darmo, piją za darmo i są usytuowani w łóżach VIP, „B” – wchodzi za darmo, ale muszą płacić za drinki, „C” (określany mianem *filler* – ‘wypełniacza’) – wygląda dobrze, ma na sobie jakiś modny element garderoby, D – są dyskwalifikowani²¹⁵, co burzy mit o inkluzywności polityki uczestnictwa w zabawach klubowych, gdzie każdy miał z góry przypisaną rolę, a tym samym możliwość uczestnictwa w zabawie.

²¹⁵ Michael Alig NYC Club Kids on Geraldo April 17, 1990, https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA_qvY&t=1947s [dostęp: 1.07.2023].

2.15. Kłopoty club kids i film fabularny *Shampoo Horns*

W roku 1993 Jane Whitney na potrzeby programu *Night Talk* skonfrontowała club kids z artystą podziemnej sceny punkowej GG Allinem i przedstawicielem sił porządkowych sierżantem Stevem Rogersem²¹⁶. Po raz pierwszy club kids nie byli w centrum zainteresowania, głównie ze względu na personę GG Allina, który przyprowadził do studia dwie nastoletnie kobiety, które określał mianem „córek”, opowiadał o ich wykorzystywaniu seksualnym i zapewniał, że jest nowym mesjaszem, który sypia „z chłopcami, dziewczynami i zwierzętami”. Przy spotkaniu z wokalistą, który bił i defekował na swoją publiczność, club kids otrzymali możliwość prezentacji swoich działań jako znacznie mniej destruktywnej siły na nowojorskiej scenie miasta. Ta możliwość została jednak utracona w momencie, w którym M. Alig wyciągnął tabletki Rohypnolu, proponując dawkę sierżantowi kłócącemu się z GG Alinem. Chociaż pozostali club kids występujący w programie (J. Jewels, R. Rich i Walt Paper) próbowali bardzo szybko zmienić tok przedstawienia grupy, twierdząc, iż nie wszyscy club kids biorą narkotyki (co pada w każdym z programów), a uczestnictwo w klubach jest szansą poznania nowych ludzi i zaprezentowania siebie jako bohemy artystycznej miasta, kamera wciąż koncentrowała się na M. Aligu trzymającym w ręku fiolkę z tabletkami.

W 1994 roku G. Rivera zapytał M. Aliga o jego nowy styl – namalowane na skórze sińce i ślady dziur po strzykawkach. Na pytanie, dlaczego wybiera taki sposób prezentacji lider odpowiedział: „Nie wiem – chyba dlatego, że jestem znudzony”. Po zaprezentowanym w trakcie programu minidokumencie o uzależnionym od trzech lat od heroiny 25-letnim uczestniku życia nocnego jedynym komentarzem M. Aliga były słowa: „Chciałbym tylko zauważyć, że to nie był klub, tylko mieszkanie mojego bardzo bliskiego przyjaciela”²¹⁷.

W tym okresie M. Alig odwrócił się od swoich najbliższych współpracowników/współpracowniczek, co widoczne jest nawet w zachowanym odcinku *The Phil Donahue Show*²¹⁸. J.St. James, który próbował wyjaśnić podstawowe założenie (sub)kultury, spotkał się z następującą dyskredytacją:

Mężczyzna z widowni: Jeden z nich powiedział, że to jest fantazja. Jak długo może trwać i co się stanie, kiedy fantazja się skończy?

²¹⁶ DJ Golly-G, *GG Allin FINAL INTERVIEW 1993 Michael Alig Jane Whitney FULL Show*, <https://youtu.be/btDnJ7T9FD4> [dostęp: 1.07.2023].

²¹⁷ *Michael Alig & NYC Club Kids on Geraldo 1994 "Beyond the Glitz & Glamour"*, <https://www.youtube.com/watch?v=sajRVAAk3rY&t=206s> [dostęp: 1.07.2023].

²¹⁸ *New York Club Kids on Phil Donahue talkshow 1993 (complete TV show)*, <https://www.youtube.com/watch?v=llnSZqNGJtk&t=284s> [dostęp: 1.07.2023].

James St. James: Tak długo jak chcesz. [Fantazja – M.K.] Nie musi się kończyć. Tak długo, jak żyjesz swoim życiem, jesteś szczęśliwy, nie krzywdzisz innych i zarabiasz pieniądze, dlaczego miałyby się kończyć?

M. Alig skwitował tę wypowiedź informacją, że J.St. James ma fundusz powierniczy, więc jego fantazja nie musi się nigdy kończyć.

J.St. James nie wystąpił w żadnym z kolejnych zachowanych talk-shows, w których uczestniczyli club kids. Sposób, w jaki został potraktowany, może być również pomocny w zrozumieniu jego późniejszych działań, wykraczających poza kłótnie na scenie i mających na celu zniszczenie reputacji M. Aliga. Świadectwem rozpoczynającego się procesu spadku świadomości wizji retorycznej club kids jest również film *Shampoo Horns*, którego produkcja musiała zostać zakończona na krótko przed morderstwem Andre „Angela” Melendeza w 1996 roku²¹⁹. W swoim internetowym vlogu *Peew!* M. Alig 17 lat po wyjściu z więzienia przyznał, iż nie zdawał sobie sprawy, czego dotyczył film z jego udziałem, a kwestii dialogowych uczył się na miejscu, co świadczy, iż w ostatniej fazie działalności ruchu nie zależało mu na utrzymaniu projektowanej wizji retorycznej. Dodał również, że substytuty narkotyków używane w trakcie kręcenia filmu zostały podmienione przez club kids na prawdziwe substancje odurzające²²⁰. Na koniec zakomunikował, iż odnalezione kopie DVD z filmem będą wystawione na sprzedaż²²¹.

Wartość historiograficzna *Shampoo Horns* związana jest z wykorzystaniem autentycznych wnętrz klubu Limelight, kostiumów oraz wizerunków samych club kids, którzy w znacznej części grali samych siebie. W większości scen M. Alig i R. Riggs występują również razem i w oderwaniu od reszty bohaterów, prezentując wykreowane na potrzeby sceny osoby (najczęściej w sytuacji poszukiwania lub zażywania narkotyków). Dodatkowo fabuła *Shampoo Horns* ukazuje, że podczas kręcenia nikt nie czuwał już nad wizją retoryczną club kids. Zainteresowani jedynie wystąpieniem w filmie club kids wzięli udział w przedsięwzięciu, które silnie implementuje konkurencyjną dla club kids wizję

²¹⁹ Na temat produkcji filmu istnieje bardzo mało materiałów źródłowych, natomiast w zarchiwizowanej rozmowie z reżyserem filmu Manuelem Toledano w marcu 1998 roku wspomina się, że premiera filmu w Stanach Zjednoczonych przesunięta została o okres około dwóch lat w celu uniknięcia kontrowersji w związku z zabójstwem A. Melendeza. Z kolei M. Toledano otrzymał zlecenie na nakręcenie filmu pod koniec lata 1995 (dwa miesiące po ukończeniu studiów w czerwcu 1995 roku). To oznacza, że produkcja zakończyła się na krótko przed morderstwem, gdy wizja retoryczna znajdowała się już w fazie spadku. Zob. A. Krach, *Club Kids Take Manhattan: A Conversation with Manuel Toledano, director of “Shampoo Horns”*, IndieWire 5.03.1998, <https://www.indiewire.com/1998/03/club-kids-take-manhattan-a-conversation-with-manuel-toledano-director-of-shampoo-horns-83047/> [dostęp: 2.09.2022].

²²⁰ Peew! #122: *Shampoo Horns and the appeal to Kenny Kenny*, 23.02.2015, <https://www.youtube.com/watch?v=RSPyMyjae2U> [dostęp: 2.09.2022].

²²¹ Peew! #127: *Shampoo Horns, Boy George Part 2 and Gitsie*, 2.03.2015, <https://www.youtube.com/watch?v=T1WQFQXmEzk> [dostęp: 2.09.2022].

retoryczną – wejście w kontakt z uczestniczącymi w (sub)kulturze kończy się degradacją i śmiercią²²². Jeden z fikcyjnych bohaterów filmu – Danny, występujący jako drag queen, wypalony doświadczeniami na nowojorskiej scenie, opuszcza miasto i udaje się do Atlanty, aby popełnić samobójstwo. Inna bohaterka – Amy, zostaje potrącona ze skutkiem śmiertelnym na moście, przez który przebiega w narkotycznym szale, natomiast ostatni z bohaterów – Mark, zostaje wciągnięty w pozbycie się zwłok diler narkotykowego Junkie Jonathana z klubu Limelight.

2.16. Morderstwo Andre „Angela” Melendeza

Wydarzenia *Shampoo Horns* stanowią zapowiedź tego, co wydarzyło się naprawdę i co ustanowiło punkt zwrotny w narracji dotyczącej club kids – morderstwo dokonane przez Michaela Aliga i Roberta „Freeza” Riggsa na dilerze narkotykowym Andre „Angelu” Melendzie, do którego doszło na początku 1996 roku. Ze względu na kluczową rolę tego zdarzenia, przytaczam w całości tłumaczenie zeznania R. Riggsa złożonego nowojorskiej policji. Wersja świadectwa pochodzi z odręcznego manuskryptu zeznania dostępnego w Internecie, które również zostało przedrukowane z komentarzem odautorskim w książce J.St. Jamesa *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*²²³:

W marcową niedzielę 1996 roku byłem w domu, w mojej sypialni z przyjacielem. W drugiej sypialni głośno kłócili się Michael Alig i Angel Melendez. W pewnym momencie usłyszałem mały trzask, jakby tłuczone szkło. Potem usłyszałem, jak kłótnia staje się coraz większa i coraz głośniejsza. Otworzyłem drzwi pokoju i poszedłem do drugiej sypialni. Zatrzymałem się tuż przed drzwiami i w tym momencie Michael zaczął krzyczeć „Pomóż mi!”, „Zabierz go ode mnie!”. Angel obrócił się na chwilę i powiedział „Nie wtrącaj się!”. Potem złapał Michaela za ramię albo za szyję i zaczął nim agresywnie potrząsać i uderzać o ścianę. Krzyczał: „Lepiej, żebyś miał moje pieniądze albo skręć ci kark!” czy coś w tym rodzaju. Pamiętam, że Michael spojrzał na mnie czymś w rodzaju błagalnego spojrzenia. Złapałem młotek, który był w szafce zaraz na lewo ode mnie. Zbliżyłem się i uderzyłem nim Angela w głowę, by ściągnąć go z Michaela i może spowodować, żeby stracił przytomność. Spanikowałem i byłem zaniepokojony poziomem wściekłości, jaki okazał Angel.

Po pierwszym uderzeniu [Angel] odwrócił się i chciał złapać za młotek. Mógł go chwycić. Nie jestem pewien, ale wyrwałem go z powrotem i uderzyłem w głowę drugi raz. Zaczął upadać, ale był wciąż wkurzony i zaczął znowu dobierać się do Michaela. Uderzyłem go więc trzeci raz i padł. W tym momencie Michael usiadł mu na klatce piersiowej i zaczął dusić go dłońmi. Krzyknąłem: „Co robisz?”. Michael wydawał się bardzo zły w tym momencie i zaczął bluzgać na Angela. Potem wziął poduszkę i położył ją na twarzy Angela. Zmusiłem go, żeby przestał albo mówiąc mu to, albo ściągając go z niego. Potem poszedłem do salonu i być może do mojej sypialni. Kiedy wróciłem, Michael był znowu przy jego ciele. Zauważyłem złamaną strzykawkę na podłodze przy ciele, a Michael wlewał coś z łazienki, jakiś wybielacz lub substancję chemiczną do ust Angela. Znowu

²²² Taki rozwój linii fabularnej można wytłumaczyć szeregiem zabiegów montażowych, jednakże całkowita zmiana scenariusza byłaby niemożliwa bez dogrywania scen z występującymi w filmie, o czym nie ma informacji.

²²³ Przy tłumaczeniu pomijam komentarz odautorski J.St. Jamesa, gdyż nie wnosi on nic istotnego do opisu zdarzenia. Zob. J.St. James, *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*, Simon & Schuster, Nowy Jork 1999 [ebook], <https://www.simonandschuster.com/books/Party-Monster/James-St-James/9781416583264> rozdział: *Confession*.

krzyknąłem: „Co robisz?”, „Jaki masz problem?”, „Przecież jest nieprzytomny!”. Potem zaczął zaklejać jego usta taśmą. Poprosił o taśmę z szafki i powiedział: „Musisz mi pomóc!”. Pomogłem mu więc dokończyć owijanie taśmy dookoła ust Angela. Potem wyszedłem z pokoju. Kiedy wróciłem Angel był rozebrany do bielizny, miał białą parę majtek w rodzaju Fruit of the Loom. Michael powiedział „Pomóż mi go wsadzić do wanny”. Zanieśliśmy go do wanny i zamknęliśmy drzwi od łazienki.

Po pięciu do siedmiu dniach Michael i ja zdecydowaliśmy, że musimy zrobić coś z tym okropnym bałaganem. Zdecydowaliśmy, że pójdę po noże czy coś, co pomogłoby nam pozbyć się ciała. Poszedłem do Macy's i kupiłem trzy duże noże – dwa noże kuchenne i jeden tasak. Kiedy wróciłem, Michael powiedział mi, że jeśli dam mu dziesięć torebek heroiny, zajmie się tą częścią. Tak zrobiłem, a Michael poszedł do łazienki sam i odciał obie nogi Angelowi, potem włożyliśmy każdą z nich do plastikowego worka, następnie w torbę sportową i zanieśliśmy nad rzekę osobno i wrzuciliśmy do wody. Możliwe, że następnego dnia zszedłem do magazynu i wziąłem duży karton. Wyciąłem z niego kod UPC. Przyniosłem go do mieszkania. Michael włożył resztę ciała w dużą plastikową torbę na śmieci. Wziąłem drugą taką i nałożyłem na pierwszą. Wydaje mi się, że zanim Michael włożył to do worka, owinał to w prześcieradło. Po włożeniu w drugą torbę, wydaje mi się, że zakleiliśmy wszystko taśmą. Potem włożyliśmy cały tobołek do dużego kartonu. Fetor był tak okropny, że nasypałem sody do pieczenia do środka, żeby wchłonęła (w najlepszym przypadku) część smrodu. Włożyłem również kij od szczotki dla umocnienia, bo sam ciężar sprawiał, że pudło się rozpadało. Kilka godzin później zabraliśmy pudło do windy, przeszliśmy z nim przez lobby i zapakowaliśmy do taksówki, która akurat stała przed drzwiami. Kierowca pomógł nam zabezpieczyć bagażnik i zawieźliśmy ciało na zachodnią autostradę, w okolice 25 Ulicy. Taksówka odjechała, a my wrzuciliśmy pudło do rzeki²²⁴.

Michael Musto usłyszał plotki o zabiciu A. Melendez na scenie klubowej i zdecydował się umieścić je w swojej rubryce „La Dolce Musto”. Bardzo szybko śledztwo dziennikarskie zostało przeprowadzone przez innego dziennikarza „The Village Voice” – Franka Owena. Rzekomo pod wpływem silnego poczucia winy, M. Alig zaczął „w żartach” przyznawać się innym club kids do dokonania zabójstwa. Pomimo tego, aresztowanie M. Aliga i R. Riggsa zajęło prawie rok, jak odnotowuje w swojej książce J.St. James:

Prawda jest taka: Angel po prostu nie obchodził policji. Ani na jotę. Bo był dilerem narkotykowym. Bo był Latynosem. I z Bronxu. Bo był gejem. Bo był pełzającym w nocy dziwadłem. Ponieważ mógł być lub nie być nielegalnym imigrantem – w zależności od tego, którą kolumnę plotkarską czytasz. [...]

Oczywiście że policja cały czas wiedziała o dwóch zwariowanych ciotach o imionach Michael i Freeze, którzy zabili kogoś o imieniu Angel, kto ubierał się jak ptak i sprzedawał narkotyki w nocnych klubach. Jak mogli nie wiedzieć? Michael Alig był NAJBARDZIEJ NIEUDOLNYM PRZESTĘPCĄ WSZECHCZASÓW! [...] Przyznawał się do zbrodni każdemu, kto chciał go słuchać. Powiedział prasie, gdzie jest jego kryjówka, kiedy opuszczał miasto. Oszalałymi partaczyl szczegół po szczególe w trakcie rzeczywistej zbrodni. A potem zorganizował konferencję prasową, żeby potwierdzić wszystko to, co spieprzył... Podobno pewnego razu (teraz nie mogę tego zweryfikować, ale brzmi to dla mnie całkiem prawdopodobnie) zaprosił znajomych, kiedy pudło ze zwłokami stało w salonie, a goście stawali na nim drinki całą noc!... Panie, dopomóż mu!... Mówił otwarcie i dosadnie o morderstwie na linii telefonicznej, którą już podejrzewał o bycie na podsłuchu [prowadzonym przez biuro antynarkotykowe – DEA, które próbowało zdobyć dowody przeciw Peterowi Gatienowi – M.K.]. Potem zostawił papierowy ślad pieniędzy długi na milę... Zachował nawet wszystkie paragony z zakupów dokonanych za skradzione [A. Melendezowi – M.K.] pieniądze²²⁵.

²²⁴ *Club Kids Kill an Angel (Written Confession to the NYPD)*, The Smoking Gun, <https://www.thesmokinggun.com/file/club-kids-kill-angel> [dostęp: 2.10.2022].

²²⁵ J.St. James, *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*, Simon & Schuster, Nowy Jork 1999 [ebook], <https://www.simonandschuster.com/books/Party-Monster/James-St-James/9781416583264> rozdział: *Fast forward to...*

Zwłoki A. Melendeza stały się narzędziem politycznej rozgrywki w rękach władz miasta, które w zamian za złagodzenie wyroku wobec M. Aliga oczekiwały, że pomoże on w skazaniu P. Gatiena, w którego klubach rozprowadzane były narkotyki. Był to element polityki „zero tolerancji” zapoczątkowanej przez burmistrza Eda Kocha, a kontynuowanej na tym samym stanowisku przez Rudolpha Giulianiego. Podstawowym celem władz Nowego Jorku, który borykał się z falą przestępczości od lat 70., było uporanie się z uzależnieniem od narkotyków, w którym upatrywano przyczynę degeneracji mieszkańców. Należy jednak zdawać sobie sprawę, że gdyby A. Melendez był białym przedstawicielem klasy średniej, jego sprawa mogłaby zostać potraktowana inaczej.

M. Alig uległ agentom amerykańskiego biura antynarkotykowego i zeznał na początku przeciw P. Gatienowi, który pomimo uniewinnienia w sprawie obrotu narkotykami, został skazany za przestępstwa podatkowe, a w końcu deportowany ze Stanów Zjednoczonych²²⁶. W wyniku procesu M. Alig i R. Riggs zostali skazani w 1997 roku na kary od 10 do 20 lat pozbawienia wolności²²⁷.

Efektom działalności club kids była prawdziwa „śmierć śródmieścia” i nocnego życia Nowego Jorku, które nigdy nie powróciło już do wcześniejszej formy²²⁸. Wciąż jednak drastyczna zmiana z inkluzyjnej (sub)kultury odmiennej w problematyczną, zatamizowaną formację, w szeregach której morduje się swoich mniej lubianych przedstawicieli (wielu club kids twierdziło, że A. Melendez znajdował się blisko M. Aliga tylko ze względu na łatwy dostęp do narkotyków), wydaje się radykalna. Lata pomiędzy kreowaniem a spadkiem świadomości dokumentuje medium club kids – „Project X”. Jego analiza może pomóc w uzupełnieniu cyklu wizji retorycznej towarzyszącej (sub)kulturze i wskazaniu przyczyn jej implozji.

²²⁶ P. Gatien, *The Club King: My Rise, Reign, and Fall in New York Nightlife*, Wydawnictwo Little A, Nowy Jork 2020 [ebook], <https://a.co/d/bN2m10j>, rozdziały 16: *Up Against the Wall* i 17: *Chitty Chitty Bang Bang*.

²²⁷ J. Sullivan, *2 Men Plead Guilty in Killing of Club Denizen*, <https://www.nytimes.com/1997/09/11/nyregion/2-men-plead-guilty-in-killing-of-club-denizen.html> [dostęp: 29.12.2023].

²²⁸ C. Bollen, *Michael Alig*, dz. cyt.

3. „PROJECT X” JAKO NARZĘDZIE KREOWANIA TOŻSAMOŚCI CLUB KIDS

3.1. Analiza materiału badawczego – wstęp do analizy zawartości „Project X”

Celem poniższej analizy jest uzupełnienie cyklu wizji retorycznej towarzyszącej (sub)kulturze club kids, której rys historiograficzny naszkicowany został w poprzednim rozdziale. Poniższa analiza pozwoli:

- ukazać, jak wyglądało kreowanie, wzrost, podtrzymywanie oraz spadek fantastycznej świadomości na temat club kids za pomocą czasopisma „Project X”;
- wytypować motywy i typy fantastyczne towarzyszące wizji retorycznej club kids oraz odtworzyć linie fabularne związane z konkretnymi postaciami dramatu (sub)kultury,
- wspomóc zrozumienie zależności pomiędzy club kids a subkulturą balu i rozwojem sceny techno.

Korpus analityczny tej części pracy stanowi komplet 37 numerów magazynu „Project X” – oficjalnego magazynu club kids udostępnionego na stronie www.projectxarchive.com²²⁹ przez Michaela Aliga i Erniego Glama w celu popularyzacji historii (sub)kultury, który został opracowany przy pomocy narzędzi mieszanych – komputerowej analizy ilościowej z wykorzystaniem programu MAXQDA Analytics Pro (wersje 2022 i 2024) oraz analizy jakościowej wyselekcjonowanych tekstów uzupełnionej analizą multimodalną.

Podstawową techniką badawczą, jaką stosuję w pracy, jest analiza zawartości, której klasyczne brzmienie w polskim dyskursie naukowym sformułował Walery Pisarek:

Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającą na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce: zwykle ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu. Analiza taka ma zmierzać przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego²³⁰.

Przy stosowaniu tej metody warto pamiętać, iż nakłada ona dużą odpowiedzialność na osobę badającą, która często pełni również (jak w tym przypadku) rolę osoby kodującej

²²⁹ *The Project X Magazine Archive*, <http://www.projectxarchive.com> [dostęp: 7.06.2021].

²³⁰ W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Wydawnictwo Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983, s. 45.

przekazy, a więc tej, która nadaje im wartości i wyciąga wnioski. Stąd postulat dotyczący zachowania istotności, naukowości, obiektywizmu, systematyczności oraz powtarzalności prowadzonych analiz²³¹.

Wymóg istotności badania wydaje się najbardziej zajmujący, wszak ma ono prowadzić do lepszego zrozumienia otaczającego świata. Ta praca niesie taki walor poznawczy, chociaż z polskocentrycznego punktu widzenia wydawać się może, że club kids pozostają grupą abstrakcyjną. Spuścizna ich działań mieści się jednak w szerszej inkorporacji kultury amerykańskiej, w tym rosnącym w popularność w Polsce programie *RuPaul's Drag Race*, którego prowadzący RuPaul zaangażowany był w działalność club kids. Innym przykładem jest tutaj artystka sceniczna – Lady Gaga, która cytowała bezpośrednio (sub)kulturę jako jedną ze swoich scenicznych inspiracji. Estetyka club kids widoczna jest również np. w kolorowym i przerysowanym trendzie estetyki Y2K²³², której oryginalna forma jest silnie obecna pod koniec działalności „Project X”.

Aspekt naukowości starałem się eksplorować w poprzednich rozdziałach pracy, aby ukazać, jak club kids mogą wpisywać się w szerszą perspektywę badań nad amerykańskimi tożsamościami nienormatywnymi. Z kolei wartość obiektywizmu rozumiem następująco:

Obiektywizm traktować należy jako postulat albo jako ideę, do której powinni dążyć badacze. W istocie obiektywizm stanowi idealny stan, do którego osiągnięcia powinien dążyć każdy prowadzący proces badawczy. Oznacza to głównie, że jego osobiste cechy, przekonania i uprzedzenia nie powinny mieć wpływu na wynik badania. W analizie zawartości trudno osiągnąć doskonały obiektywizm. [...] Istotne pozostaje jednak, by ocena danego polityka, państwa czy wydarzenia przez badacza nie stanowiła klucza interpretacyjnego do rozumienia i odbioru treści medialnych²³³.

Nie wyklucza to w moim rozumieniu przyjęcia empatycznej perspektywy wobec club kids jako grupy, co rozumiem poprzez wykazanie, że należeli oni w większości do spektrum odmiennego, a dodatkowo jako grupa dorastających, często niepełnoletnich jeszcze osób odrzuconych przez normatywne grupy rówieśnicze, nieśli oni ze sobą bagaż

²³¹ J. Idzik, R. Klepka, *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata?*, DOI 10.24917/978838083196.1, s. 14 [dostęp: 2.11.2022].

²³² Y2K (akronim od ang. *Year 2 Kilo Bug*) nawiązuje do tzw. „pluskwy milenijnej” – obawy, że po roku 1999 systemy komputerowe przestaną działać, wywołując paraliż informatyczny, gdyż przyjęty system zapisu dat umożliwiał pracę z oprogramowaniem jedynie w zakresie XX wieku (1901–1999). Z kolei estetyka Y2K jest przedłużeniem estetyki wieku kosmicznego lat 60. i neofuturizmu lat 70., pełną obłych kształtów (często zakrzywionych jak bumerang), żywych kolorów, motywów kosmicznych, spodni z niskim stanem, gogli przeciwsłonecznych oraz ubrań o kroju przypominającym spadochron, która symbolizuje optymizm, jak i lęk przed nadchodzącą przyszłością. Zob. A.J. Willingham, *Y2K aesthetics are so hot right now – and so is the era's existential dread*, <https://edition.cnn.com/2022/12/29/us/y2k-nostalgia-millennium-style-angst-cec/index.html> [dostęp: 10.11.2023].

²³³ J. Idzik, R. Klepka, *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata?*, [w:] *Medialne obrazy świata*, t. 2: *Polityka i bezpieczeństwo w relacjach medialnych*, red. R. Klepka, J. Idzik, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2019, s. 16.

traumatycznych doświadczeń. Ta empatia jest jednak zbudowana na podstawie świadectw tekstów magazynu i materiałów źródłowych.

Z kolei w celu zachowania wartości systematyczności i powtarzalności wykorzystuję program MAXQDA Analytics Pro, który jest komputerowym narzędziem wspomagającym proces analizy zawartości. Przeznaczony przede wszystkim do badania warstwy tekstowej²³⁴, umożliwia porządkowanie i nadawanie etykiet (kodów) treściom w tzw. drzewie kodowym, które w klasycznej analizie treści odpowiada pojęciu kategorii. W poniższym badaniu kody, symbolizujące kategorie zapisane są WERSALIKAMI, natomiast podkody symbolizujące podkategorie – *kursywą*.

W kontekście „Project X” ilościowa analiza zawartości pozwala zauważyć wiele prawidłowości dotyczących cyklu wydawniczego periodyku, jego składu redakcyjnego, rubryk stałych czy layoutu. Należy jednak pamiętać, iż przez większą część swojego istnienia pismo było medium amatorskim – w pracach redakcji mogła wziąć udział każda chętna osoba, stąd polifonia narracji zaburzająca przejrzystość linii fabularnych magazynu. Po długim okresie wydań nieregularnych czasopismo stało się skrzyżowaniem czasopisma modowego i muzycznego (jest to również niezamierzone ikonograficzne odniesienie do tytułowego „X”). Z tego powodu należało zatem uwzględnić w projektowanym badaniu zastrzeżenia Magdaleny Lisowskiej-Magdziarz:

Po pierwsze, wiele prawidłowości czy zależności, obecnych w mediach z trudem poddaje się analizie ilościowej. Żeby je zdiagnozować i opisać, potrzebujemy narzędzi czulszych i subtelniejszych niż liczydło albo kalkulator.

Po drugie, są zjawiska, których po prostu nie ma potrzeby ujmować liczbowo. Tymczasem dostępność AZ [analizy zawartości – M.K.] jako techniki badawczej zachęca wręcz do liczenia czy mierzenia. Powstają więc raporty z niepotrzebnych lub niekoniecznych badań, raczej zaciemniające niż objaśniające rzeczywistość.

Wreszcie, nie wystarczy policzyć czy zmierzyć – trzeba jeszcze w wynikach mierzenia i liczenia odnaleźć sens²³⁵.

Analiza ilościowa „Project X” stała się wstępem do dalszego badania czasopisma i treści dotyczących club kids, które staram się ująć w ramy motywów i typów fantastycznych SCT, łącząc ją z jakościową analizą multimodalną w przypadku tekstów specjalnych, w których analiza warstwy tekstowej stanowi jedynie część projektowanego przez redakcję przekazu.

²³⁴ Wprawdzie program posiada funkcję analizowania plików obrazu audio i wideo, ale każda z tych funkcji oparta jest na pracy osoby kodującej uzgadniającej segmenty plików z etykietami kodów.

²³⁵ M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Wersja 1.1. Przewodnik dla studentów*, <https://polona.pl/item/1386401> [dostęp: 2.11.2021].

3.2. Jakościowa analiza multimodalna z wykorzystaniem zasad gramatyki wizualnej

Analiza multimodalna jest sposobem postrzegania tekstu medialnego nie przez pryzmat logocentryczny, ale ze względu na globalny sens przekazu konstruowanego za pomocą różnorodnych systemów semiotycznych (określanych również jako *modusy* lub *kody*), gdzie każdy z nich należy rozumieć jako:

[...] zestaw strukturalnie spójnych środków semiotycznych, które łączy nie tylko wspólnota własności fizykalnych (np. użycie dźwięku albo obrazu na płaszczyźnie), ale też możliwość niezależnego generowania przy ich pomocy całości – tekstów zdolnych do spełniania [...] trzech podstawowych metafunkcji każdego systemu semiotycznego. Można zatem przy ich pomocy odzwierciedlać fizycznie istniejące zjawiska (funkcja reprezentacyjna lub ideacyjna), tworzyć odgraniczone od otoczenia, strukturalnie spójne teksty (funkcja tekstowa) oraz wytwarzać rozmaite relacje i zależności pomiędzy ich użytkownikami (funkcja interpersonalna)²³⁶.

W przypadku badań „Project X” pomocne wydaje się badanie nie makrokompozycji, jaką są poszczególne wydania, lecz przyjrzenie się bliżej mikrokompozycjom wybranych tekstów dziennikarskich i ogłoszeń reklamowych, które posiadają silnie zaktywizowany kod wizualny. Zakładając koherencję języka i obrazu w tych tekstach, przyjmuję, że każdy z nich staje się tzw. płaszczyzną wizualną połączoną przez sposób projektowania (*design*) tekstu:

Nieprzypadkowo wyrażenie „płaszczyzna wizualna” wywodzi się z literaturoznawstwa. Przede wszystkim nawiązuje ono do tego, iż nawet same teksty pisane już na pierwszy rzut oka z uwagi na swój sposób prezentacji wizualnej, na którą składają się układ stron i krój czcionki, mogą być traktowane jako pewien kształt. [...] Płaszczyzny wizualne nie zawierają po prostu zarówno tekstów, jak i obrazów, lecz organizują ich semiotyczną interakcję (treść) dzięki ukierunkowanemu designowi (sposób wyrażenia). Jednocześnie obrazy przyjmują niektóre cechy tekstów [...], zaś teksty – niektóre cechy obrazów [...] ²³⁷.

Analizując mikrokompozycje, staram się aplikować szereg zasad i pojęć opracowanych przez Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena w ramach gramatyki wizualnej. Właściwością tego rodzaju semiotyki społecznej, stanowiącej uogólnienie zasad opartych na zachodniocentrycznym odczytywaniu znaków wizualnych w tekstach ²³⁸, jest poszukiwanie konkretnego sposobu wyrażania aktywnych **relacji między uczestniczącymi**

²³⁶ M. Lisowska-Magdziarz, *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych. Od teorii do schematu analitycznego*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2018, s. 147–148.

²³⁷ U. Schmitz, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT / Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 60–64.

²³⁸ Należy zauważyć, iż jest to pewnego rodzaju skrót myślowy, nie można mówić o jednej wersji kultury zachodniej i przeciwstawiać jej jednej wizji kultury wschodniej. Zob. G. Kress, Th. van Leeuwen, *Reading Images. The Grammar of Visual Design. 3rd Edition*, Routledge, Oxon–Nowy Jork 2021, [e-book:] <https://www.routledge.com/Reading-Images-The-Grammar-of-Visual-Design/Kress-Leeuwen/p/book/9780415672573>, Chapter: Introduction: the grammar of visual design.

(przedstawionymi osobami, miejscami i obiektami – nawet tymi abstrakcyjnymi, jak kształty), **procesami** (reprezentowanymi działaniami tych uczestniczących) i **okolicznościami** (np. miejscem, gdzie te działania się odbywają). Poniższe zestawienie ukazuje najważniejsze przedmioty zainteresowania gramatyki wizualnej, które staram się wyjaśnić w odniesieniu do pracy z płaszczyznami wizualnymi, uzupełniając opisy o dalsze typologie tam, gdzie to konieczne²³⁹:

Tab. 3. Podstawowe terminy i płaszczyzny analizy w gramatyce wizualnej

Prezentacja	przez narrację	tranzytywnie / intranzytywnie
	konceptualnie	podzielenie obiektu na elementy / klasyfikacja obiektu
	otoczenie wizualne	elementy układu (setting)
	wygląd postaci	mimika/gestyka/ postawa/ubiór
Interakcja	orientacja działania	dyrektywna/reprezentatywna lub komisywna
	odległość	bliska/średnia/daleka
	perspektywa	przednia/boczna/dolna
	orientacja kodowania	realistyczna/abstrakcyjna/sensoryczna/techniczna
Struktura tekstu	wartość informacyjna	od lewej do prawej/góra–dół/centralnie/na obrzeżach
	rozdzielenie elementów w obrazie	powiązane/niepowiązane
	wyróżnianie wizualne	przez formę/kolor/kontrast/efekty itd.

Źródło: H. Stöckl, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT / Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 119.

W przypadku **prezentacji przez narrację** jej główną cechą jest obecność przynajmniej jednego wektora, który realizuje proces dynamiczny. Wektory mogą być widzialne (np. w przypadku schematów) lub niewidzialne (np. w przypadku fotografii), natomiast zawsze są to linie wskazujące przynajmniej jeden kierunek oddziaływania.

²³⁹ H. Stöckl nie precyzuje w tekście również odnośników tabelarycznych, zostały one więc uzupełnione w oparciu o własne tłumaczenia zagadnień na podstawie książki G. Kress, Th. van Leeuwen, *Reading Images. The Grammar of Visual Design. 3rd Edition*, Routledge Oxon–Nowy Jork 2021 [ebook], <https://www.routledge.com/Reading-Images-The-Grammar-of-Visual-Design/Kress-Leeuwen/p/book/9780415672573>, zwłaszcza rozdziałów 2–6. W przypadku struktur niewyszczególnionych przez autora tabeli podaję również angielski odpowiednik w nawiasie.

Wektory mogą być tworzone przez ciała lub narzędzia „w działaniu” (aktorów), ale np. droga biegnąca przez przestrzeń obrazu może być również wektorem. Wtedy jadący po niej samochód będzie opisany jako aktor w procesie jazdy.

Narracja tranzytywna jednokierunkowa posiada aktora i cel jego oddziaływania, natomiast dwukierunkowa sprawia, że każdy uczestnik funkcjonuje zarówno jako aktor, jak i cel (wtedy stosowanym określeniem jest interlokutor). W **narracjach intranzytywnych** aktor jest pojedynczym uczestnikiem, który w całości lub części tworzy wektor, co dodatkowo może zostać podkreślone wyróżnieniem wizualnym. Cel działania nie jest znany lub pozostaje niewidoczny, tak jak w przypadku spadającego przez kadr liścia lub profilu osoby patrzącej na coś znajdującego się poza kadrem fotografii. **Zdarzenia** (ang. *events*) to z kolei prezentacje, w których nie jest znany aktor, a jedynie ukazany jest wektor i jego oddziaływanie na cel (np. ujęcie napoju nalewanego do szklanki).

Kiedy wektor tworzony jest przez kierunek spojrzenia jednego lub więcej uczestniczących niebiorących udziału w głównej akcji, mówi się nie o aktorach, lecz o reagujących, i nie o celach, lecz o zjawiskach (ang. *phenomena*). Warunkiem zaklasyfikowania jako reagującego jest posiadanie widocznych oczu, które można przedstawić jako spoglądające w określonym kierunku, i twarzy zdolnej do wyrażania mimiki, o której też można myśleć jako o zestawie wektorów poruszających mięśniami twarzy²⁴⁰.

Prezentacja konceptualna pozbawiona jest wektorów, a uczestniczącym przypisane są role nadrzędnych (ang. *superordinate*) i podrzędnych (ang. *ordinate*). Trzy główne rodzaje struktur konceptualnych tworzą relacje hiperonimiczne („rodzaj czegoś”), metonimiczne („część czegoś”) lub definiują uczestników wizualnie pod względem tego, kim są lub co oznaczają.

Klasyfikacyjne struktury prezentacji konceptualnej oparte są na rozmieszczeniu uczestniczących, co dalej określane jest jako taksonomie (ang. *taxonomies*). W przypadku ukrytych taksonomii (ang. *covert taxonomies*) zestaw podrzędnych rozmieszczony jest symetrycznie na płaszczyźnie wizualnej – w równych od siebie odstępach, wielkości i położeniu względem osi pionowej i poziomej. Jawne taksonomie (ang. *single-levelled overt taxonomy*, *multi-levelled overt taxonomies*) w zależności od rodzaju wyszczególniają jedną nadrzędną jednostkę nad dwoma lub więcej poziomami podrzędnych, które również mogą być ze sobą powiązane w relacji władzy nad jednostkami niższego szczebla (wtedy używanym określeniem jest „międzyrzędna” – ang. *interordinate*).

²⁴⁰ Autorzy zaznaczają również, że reakcje mogą być tranzytywne i intranzytywne oraz jedno- i dwukierunkowe. G. Kress, Th. van Leeuwen, *Reading Images*, dz.cyt., zwłaszcza rozdziały 2–6.

Analityczne struktury prezentacji konceptualnej prezentują uczestniczących jako części całości, przy czym wyszczególniają nośnik (ang. *carrier*), posiadający dowolną liczbę atrybutów symbolicznych (ang. *symbolic attributes*). Dla przykładu mapa Australii jest nośnikiem, ale wyróżnione na niej poszczególne miasta wraz z punktorami są już atrybutami symbolicznymi tego nośnika. Fotografia modowa często również wykorzystuje ten rodzaj prezentacji, gdzie poszczególne atrybuty (np. kurtka, spodnie) składają się na części głównego nośnika – osoby modelującej ubrania i akcesoria. Również fotografia portretowa może zostać wpisana w analityczną strukturę konceptualną, gdyż jej celem jest ujęcie nienazwanej esencji osoby wraz z jej atrybutami fizycznymi. Szereg dodatkowych klasyfikacji może być ujęty w ramach analitycznych prezentacji konceptualnych. Mogą być one gotowe (ang. *assembled, exhaustive*) lub inkluzyjne (nie przysłaniają wtedy nośnika – ang. *inclusive*); tymczasowe, w tym ilościowe (przedstawienie na osi czasu), topograficzne (skalowanie nośnika i atrybutów symbolicznych jest takie samo), topologiczne (wtedy skalowanie nie jest równe, ale elementy są wciąż połączone) itd.

Symboliczne struktury prezentacji konceptualnej pokazują z pomocą atrybutów symbolicznych, czym jest lub jakie znaczenie ma nośnik. W odmianie przydającej (ang. *attributive*), aby zidentyfikować atrybut symboliczny, który definiuje nośnik (a nie jest po prostu jego częścią), autorzy sugerują zwrócenie uwagi na następujące cechy: (1) szczególna ekspozycja obiektu, np. poprzez umieszczenie na pierwszym planie, zwiększenie rozmiaru, specjalne oświetlenie, szczegółowe odwzorowanie lub poprzez wyrazisty kolor; (2) gest, który nie może być interpretowany jako inna czynność niż wskazywanie atrybutu symbolicznego widzowi lub trzymanie atrybutu w sposób, który służy tylko do prezentacji; (3) nienaturalność w osadzeniu atrybutu względem reszty kompozycji; (4) konwencjonalne związanie z wartościami symbolicznymi atrybutu. Przykładem takiej struktury są częste zdjęcia sportowców z rekwizytami sportowymi symbolizującymi dyscyplinę, którą uprawiają²⁴¹.

Symboliczne struktury prezentacji konceptualnej odmiany sugerującej (ang. *suggestive*) posiadają tylko nośnik. W tego rodzaju obrazach szczegóły są zwykle pomijane na rzecz tego, co można nazwać „nastrojem” lub „atmosferą” (ang. *mood, atmosphere*). Kolory mogą się ze sobą łączyć, tworząc zamglony niebieski odcień lub delikatny złoty blask. Przejaskrawione oświetlenie może przedstawiać uczestniczących jedynie jako kontury lub sylwetki. Rozmycie szczegółów nadaje symboliczną wartość nośnikowi – na

²⁴¹ Autorzy sugerują również, iż atrybuty symboliczne mogą być celowo ukrywane w procesie twórczym, co wymaga wrażliwości interpretujących.

przykład delikatny złoty blask może nadać wszystkie wartości kulturowe związane z miękkością i złotem. W rezultacie przedstawione znaczenie i tożsamość płyną z wnętrza nośnika, podczas gdy struktury wykorzystujące atrybuty symboliczne przedstawiają znaczenie i tożsamość jako przekazane nośnikowi.

Otoczenie wizualne podobnie jak **wygląd postaci** mają wartość uzupełniającą w prezentacji. Dodatkowe uwagi, które stosują tutaj autorzy dotyczą tego, jak konstruowany jest pierwszy i drugi plan: (1) przez aktorów/nośniki zasłaniające tło, co tym samym tworzy pierwszy plan; (2) tło sprawia wrażenie narysowanego lub jest mniej szczegółowe od pierwszego planu (w przypadku fotografii może być dodany efekt rozmycia); (3) tło jest bardziej stonowane i mniej nasycone (odsaturowane) kolorystycznie; (4) tło jest ciemniejsze lub jaśniejsze od pierwszego planu. Wymienione efekty uzyskiwania różnicy w pierwszym i drugim planie można ze sobą łączyć.

Interakcja odnosi się do sposobu, w jaki obrazy wchodzą w relację z odbiorcami spoza świata przedstawionego. **Wzrok** odgrywa tutaj kluczową rolę, gdyż jeśli aktor/nośnik ludzki kieruje go na nas, wyrażone jest przez to żądanie interakcji. Intencje aktora/nośnika są tutaj rozpatrywane dalej za pomocą mimiki i gestykulacji. Z kolei brak kontaktu wzrokowego oznacza jedynie propozycję/zaproszenie do interakcji i tak rozpatrywane są również spojrzenia obiektów nie-ludzkich (np. zwierzęta czy zabawki dla dzieci posiadające twarze). Odległość, z jakiej prezentowany jest aktor/nośnik sugeruje kontakt intymny z odbiorcami (osiągany przez zbliżenie), kontakt indywidualny (plan średni) lub kontakt społeczny (szeroki kąt). **Perspektywa** określa relacje władzy pomiędzy światem przedstawionym a użytkownikami tekstów. Dwa rodzaje perspektywy poziomej to perspektywa centralna, która ma właściwość perswazyjną, gdyż przedstawia dokładnie to, co chce pokazać osoba tworząca ujęcie i bezpośrednio zaangażować nas w to, co widzimy²⁴², i perspektywa boczna, która ukazuje dodatkowe detale, jest zatem zbliżona do oddania obiektywnego stanu rzeczy, jednak kosztem uczestnictwa, które przyjmuje wtedy formę obserwacji²⁴³. W ujęciu pionowym perspektywa górna sugeruje naszą dominację nad światem przedstawionym, centralna – relację partnerską (chyba że np. atrybuty postaci wskazują inaczej, jak trzymana w ręku broń), natomiast dolna – dominację świata przedstawionego nad odbiorcą.

²⁴² Autorzy doprecyzowują, że w celu maksymalnego nastawienia na uczestnictwo w akcji należy przyjąć widok frontalny neutralizujący perspektywę centralną.

²⁴³ Autorzy doprecyzowują, że w celu uzyskania pełnej perspektywy obserwatora należy przyjąć widok z góry neutralizujący perspektywę centralną.

Orientacja kodowania nawiązuje do zespołu abstrakcyjnych kompetencji, informujących, w jaki sposób teksty są tworzone przez konkretne grupy społeczne w określonych kontekstach instytucjonalnych i o umiejętności ich odczytywania. I tak kodowanie techniczne opiera się na pragmatycznym kryterium tworzenia reprezentacji wizualnych jako projektów użytkowych, kodowanie abstrakcyjne – na konceptualnym rozumieniu świata i rzeczy, tj. redukcji konkretnego do ogólnego i detali do cech istotnych (np. sztuka). Powszechna, realistyczna orientacja kodowania na podstawie konsensusu społecznego dąży do wiarygodnego odzwierciedlenia stanu rzeczy. W przypadku poniższej analizy motywów i typów fantastycznych poruszamy się w kodowaniu sensorycznym, które hiperbolizuje pewne aspekty rzeczywistości, tak aby wywołać w obcujących z płaszczyzną wizualną jak najwięcej emocji:

Orientacja kodowania sensorycznego opiera się na doznaniach i jest stosowana w kontekstach, w których dominuje przyjemność – w pewnych rodzajach sztuki, reklamie, modzie, fotografii jedzenia itp., a także w kontekstach, które dążą do wywołania strachu i wstrętu, czy to w sztuce (na przykład wychudzone ciała Grünewalda z biegającymi wrzodami i gnijącymi mięśniami), czy w hollywoodzkich horrorach, które podkreślają drętwiejące włosy, śluzowatą lub łuskowatą skórę oraz surowość blizn i zniekształceń odrażających istot, aby wzbudzić strach, podobnie jak malowane piekło i kazania o siarce Boscha i Brueghla²⁴⁴.

W przypadku orientacji sensorycznej obiekty reprodukowane w czerni i bieli charakteryzują się najniższym poziomem modalności. Jest to znaczące ze względu na to, że „Project X” był medium powielanym przez większość czasu właśnie w tej skali. Opisując kolory (poza kontekstem historyczno-kulturowym), G. Kress i Th. van Leeuwen zachęcają do przyglądania się im na sześciu kontinuumach, które następnie – jak się wydaje – należy rozpatrywać w zależności od przedmiotu analizy: nasycenie (afekty – od odcieni intensywnych do odcieni pastelowych), czystość (od kolorów powszechnie używanych do specjalistycznych hybryd), dyferencjacja (od mono- do polichromatyczności), barwa (temperatura – od błękitu do czerwieni), modulacja (od kolorów jednolitych do niejednolitych). Ostatnim wyróżnieniem jest wartość reprezentowana przez skalę szarości – według autorów w tej skali widoczne są pojęcia światła i cienia, które porządkują kulturowo ludzkie doświadczenie²⁴⁵.

Struktura treści może wskazywać na **wartość informacyjną** (ang. *information value*), gdzie przeciwległe graficzne rozmieszczenie elementów w pionie wskazuje na to, co wiemy (po lewej) i to, czego się dowiemy (po prawej), natomiast w poziomie – to, co jest

²⁴⁴ Zob. G. Kress, Th. van Leeuwen, *Reading Images*, dz. cyt.

²⁴⁵ Ten fragment został opracowany na podstawie G. Kress, Th. van Leeuwen, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Universitas, Kraków 2013. Wydaje się, że kolor jest na tyle trudną do uchwycenia zmienną, że autorzy pozostawiają bardzo szerokie pole w jego interpretacji.

stanem idealnym (u góry) i faktycznym (u dołu). Z kolei ułożenie centryczne pozwala zauważyć dany element jako sedno jakiegoś procesu lub działania w stosunku do tego, co ułożone bliżej marginesów. W przypadku tryptyku elementów – jeśli elementy nie są w stosunku do siebie proporcjonalne, środkowy pełni funkcję mediacyjną pomiędzy pozostałymi.

Rozdzielenie elementów w obrazie (ang. *framing*) poprzez obecność elementów tworzących linie podziału lub tzw. ramek (wypełnionych lub niewypełnionych kształtów) sygnalizuje, że elementy należy w pewnym sensie rozumieć jako odrębne lub jako współzależne. W przypadku elementów niepowiązanych umieszczenie pustego pola i oddalenie od siebie elementów sugeruje separację znaczenia (ang. *separation*), natomiast umieszczenie w tej samej pustej przestrzeni linii – że elementy mają być rozumiane jako różne jednostki znaczeniowe (ang. *segregation* – ‘segregacja’). Z podobnym powodzeniem odrębność można wykazać poprzez kontrast wizualny, np. różnicowanie dwóch elementów kolorem. W przypadku elementów powiązanych stosowaną techniką jest nakładanie się na siebie elementów (ang. *overlap*), integracja (ang. *integration*) – kiedy elementy umieszczone są w tej samej przestrzeni, lub rym wizualny (ang. *visual rhyme*), kiedy nadamy obiektom podobne właściwości, np. poprzez ten sam kolor.

Wyróżnianie wizualne (ang. *salience*) powoduje, że różne elementy w różnym stopniu przyciągają uwagę odbiorców, na co wpływają takie techniki, jak położenie (pierwszy plan lub tło), rozmiar, kolor lub skontrastowanie kolorów, różnica w ostrości elementów. Zasady stosowania wyróżnień zostały omówione w kontekście pozostałych pojęć w podrozdziale.

Przykładem płaszczyzny wizualnej możliwej do rozpatrzenia w kategoriach analizy multimodalnej jest znajdująca się w numerze 20 „Project X” reprezentacja Klary beztroskiej kury – jednej z maskotek club kids (Fot. 4.). Jest to prezentacja koncepcyjna intranzytywna – na obrazie widzimy centralnie umieszczone zdjęcie człowieka w kostiumie kury, a skierowane ku górze skrzydła Klary tworzą wektory ruchu, co można interpretować jako próbę przestraszenia lub okazania radości użytkownikowi tekstu. Wzrok maskotki skierowany jest na odbiorcę, co podkreśla ofertę nawiązania kontaktu. Przerywana linia oddziela puste tło, kojarząc projekt z dziecięcymi zabawami: wycinankami i kolorowanymi. Wrażenie wzmocnione jest komunikatem „ciąć na linii przerywanej” w lewej dolnej części fotografii – jest to imperatyw, co sugeruje, że relacja tekstu z odbiorcami jest asymetryczna. Uzupełniający tekst służący za obramowanie fotografii

brzmi: „Ja, Klara beztroska kura, będę chronić ____ [tutaj pojawia się miejsce na imię osoby – M.K.] przed wszelkimi nieszczęściami, jakie przytrafiają się na naszych imprezowych nocach. Od tej chwili twoje cekiny nigdy nie stracą blasku”. Tekst stanowi dopełnienie komunikatu wizualnego – uniesione skrzydła Klary symbolizują chęć roztoczenia opieki nad użytkownikiem tekstu. Jest to łagodna perswazja – wprowadzie obraz przyjmuje perspektywę centryczną, a tekst rozkazuje wycięcie obrazka, ale dystans sugeruje, że to użytkownik musi podejść do kury i schronić się pod jej skrzydłami (podobnie jak wpisać swoje imię).

Fot. 4. Klara beztroska kura – jedna z maskotek club kids



Źródło: „Project X”, nr 20.pdf, s. 4.

Struktura tekstu pozwala również stwierdzić, iż pełni on funkcję magiczną – dzięki wykonaniu kolejnych rytualistycznych kroków instrukcji płaszczyzna wizualna będzie działała jako talizman.

3.3. Proces ilościowej analizy komputerowej z wykorzystaniem programu MAXQDA Analytics Pro

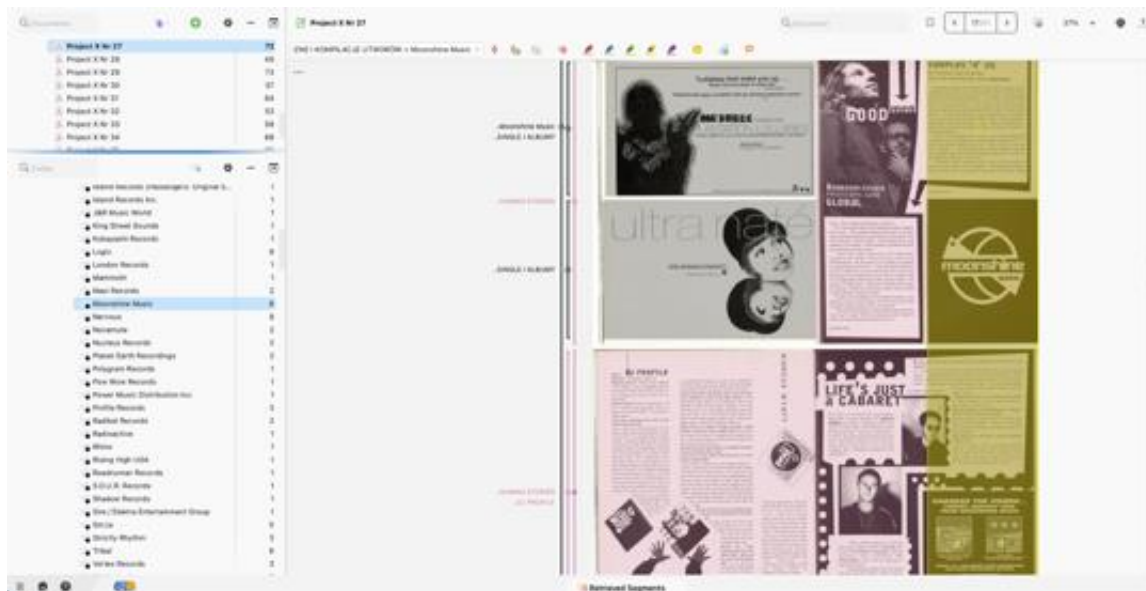
Program MAXQDA Analytics Pro wykorzystany został w omawianym badaniu w celu ułatwienia klasyfikowania treści archiwum „Project X” – ogólnodostępnego jedynie w wersji cyfrowej – a także nawigacji po zakodowanych fragmentach podczas wyprowadzania wniosków z analizy. Badanie zostało przeprowadzone w pełni manualnie, bez użycia funkcji „smart”, jedynie z wykorzystaniem narzędzi automatycznego zliczania i wizualizacji danych dotyczących ilości lub obszaru zakodowanych fragmentów. Przed rozpoczęciem badania podjęto decyzję, że teksty nie zostaną poddane obróbce graficznej w celu poprawy jakości zgromadzonego materiału, co wynikało z potrzeby przestrzegania zasady obiektywności i powtarzalności metody badań. Po zaimportowaniu 37 numerów „Project X” do programu MAXQDA stwierdzono, iż dostępne archiwum pisma zostało amatorsko zeskanowane i skompresowane do formatu .pdf bez ujednolicenia sposobu jego prezentacji (np. konsekwentne przygotowywanie plików jako kodeksów – jedna strona przewijana, bądź rozkładówek – dwie strony obok siebie, eliminacja pustych przestrzeni w zarchiwizowanych plikach, korekta mory²⁴⁶, wybór mniej inwazyjnego sposobu kompresji w celu poprawy jakości plików). Archiwum numerów udostępnione przez E. Glama i M. Aliga nie zostało poddane również procesowi automatycznego rozpoznawania znaków (ang. *OCR – Optical Character Recognition*).

Ograniczeniem programów z grupy MAXQDA jest narzędzie zaznaczenia, które występuje jedynie w formie zaznaczenia prostokątnego. W przypadku bardziej skomplikowanego layoutu czy umieszczania ogłoszeń reklamowych w sąsiedztwie lub wewnątrz przekazów dziennikarskich, ramki nakładają się na siebie, uniemożliwiając dokładne wyliczanie powierzchni, jaką poszczególne kody zajmują w dokumencie (co jest automatyczną funkcjonalnością programu). Z drugiej strony, wielokrotne kodowanie ramkami jednego tekstu powoduje trudności w późniejszym grupowaniu i liczeniu tekstów. Poniższy zrzut ekranu (Fot. 5.) pokazuje przykład problematycznego grupowania i podstawowy sposób jego rozwiązania. Reklama wytwórni Moonshine Music została rozmieszczona w obrębie dwóch tekstów dziennikarskich – jest więc ona zakodowana jednym zaznaczeniem (podświetlonym na żółto). Trzy osobne teksty dziennikarskie są

²⁴⁶ Oznacza to, że na zeskanowanym obrazie lub wydrukowanym dokumencie pojawia się efekt przypominający prążki, pomarszczenie lub siatkę. Efekt ten jest wynikiem różnicy pomiędzy rastrem skanera a rastrem półtonów skanowanego oryginału. Błąd można zredukować poprzez oprogramowanie skanera lub graficzną obróbkę zeskanowanego pliku.

z kolei zakodowane kolorem różowym. Z lewej strony widoczne jest drzewo kodów korespondujące z zaznaczeniem, a w lewym górnym rogu – system nawigacji pomiędzy dokumentami w pliku projektowym (numerami „Project X”).

Fot. 5. Zrzut ekranu przedstawiający pracę w programie MAXQDA Analytics Pro 2024. Aple kolorystyczne na stronach symbolizują pojedyncze, zakodowane teksty (nazwy kodów są widoczne w odnośnikach po lewej stronie)



Źródło: zrzut ekranu.

Oznacza to, że główną jednostką badania musi pozostać **blok dziennikarski lub reklamowy reprezentowany w pliku projektowym przez ramkę zaznaczenia prostokątnego, oddzieloną granicą innych bloków wewnątrz czasopisma, w tym okładką**. Teksty liczone są pod względem ilościowego występowania w magazynie i zgrupowane w większe kategorie tematyczne, które omawiam w dalszej części rozdziału. Jest to wygodniejszy sposób grupowania, który pozwala przyjrzeć się motywom fantastycznym towarzyszącym rozwojowi „Project X”, chociaż częściowe grupowanie genologiczne możliwe jest wewnątrz większych kategorii.

Podstawowy sposób pomiaru ilościowego tekstów pod względem tematycznym został wsparty poprzez obliczenie powierzchni, jaką zajmowały główne kategorie tematyczne w badaniu w poszczególnych numerach. Wynikało to z potrzeby uzyskania miarodajnego wyniku dotyczącego zmian objętości tematyki w cyklu wydawniczym pisma. Dla przykładu zakodowanie jednej galerii modowej (wiele stron) i jednej strony kulinariów (jedna strona) nie pozwoliłoby na ukazanie pełnego spektrum zmian w periodyku. Wprawdzie MAXQDA Analytics Pro oferuje narzędzie nadawania wagi zakodowanym

tekstom (która mogłaby odpowiadać ilości stron tekstu), aczkolwiek szybsze i bardziej miarodajne było wykonanie kopii zapasowej projektu, scalenie tekstów w główne kategorie tematyczne i dopasowanie ramek do faktycznej zawartości tekstów (patrz Fot. 6.). Takie rozwiązanie pomogło również zniwelować błąd statystyczny związany z pustymi obszarami zeskanowanych dokumentów, gdyż procent zakodowanych tekstów poszczególnych kategorii wyliczany był jedynie na podstawie zakodowanych treści.

Fot. 6. Alternatywny sposób kodowania w celu wyliczenia powierzchni, jaką zajmowały główne grupy kodów w „Project X”. Tekst dziennikarski został podzielony na dwie części zakodowane osobno do jednej kategorii; podobnie postąpiono z reklamą (żółte zaznaczenie)



Źródło: zrzut ekranu.

3.3.1. Klasyfikacja kodów formalnych w badaniu

Pierwszym etapem kodowania było znalezienie jak największej ilości kodów formalnych. Tym mianem określone zostały teksty, które przybliżają detale funkcjonowania magazynu, a niekoniecznie wpisują się w grupy kodów tekstów analizowanych w dalszej części jako przekazy dziennikarskie lub reklamowe (których opisy znajdują się analogicznie w dalszej części rozdziału). W sumie w ramach tej kwerendy do dalszej analizy zaklasyfikowano 151 kodów formalnych, które posłużą pomocniczo w ogólnej analizie wizji retorycznej „Project X”. Poniższa tabela prezentuje zestawienie kodów formalnych wykorzystanych w analizie.

Tab. 4. Kody formalne wykorzystane w analizie „Project X”

Kategoria kodu formalnego	Liczba zakodowanych tekstów	Opis zawartości
Okładki PX ²⁴⁷	38	Okładki „Project X” ²⁴⁸
Stopki redakcyjne	37	Zestawienia składu redakcji „Project X”.
Spisy treści	35	Spisy treści numeru podane przez redakcję ²⁴⁹ .
Uwagi	33	Uwagi określane jako <i>Fine Print</i> dotyczące prawnego statusu magazynu oraz uwagi dotyczące wydań.
Dostępność „Project X”	8	Informacje dotyczące dostępności „Project X” w instytucjach partnerskich w zależności od miasta lub kraju, w którym ukazywała się publikacja.

Źródło: opracowanie własne.

3.3.2. Klasyfikacja tekstów dziennikarskich w badaniu

Teksty dziennikarskie w badaniu rozumiem jako przekazy informacyjne (spełniające cel publicznego informowania o aktualnych wydarzeniach), publicystyczne (spełniające cel publicznego informowania o wydarzeniach połączonego z ich interpretacją) lub pograniczne (spełniające oba te cele, lecz silniej ujawniające tendencyjność tekstów, często nastawione na wywołanie emocji)²⁵⁰. W analizie „Project X” bloki zakwalifikowane jako dziennikarskie zostały zidentyfikowane na podstawie obecności stałych oraz wyodrębnienia głównych kategorii tematycznych czasopisma, co jest zbieżne z intencją redakcji, która w pierwszym artykule wstępnym określiła profil magazynu następująco: „wydarzenia, najnowsze objawienia modowe, uroda, sztuka, muzyka, podróże i ogólna rozrywka”²⁵¹. Ten podział ujawnia się wielokrotnie, choć niekonsekwentnie również na okładkach i w spisach treści części „Project X”, podlegając pewnym modyfikacjom. Na potrzeby badania propozycje tematyczne redakcji „Project X” zostały również ujednolicone, tak aby były bardziej pojemne, co umożliwia lepsze zrozumienie kierunku rozwoju magazynu. I tak np. teksty

²⁴⁷ W pracy analizuję główne okładki periodyku. Dodatki poświęcone funkcjonowaniu club kids z innych ośrodków miejskich, umieszczone jako wkładki do „Project X”, traktowane są zgodnie ze spisami treści jako części właściwej publikacji.

²⁴⁸ Numer 29 miał okładkę dwustronną.

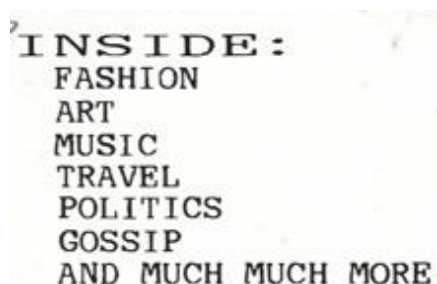
²⁴⁹ Numery 2 i 3 nie posiadają spisu treści.

²⁵⁰ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014, s. 22–23.

²⁵¹ Project X, nr 1.pdf, s. 3.

dotyczące sztuk plastycznych, filmu i designu użytkowego, które były tematem pobocznym magazynu, zostały zgrupowane jako „Nowe media i sztuki wizualne”. W sumie jako przekazy dziennikarskie zakwalifikowano 781 tekstów.

Fot. 7. Detal okładki „Project X”, nr 7. Nowymi kategoriami w wyszczególnieniu są polityka (ang. *politics*) i plotki (ang. *gossip*)



Źródło: Project X nr7.pdf, s. 1.

Taki sposób selekcji nie był jednak pozbawiony trudności. Po pierwsze, nie każdy z numerów opatrzony był spisem treści z podziałem tematycznym (lub ogólnym spisem treści), dodatkowo we wspomnianych zestawieniach zawartości numeru pojawiały się okazjonalne błędy, jak w przypadku numeru 18, który wprowadza jako 11-stronnicową sekcję tekst *On the Block: 9th St. (BET.) 1st/2nd* – przewodnik zakupowy po East Village, który faktycznie zajmuje tylko dwie kolumny czasopisma²⁵². Za przewodnikiem pojawia się wartościowa dla analizy sylwetka Toni Senecal oraz wspomnienie o Jamesie St. Jamesie. W takich przypadkach konieczne było manualne przypisanie tekstów do kategorii (w tym przypadku dla obu tekstów: *CLUB KIDS I ŻYCIE NOCNE W USA, Nowy Jork*). Często brak przyporządkowania w spisie treści wiązał się z innym problemem – tematycznymi pokrewieństwami części przekazów dziennikarskich. Wstępnie próbą rozwiązania tego problemu było podwójne kodowanie niektórych tekstów, aczkolwiek zaburzało to ogólny porządek tego, jak funkcjonowało czasopismo i jak jego redakcja sytuowała teksty w numerach z tematycznymi spisami treści – jeden tekst do jednej kategorii. Przykładem skomplikowanych przyporządkowań są teksty dotyczące celebrytów/celebrytantelek i „gwiazdeczek” (ang. *starlets*). Pierwsze z tych pojęć wyjaśniałem w poprzednim rozdziale, opisując historię J.St. Jamesa, drugie jest również nacechowane negatywnie, ponieważ oznacza zazwyczaj młodą aktorkę, która marzy o zdobyciu sławy. W „Project X” oba te

²⁵² Project X, nr 18.pdf, s. 38.

pojęcia zostają poddane subwersji – tam, gdzie w normatywnym rozumieniu talent określanych w ten sposób osób jest wątpliwy, na łamach czasopisma przemienia się on w predyspozycję do bycia gwiazdą (ponieważ kluczem do zbudowania kariery jest nie tyle talent, co umiejętność pozyskania zainteresowania mediów).

Pomocne w klasyfikacji okazało się odkrycie zasady prezentowania bohatera/bohaterki publikacji – niezależnie od tego, ile posiada on/ona talentów, konsekwentnie jeden dominuje nad pozostałymi i staje się katalizatorem do napisania tekstu, np.:

Kate Harwood jest niczym rzadki i cenny niebieski brylant – wielopłaszczyznowa i mieni się nawet w słabym świetle. Jako rządząca Manhattanem królowa cieszy się swoim panowaniem i jest lojalna wobec tysięcy swoich poddanych. Jako oddziwna w Limelight pracuje ciężko, by przebrać rozwścieczony tłum i wybrać bardziej porządną mieszkankę dziwadeł i płacących klientów (to niełatwa praca). Jako narciarka Kate uwielbia wolność na otwartym stoku, tym, co ją podnieca, jest jazda na snowboardzie. Kate – dziewczyna z okładki, zachowuje ponadczasowe elementy piękna, takie jak niewinność, klarowność i dobra para rzęs. Przede wszystkim jednak Kate – piosenkarka przynosi radość słuchającym jako główna wokalistka swojego zespołu „For Beauty’s Sake”²⁵³.

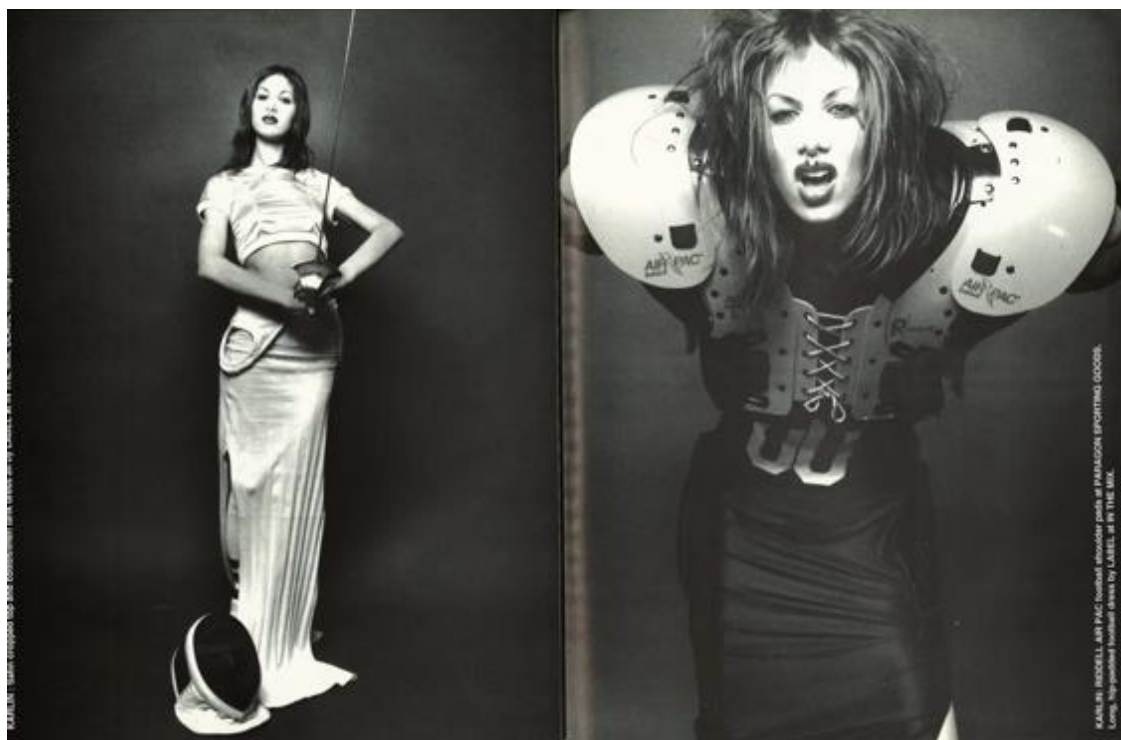
Chociaż Kate ma wiele talentów, przez pryzmat których mogłaby zostać opisana przez redakcję, jest sportowczynią, osobą stylową i pracuje w głównym miejscu zabaw club kids – klubie Limelight, celem tekstu²⁵⁴ jest zaprezentowanie jej postaci przez pryzmat muzyki, którą wykonuje, do czego też odnosi się jej zdjęcie z zespołem. Tekst został więc zaklasyfikowany w tej kategorii. Jeszcze innym przykładem są teksty z numeru 27 – *The Future of Sports* (pol. *Przyszłość sportu*). Wydanie staje się w dużej mierze okazją do wykorzystania sportu jako inspiracji modowej (Fot. 8.). Teksty zostały więc zakwalifikowane jako publikacje o tematyce stylowej, nie sportowej.

W przypadku rubryk stałych, jak np. rubryka informacyjna „X-tras” (jej odmianami są również „Fashion X-tras”, „Music X-tras” i „Future X-tras”), zbudowanych często z pojedynczych informacji napisanych przez kilka osób, ale zgrupowanych jako sekcja, decyzją było kodowanie całości jako jednego tekstu (taką klasyfikację wspierają również spisy treści „Project X”; ewentualnie z wyszczególnieniem podtytułów informacji). Grupy „X-tras” umieszczane są w większej kategorii AKTUALNOŚCI, której wyróżnikiem jest zależność od czasu opublikowania (teksty mogą szybko ulec przedawnieniu). W dalszej części badania rubryki zostaną przeanalizowane dokładniej w celu znalezienia informacji pomagających w odpowiedzi na pytania badawcze postawione w pracy.

²⁵³ Project X, nr 20.pdf, s. 34.

²⁵⁴ Zupełnie innym pytaniem jest, w jakim stopniu jest to próba udana, co może być wynikiem braku doświadczenia dziennikarskiego przeprowadzającego rozmowę (club kid Billy Beyond).

Fot. 8. „Uniforms Hit the Runway” (fragment)



Źródło: „Project X”, nr 27.pdf, s. 29.

W procesie grupowania tekstów dziennikarskich „Project X” pomocne okazało się również wyszczególnienie podkategorii genologiczno-tematycznej *sylwetki* wewnątrz kategorii MUZYKA, STYL, NOWE MEDIA I SZTUKI WIZUALNE, która traktowana jest przez pryzmat studiów przypadku, nie zaś wartościowego źródła informacji o (sub)kulturze, gdyż często nie dotyczy jej przedstawicieli. Jako składnik typowy dla prasy tabloidowej (zinowe początki „Project X”) i poradnikowej (*claim* numeru 13 głosił, iż czasopismo jest przewodnikiem) te teksty dziennikarskie można rozumieć następująco:

W przypadku sylwetek pierwszoplanowa jest [...] postać – jej postawa, zachowanie, reakcje na rozmaite sytuacje. Opowiadane zdarzenia pełnią funkcję argumentacyjną w procesie charakteryzowania bohatera, mają uzasadniać np. uznanie, podziw, współczucie, na które zasłuży on w oczach czytelnika. Granica między planem fabularnym i narracyjnym jest słabiej widoczna, przede wszystkim dlatego, że punktem odniesienia dla czytającego jest portretowana osoba, zaś zdarzenia są ważne o tyle, o ile o niej świadczą. Ich znaczenie ustala się dopiero w akcie „spotkania” z bohaterem podczas lektury tekstu, ponieważ mają one uzasadniać wybór konkretnej osoby jako wzoru godnego naśladowania²⁵⁵.

²⁵⁵ M. Worsowicz, *Gatunki w dziennikarstwie poradnikowym (na przykładzie prasy). Część I*, „Acta Universitatis Lodziensis Folia Litteraria Polonica” 2018, nr 2(48), s. 347.

Sylwetki w „Project X” pojawiają się w trzech formach charakterystycznych dla osób żyjących²⁵⁶ – artykułów i wywiadów²⁵⁷, w tym wywiadów-kwestionariuszy. O tej interesującej formie należy wspomnieć ponadto, że nawiązuje do wydawnictwa fanowskiego club kids, którzy sprzedawali karty kolekcjonerskie²⁵⁸ ze swoimi wizerunkami. Tego typu *bio* (przypominające raczej statystkę postaci w grze) zawierały pola, takie jak: wiek, wzrost, wymiary, znak zodiaku, ulubione postaci, cytaty, plany na przyszłość itp., jednocześnie często wykorzystując formę erotycznego *pictorialu* (Fot. 9.).

Fot. 9. „Project X” Pin-up Person (Mykul Tronn).



Źródło: „Project X”, nr 14.pdf, s. 23.

Szczególną podgrupą tematyczną w kategorii STYL są *fashion stories*.

Fotografia mody jest niezwykle trudna do zdefiniowania. Jednak wszyscy zgadzają się, że jedna rzecz wyróżnia tę dziedzinę fotografii – w fotografii modowej chodzi przede wszystkim o ubrania. Jednak najlepsze fotografie mody mają też coś jeszcze. Zdjęcia prezentowane w prestiżowych artykułach²⁵⁹ wyglądają na wykonane niemal bez wysiłku, wywołując emocje i wciągając widza w świat w nim wyobrażony. Właściwością tych zdjęć jest historia, narracja otaczająca osoby modelujące i sceneria.

²⁵⁶ W „Project X” publikowane były również teksty odnoszące się do osób zmarłych (pożegnania, wspomnienia), często jako elementy kroniki towarzyskiej „Club Rub”. Przynajmniej w części przypadków nie ma pewności, że te osoby naprawdę zmarły, ale odejście ze sceny traktowane było jako „śmierć towarzyska”.

²⁵⁷ Zob. M. Worsowicz, *Gatunki prasowe. Poradnik dla uczniów i nie tylko*, Drukarnia Cyfrowa i Wydawnictwo „Piktor”, Łódź 2006, s. 36–39.

²⁵⁸ Zob. Project X, nr 18.pdf, s. 66.

²⁵⁹ W oryginale ang. *editorial*, chociaż w polskojęzycznym prasoznawstwie to określenie zarezerwowane dla artykułu wstępnego. Zob. *edytorial* [hasło:], <https://sjp.pl/edytorial> [dostęp: 3.12.2023].

Dobra fotografia modowa uwiecznia chwilę w innym świecie, zasianą własnymi postaciami i nastrojem. Bez dobrej historii obraz jest jednowymiarowy i płytki – zniewalająca narracja nadaje fotografii głębi, ciekawości i witalności. Dobra historia jest tym, co sprawia, że fotografia modowa jest wyjątkowa – a każda historia zaczyna się od pomysłu²⁶⁰.

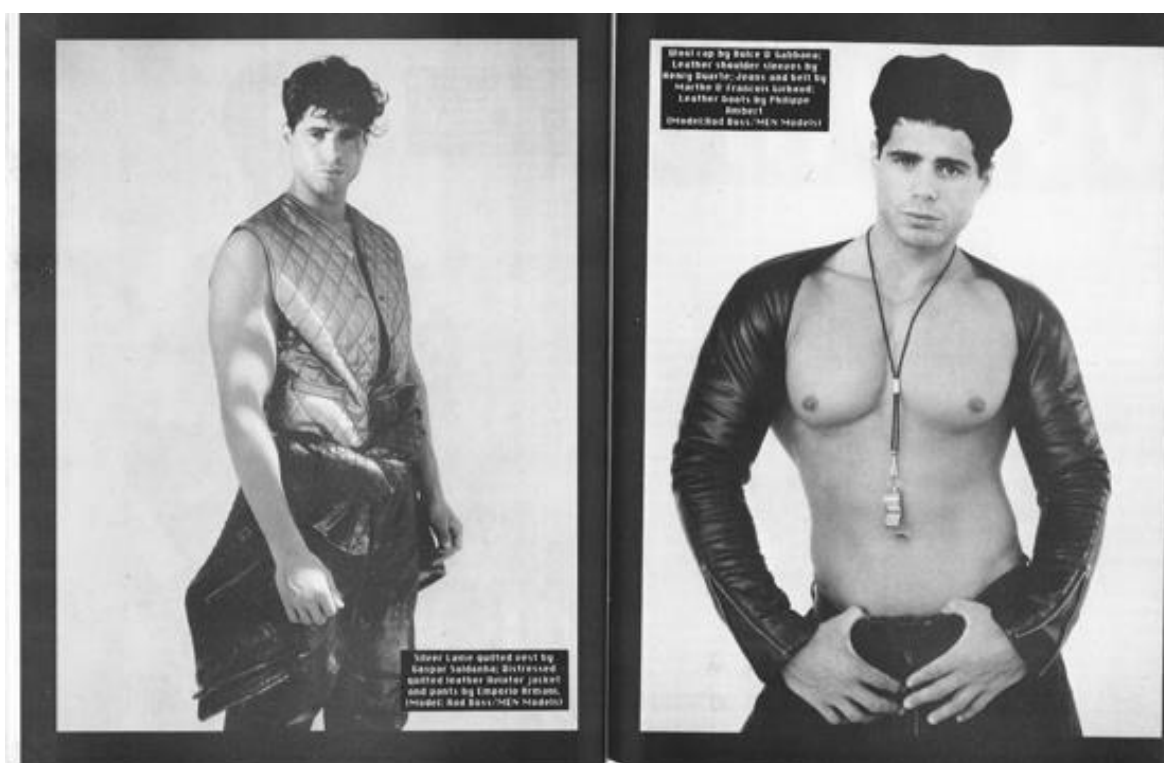
To dążenie widoczne jest również na łamach „Project X”. Komponent narracyjny jest zazwyczaj silnie zarysowany, nawet gdy historia jest „nadpisywana” nad obrazami, które mają z nią korespondować. Przykładem takiego palimpsestu może być fashion story *Uprise = A New State of Fashion* (pol. *Powstanie = nowy stan mody*) (Fot. 10.). Opis prezentowanej galerii zdjęć brzmi następująco: „Co wygląda na aktualne i daje »efekt wow«? Moda męska, która zyskuje na aktualności dzięki wpływowi Rewolucji 1917 roku – dotyk bolszewickiego paroba dodaje wdzięku stylizacji arystokracji”²⁶¹. Chociaż zdjęcia prezentują modeli na tle urbanistycznych ruin lub białym tle fotograficznym, a ich nawiązania stylowe sprowadzają się do elementów garderoby (czapka uszanka), materiałów (skóra) lub technik krawieckich (watowanie ubrań), to widocznym zamierzeniem redakcji jest przeniesienie czytelników do świata upadającego caratu, co sygnalizuje cytowany lead. Doświadczając tekstu, czytelnik skupia się na poszukiwaniu historycznych alegorii przetłumaczonych na język fashion story.

Fot. 10. „Uprise = A New State of Fashion” (fragmenty)



²⁶⁰ Mark Delong Photography, *What it Takes to Create a Full Fashion Story*, <https://www.markdelong.com/blog/how-to-create-a-fashion-story> [dostęp: 3.12.2023].

²⁶¹ Project X, nr 17.pdf, s. 44.



Źródło: „Project X”, nr 17.pdf, s. 45–47.

W wyniku grupowania tekstów dziennikarskich stworzono 10 kategorii tematycznych „Project X”. Poniższe opisy prezentują ich zawartość (w nawiasach – liczba przyporządkowanych tekstów).

3.3.2.1. Styl (183)

Wyodrębnieniu tej kategorii towarzyszy założenie, iż to, co club kids określali jako „modę”, tak naprawdę było pełną fantazją, łączącą w sobie szereg aspektów stylu życia. Dla przykładu – infografika poradnikowa *Charm Report. Why Lola Gets what Lola Wants?* (Fot. 11.) wymienia to, co jest czarujące: stroje od Dolce&Gabbana (ubranie), kieliszki do martini (akcesoria), gorset (klasyczne narzędzie modelowania figury, nadające „właściwe” proporcje ciała), błyszczący (makijaż), puszczenie oka (komunikacja niewerbalna) i chichotanie (komunikacja werbalna). To zbliża poczucie stylu do formy performansu, jakim jest *drag*, a więc teksty w tej kategorii posiadają znaczny potencjał fantazyjny.

Fot. 11. Infografika *Charm Report. Why Lola Gets What Lola Wants...*



Źródło: „Project X”, nr 21, s. 25.

W tej kategorii znalazły się omówione już *fashion stories* (83), teksty poświęcone aktualnościom (26), teksty poradnikowe dotyczące stylu (15), sylwetki (55) oraz szkice kolekcji modowych (4).

3.3.2.2. Muzyka (183)

W tej kategorii znalazły się teksty, w których dominantą była twórczość muzyczna, rynek muzyczny, jak i trendy muzyczne. Wśród podkategorii wyróżnić można sylwetki poświęcone zespołom muzycznym i wykonawstwu solowemu (88), recenzje i komentarze muzyczne (42), notowania i listy przebojów (22) oraz aktualności muzyczne (14).

Muzyka jest kategorią najtrudniejszą do uwzględnienia w analizie, gdyż materiały historiograficzne „Project X” prezentują ten aspekt raczej jako tło niż jako główny punkt odniesienia na scenie club kids, redukując go do postaci didżeja Keoki – partnera Michaela Aliga, Lorda Michaela, propagatora sceny techno w Limelight, i Larry’ego Tee – również

didżeja i club kid. Analizując grupę tekstów poświęconych muzyce, można zauważyć nieznajomość tej branży wśród najważniejszych przedstawicieli club kids, znudzenie lub próby zmiany tematyki podczas rozmowy. Przykładami są przywoływany wcześniej wywiad z Kate Hardwood i rozmowa redaktorki naczelnej pisma Julie Jewels z zespołem House of Pain:

Julie Jewels: House of Pain jest reklamowany jako irlandzko-amerykański zespół, a wasz ostatni wideoklip był nawet kręcony na tle parady z okazji dnia Świętego Patryka. Jak czujecie się z tym, że homoseksualne osoby pochodzenia irlandzko-amerykańskiego nie mogą uczestniczyć w paradzie?

House of Pain: Szczerze? Hmm... Nie wiemy. Bez komentarza.

JJ: Okej, to jak czujecie się z tym, że RuPaul nagrywa dla tej samej wytwórni co wy?

HoP: (śmiech) Bez komentarza.

JJ: Nie lubicie drag queens?

HoP: (widocznie chichocząc) Bez komentarza.

JJ: Przestańcie z tym „bez komentarza”. To nie jest „The Times”. Grupa naprawdę fajnych dzieciaków będzie to czytać. Powiedźcie, o co wam chodzi.

HoP: Cóż, sami jesteśmy grupką dzieciaków starających się robić dobrą muzykę. Pracujemy nad naszym następnym albumem, który pewnie ukaże się pod koniec lata, więc wypatrujcie nas!²⁶²

Chociaż tematem wywiadu ma być muzyka zespołu, J. Jewels wykorzystuje okazję, do przekierowania rozmowy w stronę polityki wobec osób LGBT+ i uczestnika sceny club kids – drag queen RuPaula²⁶³. Zabiegi stylistyczne redaktorki (umieszczenie didaskaliów) i konfrontacyjna odpowiedź jednoznacznie prezentują House of Pain jako homofobów i transfobów. Przebieg rozmowy ujawnia również niezadowolenie J. Jewels z kontaktu z zespołem, a jednocześnie nie prezentuje nowych informacji (sub)kulturowych, co stawia pytanie o zasadność poddania tej kategorii pogłębionej analizie. Problem ten zostanie rozpatrzony w dalszej części rozdziału przez zestawienie wielkości kategorii z cyklem rozwoju „Project X”.

3.3.2.3. Club kids i życie nocne Ameryki (153)

Najważniejsza z punktu widzenia podjętych badań kategoria omawia funkcjonowanie club kids w Nowym Jorku (88) i innych amerykańskich ośrodkach miejskich, takich jak Los Angeles (33), Chicago (12), Miami (9) i Malibu (1). W grupie umieszczona jest również kronika nowojorskiego życia nocnego „Club Rub”, prowadzona przez większą część funkcjonowania magazynu przez Michaela Aliga (35) i kronika plotkarska dotycząca sceny – „Mongers About Town” (16).

²⁶² Project X, nr 25.pdf, s. 29.

²⁶³ Chociaż na początku lat 90. RuPaul występował głównie jako drag queen, obecnie wiemy, iż ta forma performatywna była dla niego raczej sposobem pozyskania uwagi publiczności. Wraz z upływem czasu coraz częściej spotykamy go w jego męskim wcieleniu – „potworzyca” lub „matka” RuPaul pojawiają się jedynie w programie telewizyjnym *RuPaul's Drag Race* i na okładkach jej/jego albumów.

3.3.2.4. Rozrywka (78)

W tej kategorii znalazły się teksty o zabarwieniu ludycznym. Wśród rubryk cyklicznych można wyróżnić tu listy do redakcji, ze względu na ich nieformalny, często humorystyczny ton prowadzenia dyskusji z redakcją (28), opowiadania (19), plotki i doniesienia (spoza sceny nowojorskich club kids) (14), horoskop Miss Conception (9).

3.3.2.5. Aktualności (ogólne) (60)

Ogólna kategoria informacyjna „Project X” scala przekazy z innych kategorii lub prezentuje teksty, które szybko mogły ulec dezaktualizacji. Wśród rubryk cyklicznych można wyróżnić tutaj listy od redakcji (23), ogłoszenia (18), sekcję „Xtra X-ra Read All About It” (15) i jej wersję poświęconą nadchodzącym trendom „Future X-tras” (2).

3.3.2.6. Nowe media i sztuki wizualne (46)

Grupa „Nowe media i sztuki wizualne” obejmuje teksty poświęcone sztuce plastycznej (fotografia, malarstwo, rzeźba), nowym mediom (w tym filmowi i telewizji), teatrowi, designowi użytkowemu (meble, oświetlenie). Wśród podkategorii tematyczno-genologicznych można wyróżnić także sylwetki (27), aktualności (5) i recenzje (5).

3.3.2.7. Polityka i sprawy społeczne (36)

Jako przejawy zaangażowania politycznego teksty z tej kategorii omawiają szereg problemów społecznych, takich jak problem legalizacji substancji odurzających, bezpiecznego seksu, akceptacji osób LGBT+, walki z nowojorską administracją publiczną (zwłaszcza z burmistrzem Edem Kochem i służbami policyjnymi). Ważnym aspektem jest dla redaktorów polityczne zaangażowanie Rudolfa Pipera, który do czasu pełnienia funkcji wydawcy „Project X”, a więc do numeru 14, sam pisał teksty dla tej grupy (*Rudolf's Editorial Contribution* (7), *Rudolf's Political Comics* (3)).

3.3.2.8. Kulinaria (22)

Ta kategoria tekstów obejmuje w znaczącej części trzy rubryki stałe „Project X” – „Dining with Ruben Sandwich” (PX 9–13), „Table Service” (PX 16–18), „Food For Thought” (PX 19–25) oraz „CoffeHound” (stanowiący rubrykę poświęconą lokalom gastronomicznym w Los Angeles – PX 21–22).

Teksty z tej kategorii prezentują recenzje lokali gastronomicznych oraz pełnią interesującą funkcję z perspektywy tzw. *food studies*, gdzie jedzenie często staje się katalizatorem do lepszego zrozumienia świata relacji społecznych otaczających osoby piszące.

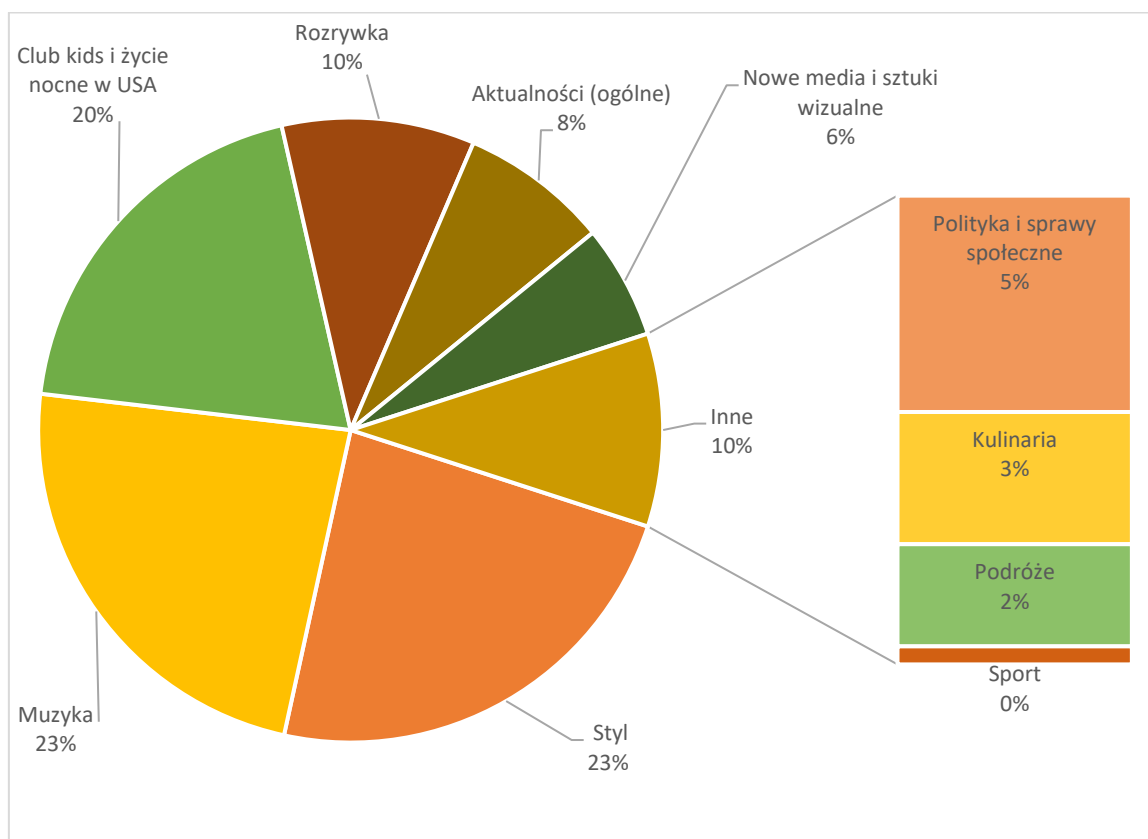
3.3.2.9. Podróże (17)

W kategorii „Podróże” zgrupowane zostały teksty dotyczące relacji z wypraw club kids poza teren Stanów Zjednoczonych, obejmujące takie państwa, jak Japonia (5), Wielka Brytania (5), Niemcy (3), Islandia (1), Brazylia (1), Meksyk (1) i Wenezuela (1). Podróże zawsze leżały w centrum zainteresowania grupy – już w pierwszym numerze dwie drag queen występujące pod pseudonimem grupowym The Fashion Patrol wybierają się w podróż do meksykańskiego Acapulco²⁶⁴.

3.3.2.10. Sport (3)

Najmniejsza z kategorii zawiera tylko trzy teksty, z których dwa pochodzą z numeru tematycznego – „Project X” nr 27 poświęconego przyszłości sportu. Teksty tego numeru skupiają się głównie na aspekcie stylowym tego zagadnienia (ubrania, akcesoria, makijaż) – jest to wywiad z footballistą Lawrencem Taylorem i artykuł dotyczący rozwijających się niekonwencjonalnych form aktywności sportowych.

Wykr. 1. Kategorie tematyczne tekstów dziennikarskich „Project X” w ujęciu ilościowym (zestaw 37 numerów)



Źródło: opracowanie własne.

²⁶⁴ Project X, nr 1.pdf, s. 10–11.

3.3.3. Klasyfikacja przekazów reklamowych w badaniu

Przekazy reklamowe w niniejszej analizie obejmują przekazy zgłaszane do magazynu przez podmioty zewnętrzne, materiały autopromocyjne mające na celu zachęcenie do zapoznania się z „Project X” oraz ukryte przekazy reklamowe, tj. adwertoriale, które rozumiem jako:

[...] marketingowe praktyki publikowania nieoznaczonych jako promocyjne tekstów, tj. poza reklamowymi powierzchniami, na stronach, które trudno zidentyfikować jako reklamę czy tekst sponsorowany. Są one publikowane pomiędzy regularnymi blokami dziennikarskimi, a ich celem jest wywarcie wpływu na czytelnika dla uzyskania korporacyjnych korzyści. Ich zleceniodawca nie zawsze jest jawny. Taka pseudodziennikarska wypowiedź najczęściej nie tylko wymienia nazwę towaru lub producenta, ale – jak w przypadku czasopism lifestylowych, poradnikowych – zawiera też pozytywne oceny na ich temat, przy braku ocen krytycznych, jak i elementy bezpośredniej zachęty do zakupu towaru²⁶⁵.

W przypadku „Project X” trudno o jednoznaczne ocenienie, gdzie zaczyna lub kończy się granica ukrytych treści reklamowych, gdyż było to wydawnictwo sponsorowane przynajmniej przez większość czasu przez właścicieli klubów, którzy chcieli zachęcić do uczestnictwa w swoich imprezach, a przez samych club kids traktowane było jako narzędzie autopromocji. Tym, co ułatwiło proces wyszukiwania i kodowania adwertoriali na potrzeby analizy, było spostrzeżenie, że często w tytułach publikacji pojawiała się nazwa marki, a sam tekst odbiegał stylistycznie od typowego sposobu komunikacji redakcji. Pomocne okazało się również poznanie w pierwszej kolejności jawnych przekazów reklamowych czasopisma i zakodowanie ich w drzewie kodowym. Przykładem takiej empirycznej selekcji jest adwertorial *Kanae + Onyx. A Taste Sensation* (Fot. 12.). Tekst zamieszczony został po reklamie zachęcającej do subskrypcji „Project X”, można było zatem spodziewać się, że kolejny materiał nie będzie przekazem reklamowym. Dodatkowo Kanae i Onyx²⁶⁶ pozwali na zdjęciu otwierającym tekst, o czym informował podpis z prawej strony – to z kolei sugeruje, że chodzi o promocję działań artystycznych club kids, co pozwoliłoby włączyć tekst do analizy tekstów dziennikarskich „Project X”. Całość stylizowana jest na galerię modową (gatunek obecny na łamach pisma), ale dzięki zakodowanej bazie reklam można zobaczyć, że ta marka modowa trzykrotnie reklamowana była w „Project X” w sposób otwarty. Dodatkowo lektura tekstów nie wskazuje, że Kanae + Onyx było preferowaną marką club kids (jak np. dom projektanta i bliskiego przyjaciela J. Jewels – Romeo Gigli). Tekst został więc zaklasyfikowany jako przekaz reklamowy.

²⁶⁵ A. Duda, *Prasa kobieca – między adwertorialem, a informacją. Analiza zawartości i odbioru adwertoriali miesięcznika „Claudia”*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2015, nr 3, s. 26

²⁶⁶ W tym przypadku tekst wskazuje na to, iż jest to faktycznie duet założycielski, a nie jego personifikacja, pozostałe dwie modelki wymienione są w stopce sesji fotograficznej.

Fot. 12. Adwertorial Kanae & Onyx. A Taste Sensation



Źródło: Project X, nr 20, s. 91–93.

W wyniku selekcji zakodowano 974 ogłoszeń reklamowych (w tym więcej niż 10 przypadków adwertoriali). Ich rola w poniższym badaniu pozwala zauważyć działania club kids, o których inaczej nie można byłoby się dowiedzieć (np. wydanie singla M. Aliga), a także umożliwia przyjrzenie się w perspektywie multimodalnej kluczom wizualnym wykorzystywanym przy reklamowaniu zabaw club kids takich jak Disco 2000. Poniższe zestawienie ukazuje kategorie przekazów reklamowych zakodowanych podczas analizy ilościowej:

Tab. 5. Kategorie przekazów reklamowych w „Project X”

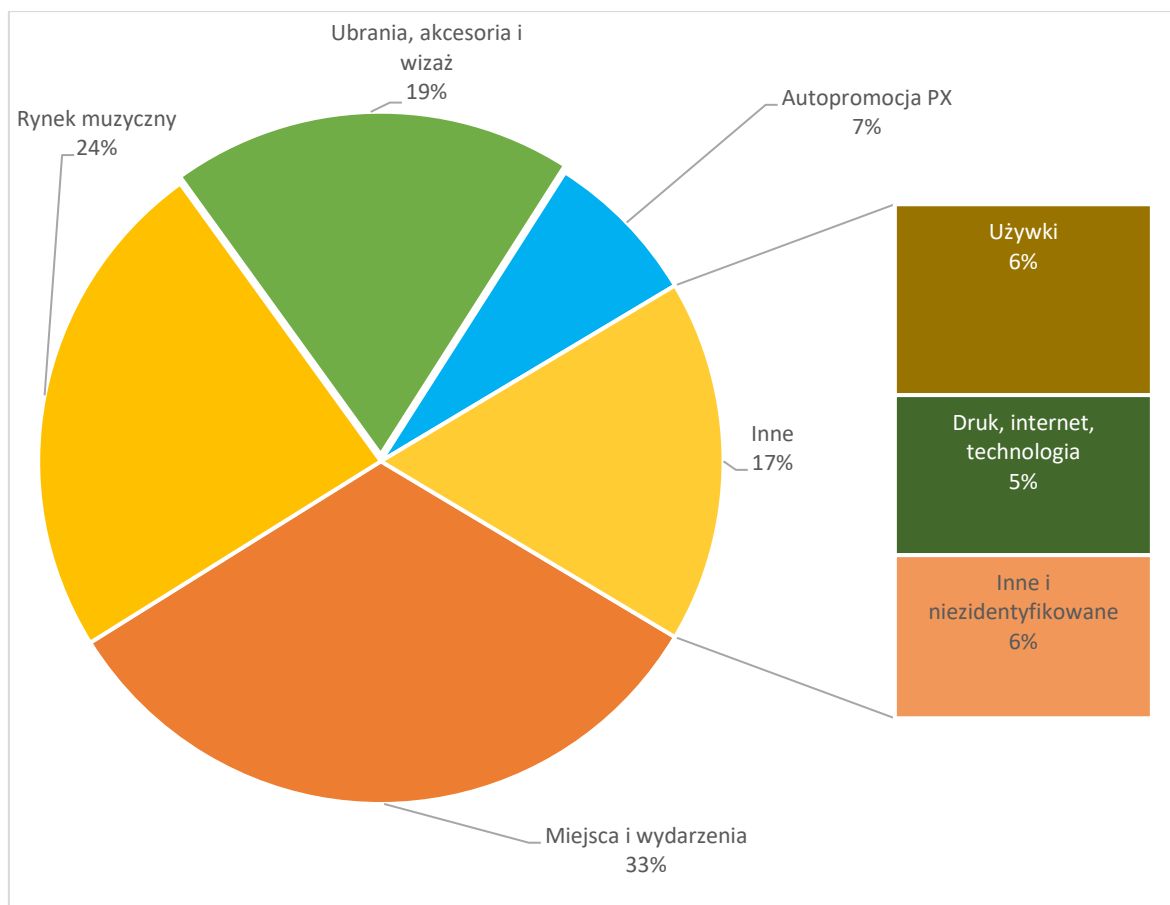
Kategoria przekazu reklamowego	Liczba zakodowanych tekstów	Opis kategorii
Miejsca i wydarzenia	317	Reklamy lokali klubowych i/lub restauracyjnych, kasyn oraz wydarzeń towarzyskich.
Rynek muzyczny	233	Reklamy wytwórni muzycznych wraz ze sprzedawanymi przez nie składankami utworów (141), reklamy płyt muzycznych zespołów i aktów solowych (80) oraz sklepów muzycznych (12).
Ubrania, akcesoria i wizaż	185	Reklamy sklepów i marek produkujących odzież i akcesoria ²⁶⁷ oraz reklamy salonów fryzjerskich (15), salonów piercingu (9), sklepów i kosmetyków do makijażu (3) oraz salonów masażu (1).
Autopromocja „Project X”	72	Reklamy dotyczące zakupu subskrypcji magazynu „Project X” (34), zakupu powierzchni reklamowej w magazynie (13), kwestionariusze badań rynku (7), reklamy produktów fanowskich (10), ogłoszenia o pracę w „Project X” (5), reklamy infolinii „Project X” (2), dostępności numerów archiwalnych magazynu (1).
Używki	62	Reklamy alkoholu (42) i ziołowych substytutów substancji odurzających (20).
Druk, internet i technologia	52	Reklamy drukarni (21), publikacji cyklicznych innych niż „Project X” (14), studiów fotograficznych i graficznych (8), programów telewizyjnych i taśm VHS (5), usługodawców internetowych, e-mailowych i komponentów komputerowych (3) oraz infolinii klubowej innej, niż ta należąca do „Project X” (1).
Inne i niezidentyfikowane	53	Reklamy niemieszczące się w innych kategoriach oraz reklamy, których tematyki nie dało się zidentyfikować na podstawie lektury periodyku i researchu internetowego (14) ²⁶⁸ .

Źródło: opracowanie własne.

²⁶⁷ W tym przypadku klasyfikacja na sklepy z ubraniami i marki modowe byłaby utrudniona, gdyż często marka posiada swoje showroomy i sklepy stacjonarne, które mogą być wyszczególnione w treści komunikatu.

²⁶⁸ Research internetowy polegał na wyszukiwaniu słów kluczowych w wyszukiwarce Google lub skanowaniu obrazu do silnika przeglądarki obrazów Google Lens w celu znalezienia podobnych wizualnie obrazów.

Wykr. 2. Kategorie tematyczne przekazów reklamowych „Project X” w ujęciu ilościowym (zestaw 37 numerów)

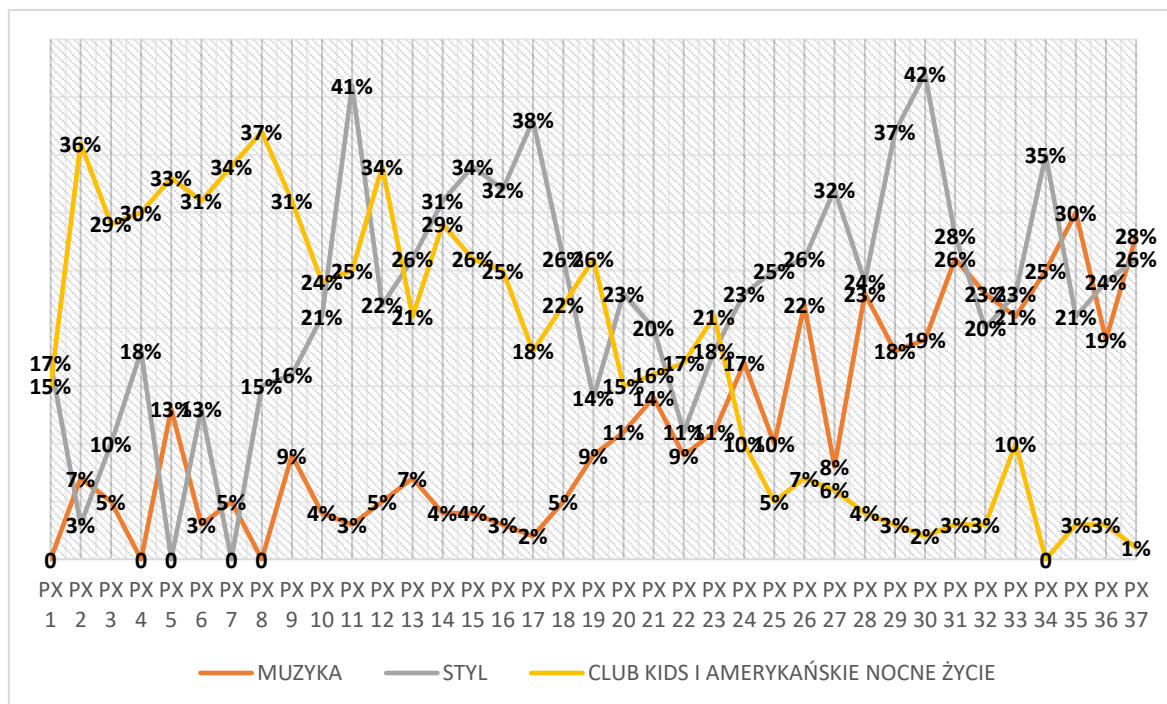


Źródło: opracowanie własne.

3.3.4. Wyniki ilościowej analizy powierzchni periodyku „Project X”

Analiza powierzchni przekazów dziennikarskich „Project X” zapewnia podstawowy ogląd zmieniającej się wizji retorycznej magazynu. W pierwszej kolejności przeanalizowano trzy dominujące kategorie przekazów „Project X” (Wykr. 3.), następnie odniesiono je do dodatkowych sześciu kategorii (z wyłączeniem sportu, który jest reprezentowany okazjonalnie).

Wykr. 3. Powierzchnia publikacji w trzech głównych kategoriach „Project X” (w objętości zakodowanej powierzchni numeru²⁶⁹)



Źródło: opracowanie własne.

Od pierwszego numeru „Project X” STYL był dominującą kategorią przekazów czasopisma (17%) i jednocześnie najbardziej podatną na wahania liczby reprezentacji tekstowych – szczytową wartość (18%) osiągnął w numerze 4, ale nie pojawił się w numerach 5 i 7. Patrząc na początkowy okres rozwoju trzech dominujących kategorii „Project X”, należy zauważyć, że kategoria MUZYKA nie została nawet uwzględniona w pierwszym numerze pisma, pominięto ją również w wydaniach 4 i 8 – jej najwyższy wskaźnik (13%) zawierał numer 5. Z kolei CLUB KIDS I AMERYKAŃSKIE NOCNE ŻYCIE zostało uwidocznione w wydaniu 2 (36%) i utrzymało swoją pozycję jako dominująca grupa tekstów magazynu do numeru 10 (24%).

W „Project X” nr 11 teksty poświęcone stylowi stają się głównym tematem zainteresowania redakcji (41%). Ta sytuacja szybko ulega jednak zmianie i w numerze 12 można zaobserwować wyraźny spadek treści stylowych na rzecz powrotu do (sub)kulturowych korzeni magazynu (34%). W wydaniach 13–18 styl ponownie zaczyna przeważać na treściami dotyczącymi club kids, pomimo tego, że numerom towarzyszą

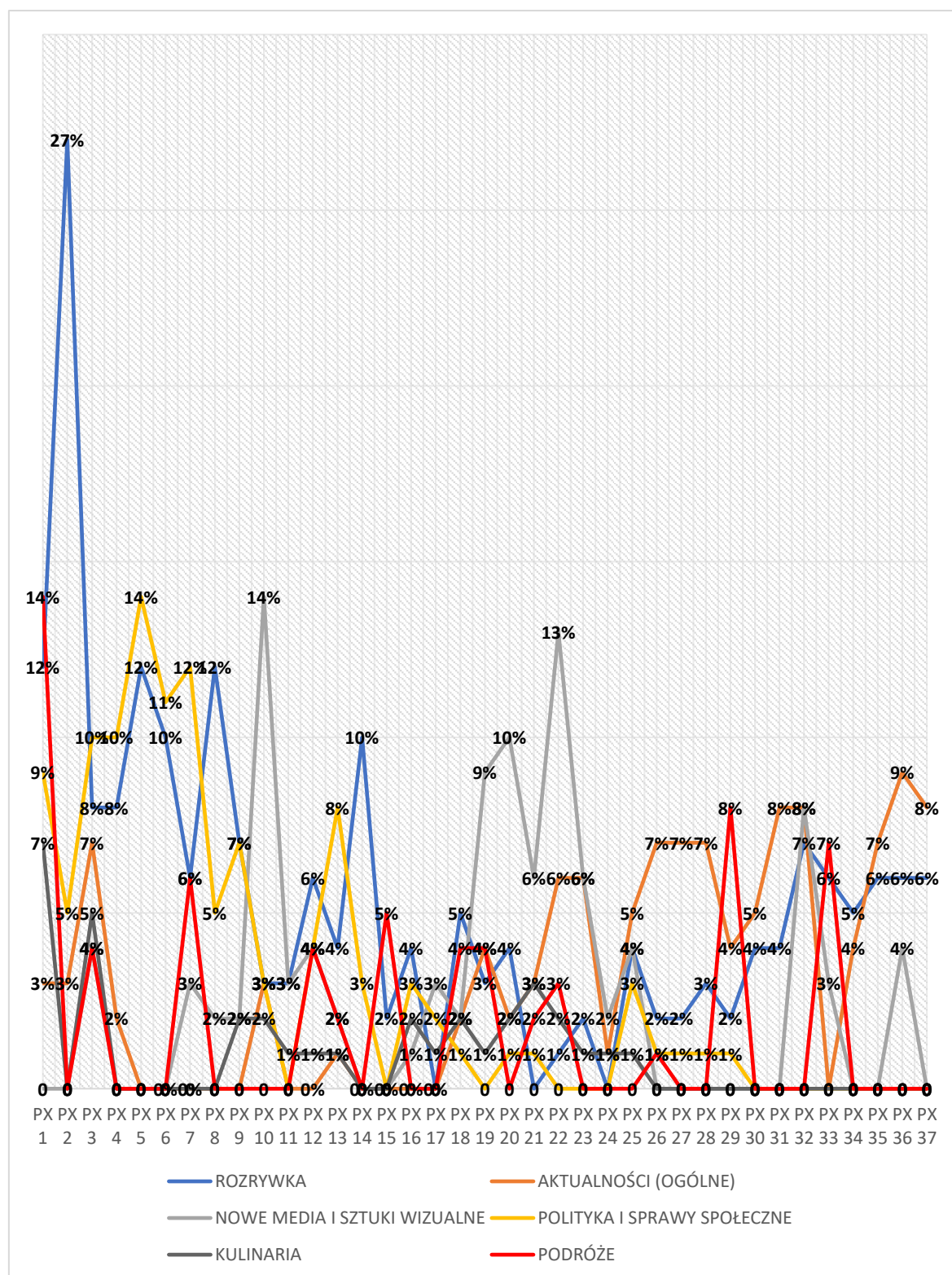
²⁶⁹ Oznacza to, że puste (niezakodowane) przestrzenie dokumentu nie były brane pod uwagę podczas obliczania zakodowanej powierzchni. W ten sposób zestawione są wszystkie pozostałe obliczenia.

dodatki poświęcone działaniom lokalnych grup (sub)kultury z całej Ameryki. W tym czasie zawartość treści muzycznych utrzymuje się na poziomie poniżej 10%, osiągając skrajnie niską wartość w numerze 17 (2%). Następnie (od numeru 18) MUZYKA zaczyna coraz silniej zaznaczać swoją obecność na łamach „Project X”, aż w końcu wszystkie trzy grupy tekstów osiągają najbardziej zrównoważone proporcje w wydaniu 21 (STYL – 20%, CLUB KIDS I... – 16%, MUZYKA – 14%).

Po raz ostatni CLUB KIDS I NOWOJORSKIE NOCNE ŻYCIE stają się tematem dominującym „Project X” w wydaniu 23 (21%). Następnie na przestrzeni dwóch numerów treści związane z club kids spadają o 16% (nr 25 – 5%), by osiągnąć swój najniższy wynik od początku historii wydawania pisma w wydaniu 30 (2%). Chwilowy wzrost następuje w numerze 33, w którym pojawiają się ogólne teksty dotyczące zabaw na wschodnim i zachodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych (10%). Ostatni numer (PX 37) potwierdza jedynie, iż najprawdopodobniej w przyszłości teksty należące do wskazanej kategorii zostałyby całkowicie usunięte z czasopisma, podobnie jak w numerze 34.

Od numeru 24 do numeru 31 STYL staje się główną kategorią tematyczną „Project X”, osiągając szczytową wartość w wydaniu 30 (42%). W tym samym czasie kategoria MUZYKA rozwija się nierównomiernie – ilość miejsca poświęcanego publikacjom z tej grupy zmienia się bardzo wyraźnie co drugi (parzysty) numer: 17%–10%–22%–8%–23%. Trudno powiedzieć, czy było to celowe działanie redakcji, która próbowała jak najszybciej zmienić profil pisma, przyzwyczać czytelników i zintegrować tę kategorię ze STYLEM. Dominacja treści muzycznych w „Project X” zaznacza się dopiero w numerze 32 (23%) i od tego momentu wydaje się, że redakcja podejmuje próbę równoważenia ze sobą kategorii, gdyż różnice pomiędzy nimi utrzymywane są na poziomie maksymalnie 10% (w numerze 34 STYL – 35%, MUZYKA – 25%). Zrównanie następuje w ostatnim opublikowanym wydaniu, w którym treści muzyczne zajmują 28%, a stylowe 26%.

Wykr. 4. Powierzchnia publikacji w sześciu dodatkowych kategoriach „Project X” z wyłączeniem kategorii sportowej (w objętości zakodowanej powierzchni numeru)



Źródło: opracowanie własne.

Patrząc na dodatkowe kategorie reprezentowane w „Project X”, należy zauważyć, że jedynymi, które przetrwały do końca cyklu wydawniczego czasopisma były ROZRYWKA i ogólnie rozumiana grupa AKTUALNOŚCI. Tłumaczyć można to tym, iż rozrywka bezpośrednio łączy się z funkcją ludyczną, jaką ma spełniać magazyn, podobnie jak aktualności mają za zadanie realizowanie funkcji informacyjnej. Część przekazów z czterech pozostałych grup mieściła się w szeroko rozumianej ROZRYWCE (KULINARIA, PODRÓŻE, NOWE MEDIA...) lub AKTUALNOŚCIACH (POLITYKA...), a i tak widoczne jest ich przechodzenie od samodzielnych tekstów do grupowych wzmianek.

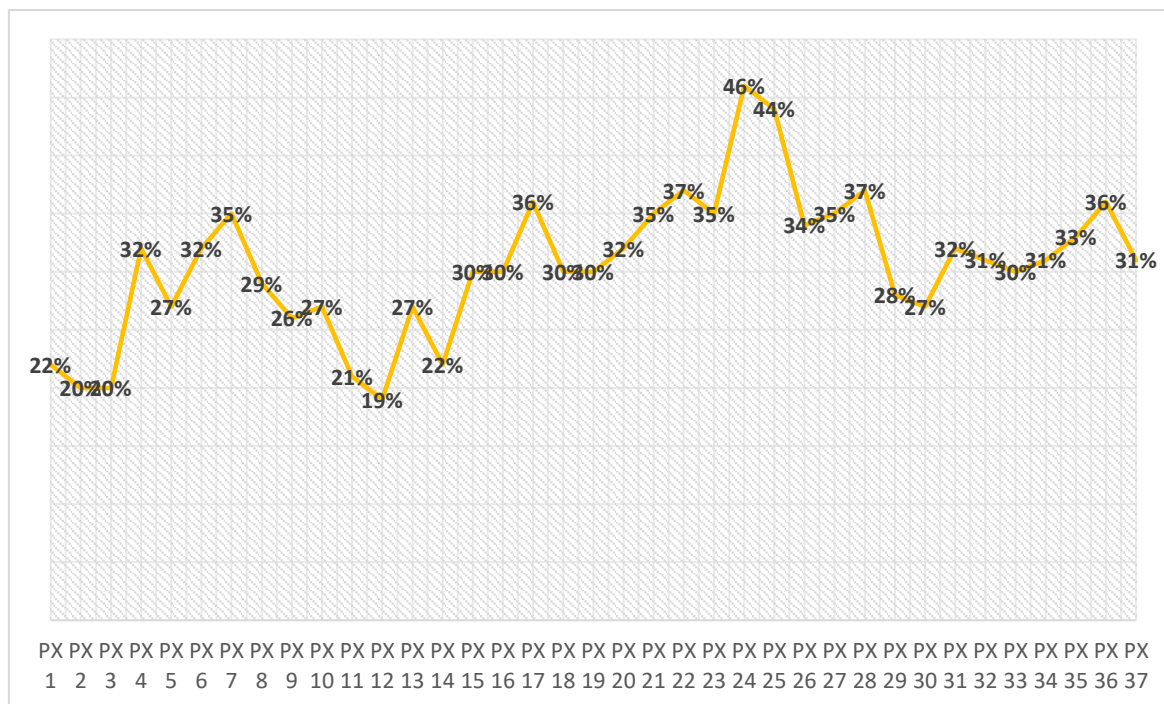
W wydaniach 18–24 widać również próbę odejścia od lżejszej tematyki (zwłaszcza rozrywki) na rzecz nowych mediów i sztuk wizualnych. Przejście od tematyki plotkarskiej i nastawionej na zabawę do zagadnień związanych z rynkiem sztuki, w tym teatrem i recenzjami wernisaży, może sugerować zmianę profilu czasopisma na kulturalne. Polityka jako temat kontrowersyjny, mogący dzielić odbiorców, zostaje również zredukowany do minimum, tak że nie pojawia się już od numeru 30; podobnie dzieje się trzy numery wcześniej (PX 26) z rubryką kulinariów, która była przypadkowym, chociaż interesującym dodatkiem do „Project X” już w fazie zinowej. Jak pisała pierwsza osoba tworząca rubrykę, używająca pseudonimu Ruben Sandwich: „Prowadzenie stylu życia club kid może okazać się tak samo wyczerpujące jak czasochłonne. Dlatego musimy być tak zdrowi, jak tylko możliwe. Zamiast dreptać na rynek i kupować artykuły spożywcze, żeby przygotować obiad, znacznie łatwiej będzie ci jeść na mieście!”²⁷⁰. Idąc tym rozumowaniem, spadek treści (sub)kulturowych wyeliminował potrzebę istnienia sekcji w czasopiśmie.

Wstępna selekcja tekstów reklamowych pozwoliła z kolei zauważyć, że ogłoszenia reklamowe stanowiły ważną część funkcjonowania periodyku i dominowały pod względem ilościowym nad przekazami dziennikarskimi. Zestawienie tej informacji z danymi dotyczącymi zakodowanej powierzchni reklamowej wykazało również, że zawartość tych treści w czasopiśmie nigdy nie spadła poniżej 19% (najniższy wskaźnik w wydaniu 12), natomiast numery 24 i 25 prawie w połowie wypełnione były reklamami (Wykr. 5.). Uzasadnienie tego stanu rzeczy podaje M. Alig, który twierdził, że periodyk często miał problemy z finansowaniem²⁷¹.

²⁷⁰ Project X, nr 9.pdf, s. 13.

²⁷¹ Peew! #494: The missing Project X issue, https://youtu.be/n-ynxhDq9rU?si=7_HOh2umBpFbcyGH [dostęp: 3.11.2023].

Wykr. 5. Powierzchnia treści reklamowych w poszczególnych numerach „Project X” (w objętości zakodowanej powierzchni numeru)

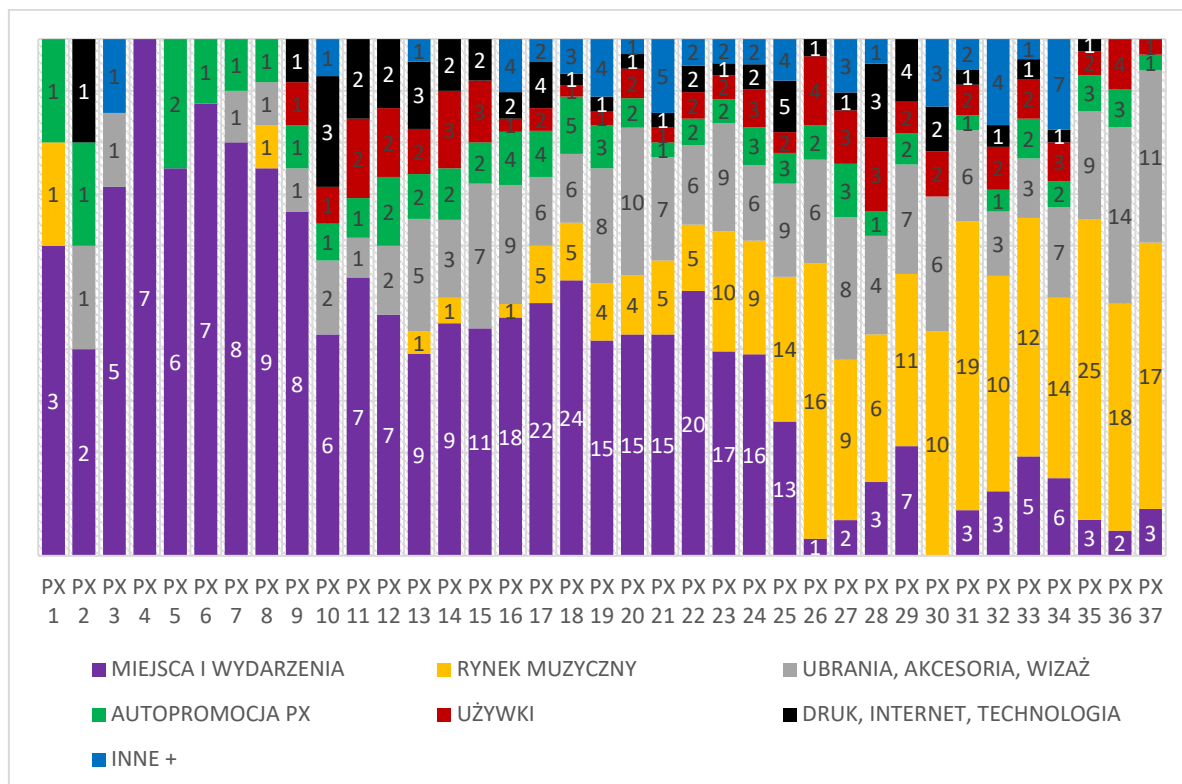


Źródło: opracowanie własne.

Na łamach pisma regularnie pojawiały się również treści autopromocyjne, w tym zachęcające do zakupu powierzchni reklamowej (14) i produktów fanowskich (10). Redakcja zamieszczała nawet specjalny kwestionariusz pozwalający lepiej zrozumieć swoją grupę docelową (7).

Pierwszym z widocznych trendów przekazów reklamowych publikowanych na łamach „Project X” jest dominacja reklam związanych z miejscami i wydarzeniami (głównie klubowymi), który utrzymany jest do podobnego okresu, co zmiany zawartości dziennikarskiej „Project X”. Pomiędzy numerami 25 i 26 następuje wyraźny spadek w liczbie reklam „klubowych” (z 13 do 1), a dominujące miejsce do końca cyklu wydawniczego zajmują treści dotyczące rynku muzycznego – głównie reklamy płyt CD i wytwórni muzycznych (najwyższy wskaźnik widoczny jest tutaj w PX 35 – 25). Treści reklamowe związane z modą, akcesoriami i wizażem pojawiają się na stałe od PX 7 i również stopniowo zwiększają swój udział – osiągając najwyższy wskaźnik w numerze 36 (14). Przekazy autopromocyjne są również stałą częścią periodyku (z wyłączeniem numerów 3 i 4) i pojawiają się regularnie do końca cyklu wydawniczego (Wykr. 6.).

Wykr. 6. Tematyka przekazów reklamowych „Project X” (stosunek wyliczony na podstawie sumy jednostkowych reklam danej kategorii w wydaniu do wszystkich zakodowanych przekazów reklamowych w wydaniu)



Źródło: opracowanie własne.

3.4. Wyniki analizy jakościowej „Project X” – podstawowe informacje o funkcjonowaniu magazynu

3.4.1. Redakcja „Project X”

Magazyn „Project X” powstał pod koniec lat 80. XX wieku, kiedy został założony przez promotora klubowego Michaela Aliga i osobowość życia nocnego Julie Jewels. Magazyn zaczynał jako kserowany „zin”, który zazwyczaj był rozdawany w klubach i służył głównie jako medium reklamowe dla miejsc, w których pracowali Michael i Julie. Pierwotnie skupiał się na club kids, drag queens i innych osobowościach życia nocnego, które patronowały lub pracowały w klubach takich jak Red Zone, Tunnel i The World. Michaelowi i Julie udało się zgromadzić znaczną grupę kreatywnych ludzi, którzy powoli sprawili, że magazyn stał się bardziej profesjonalny. Po pierwszych ośmiu lub dziewięciu numerach czasopismo otrzymało czterokolorową błyszczącą okładkę, a ostatecznie jego wnętrze również stało się pełnokolorowe. Ze względu na to, że wiele osób zaangażowanych w „Projekt X” pracowało w klubach nocnych, regularne wydawanie magazynu nie zawsze było możliwe, więc harmonogram wydań nie istniał. Początkowo magazyn był datowany na okładce, ale ostatecznie przeszedł na wydania numeryczne. W ten sposób, gdyby wydanie numeru opóźniło się o dwa miesiące z powodu problemów finansowych, wydanie nie wyglądałoby na przestarzałe. W wyniku dopracowywania, „Project X” przyciągnął więcej reklamodawców, a treści redakcyjne skupiły się bardziej na modzie i muzyce, z mniejszą liczbą stron poświęconym club kids, chociaż byli oni uwzględnieni w każdym numerze. „Projekt X” wydawał nieregularne numery do stycznia 1996 r., kiedy to konflikty wewnętrzne dotyczące kontroli redakcyjnej i finansów doprowadziły do jego zamknięcia²⁷².

²⁷² Project X Magazine Archive, <http://www.projectxarchive.com> [dostęp: 28.12.2023].

W okresie prawie ośmiu lat funkcjonowania „Project X” przeszedł wiele zmian w składzie redakcji. Jediną osobą, która utrzymała swoją pozycję była Julie Jewels. Bywalczyni nocnego życia pełniła funkcję redaktor naczelnej pisma od pierwszego numeru, a od numeru 31 była również wydawczynią periodyku, co oznacza, że nie musiała podlegać Rudolfowi Piperowi (wskazanemu jako wydawca numerów 1–14, czyli do początku 1990 roku) oraz Peterowi Gatienowi (wskazanemu jako wydawca numerów 16–25, czyli do lata 1993 roku) w zakresie doboru zawartości magazynu²⁷³.

Warto zauważyć, że postać redaktor naczelnej i wydawczyni „Project X” została zupełnie usunięta z narracji popkulturowych dotyczących czasopisma²⁷⁴. Dla przykładu, w filmie *Party Monster* filmowy Michael Alig celebrytuje ukazanie się pierwszego numeru „Project X” w salonikach prasowych i kioskach w towarzystwie załamanego Jamesa St. Jamesa – bohatera artykułu *James St. James na czele ringu białych niewolników. Sprzedaje 12-latków na Avenue B. Ekskluzywny raport Michaela Aliga*. Kontrowersyjny tekst powoduje, że J.St. James zostaje odcięty od funduszu powierniczego, który zapewniał mu godne życie w Nowym Jorku. W jednej z dalszych scen postać Petera Gatiena zarzuca M. Aligowi, że finansowanie jego działalności, w tym założenie „Project X”, zbyt wiele go kosztuje, co jest równoznaczne z tym, że również zasługa R. Pipera, który obdarował club kids pierwszymi 800 dolarami na rozruch magazynu, nie zostaje odzwierciedlona w narracji²⁷⁵.

M. Alig pełnił funkcję współredaktora „Project X” do numeru 26 (jesień 1993), następnie do lata 1994 roku funkcję asystenta redakcji. W numerze 30 jego nazwisko nie jest wyszczególnione, po czym powraca jako redaktor kroniki towarzyskiej „Club Rub” do końca cyklu wydawniczego. Ernie Glam, współautor archiwum „Project X”, dołączył do redakcji w numerze 13 (wiosna 1990 roku), następnie od numeru 16 (kwiecień 1991) pełnił funkcję dyrektora marketingowego (z małymi zmianami w nazwie stanowiska, ale jego głównym zadaniem było pozyskiwanie reklamodawców).

Autorstwo części tekstów „Project X” dotyczących sceny club kids nie jest znane, zwłaszcza jeśli poruszane są tematy kontrowersyjne lub plotkarskie. Teksty ukazywały się

²⁷³ Chociaż informacja o tym nie pojawia się bezpośrednio w magazynie, można przypuszczać, że zarówno R. Piper, jak i P. Gatien finansowali działanie magazynu, a zatem rościli sobie prawo do ingerencji w jego zawartość.

²⁷⁴ Plotka utrwalona w środowisku fanowskim w Internecie głosi, że J. Jewels wzięła ślub z kimś z branży muzycznej i na zawsze opuściła nowojorską scenę klubową. Zob. *Style Icons of Yore: Julie Jewels*, <https://malcriada.net/post/14403744647/style-icons-of-yore-julie-jewels> [dostęp: 28.12.2023].

²⁷⁵ *Peeew! #494: The missing Project X issue*, <https://www.youtube.com/watch?v=n-ynxhDq9rU&t=394s> [dostęp: 28.12.2023].

pod pseudonimami, nawet w rubrykach stałych, np. kronika plotkarska „Mongers about Town” (PX 6–21) pisana była przez Handlarzy (ang. *mongers*). Najważniejszymi osobami związanymi bezpośrednio z club kids, którzy tworzyli dla magazynu i są wymienieni imiennie byli: R. Piper, M. Musto, J.St. James, L. van Zandt, DJ Keoki (redaktor muzyczny większości numerów), Chip Duckett (kronika towarzyska dla osób LGBT+). Wśród osób zajmujących się produkcją wizualiów byli to John Simone, Tina Paul i Montgomery Frazier (który do końca wydawania periodyku sprawował funkcje zarządzające nad fotografią modową i fashion stories).

3.4.2. Geneza nazwy „Project X”

W pierwszym artykule wstępnym J. Jewels stwierdziła, że nie ma zamiaru zdradzać genezy tytułu „najnowszego nowego magazynu” w Nowym Jorku²⁷⁶. Oczywiście wydaje się interpretowanie tej nazwy przez pryzmat jednego z ulubionych narkotyków (sub)kultury – *ectasy*, którego jednym ze slangowych określeń jest po prostu „X”. W tym wypadku „Project X” należałoby odczytywać jako „Projekt ekstaza”²⁷⁷, chociaż przynajmniej w pierwszym okresie funkcjonowania magazynu brak na jego łamach wzmianek o stosowaniu narkotyku przez któregośkolwiek z club kids.

Oznaczenie „X” na mapie zazwyczaj wskazuje miejsce, w którym znajduje się nagroda (lub skarb), co łączy się bezpośrednio z kolejnymi hasłami magazynu: „Twój przewodnik do nowojorskiego nocnego życia”, „Twój przewodnik do sceny jutra”, sugerującymi poszukiwanie przyjemności i niebezpieczeństwa charakterystycznego dla uczestnictwa w scenach (tutaj „X” można rozpatrywać jako symboliczną reprezentację znaku mnożenia przyjemności z ryzykiem). W jednym z występów telewizyjnych R. Piper zapytany o genezę nazwy stwierdził, że oznacza ona narkotyk albo „tylko dla dorosłych” (ang. *X-rated*) i generalnie jej rozumienie jest zależne od osoby interpretującej²⁷⁸. M. Alig twierdził z kolei, że magazyn powstawał jako sekretny projekt, kiedy z J. Jewels pracowali dla innego magazynu²⁷⁹.

²⁷⁶ Project X, nr 1.pdf, s. 3.

²⁷⁷ Co ciekawe, singiel M. Aliga, który nagrał wraz z zespołem Lesbian Water Bed, składa się również z powtarzanych fraz *Take one* (z ang. ‘pierwsza próba nagrania’, ale też ‘weź jedno’), wymowy litery „X” i frazy *X is best, the best is X* („X” jest najlepsze, najlepsze jest „X”), co wskazuje na szczególne upodobanie względem symbolu (i narkotyku). Zob. *Lesbian Waterbed – What’s Best (Club Mix) (Vocals by Michael Alig)*, <https://www.youtube.com/watch?v=v901hpFbGeY> [dostęp: 1.12.2023].

²⁷⁸ Michael Alig NYC Club Kids on Geraldo April 17, 1990, https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA_qvY [dostęp: 10.10.2022]

²⁷⁹ *Peeew #192: The first issue of Project X magazine*, <https://www.youtube.com/watch?v=JkHJYf2wi-I> [dostęp: 10.10.2022]

Jedynie bezpośrednie odniesie do nazwy „Project X” znajduje się w numerze 9 czasopisma. Na jednej ze stron umieszczono kserokopię fragmentu opowiadania Vica Phillipsa o tym samym tytule, opublikowanej w magazynie „Astounding Science Fiction” (pol. „Zadziwiający Świat Science Fiction”), opatrzonej na dole dopiskiem redakcji:

SEKRETNE KORZENIE NASZEGO MAGAZYNU ODKRYTE!

Niedawno odkopana kopia magazynu pulpowego „Zadziwiający świat science fiction” z maja 1941 roku rzuca światło na tajemniczą i legendarną przeszłość „Project X”. Michael Alig niepodważalnie stwierdzi, iż czytał tę historię jako zdeprawowane pięcioletnie dziecko, co tylko pokazuje, że cały czas kłamał na temat swojego wieku. Teraz wiemy, że musi mieć przynajmniej 53 lata; jeśli nie więcej. Dowodzi to również, że PROJECT X MAG jest pionierem wszystkich klubowych szmatławców, trafiając do kiosków, kiedy Stork Club był tym (nie TYM!)[²⁸⁰], a ojcowie club kids nawet jeszcze się nie narodzili.

Z analizy materiałów źródłowych wiadomo, że M. Alig urodził się w 1966 roku, jest to zatem snucie żartobliwej lub uszczypliwej fantazji na temat lidera club kids, co jest charakterystycznym tonem całego magazynu przed jego profesjonalizacją. Jednakże patrząc z perspektywy multimodalnej na tekst, wydaje się, że już w momencie publikacji numeru 9 (lato 1989) istniała potrzeba uzupełnienia sensu dwuznacznej nazwy (zgodnie z zasadą gramatyki wizualnej – u góry idealna geneza nazwy uzupełniona opisem stanu faktycznego od club kids). Oczywiście nie jest wykluczone, że M. Alig czytał teksty „Astounding Science Fiction”, w tym wspomniany „Project X”. Idąc również śladem odwołania do wieku lidera club kids, symbol „X” w kontekście nazwy czasopisma może oznaczać „pokolenie X” – trzynaste pokolenie urodzone w Stanach Zjednoczonych pomiędzy 1961 a 1981 rokiem²⁸¹, określane również jako „zagubiona generacja” lub „pokolenie MTV”, które stało się przedmiotem ataku medialnego w czasie, kiedy club kids zaczęli zyskiwać popularność (przełom lat 80. i 90. XX wieku):

[...] ze względu na zaobserwowaną apatię społeczną pokolenia X w porównaniu z dynamizmem ich poprzedników, grupę tę zaczęto powszechnie charakteryzować jako próżniaków, unikających zobowiązań, osiągających słabe wyniki, przeuczonych, reaktywnych, cynicznych, beznadziejnych, sfrustrowanych, wyalienowanych, pacyfistów, antyinstytucjonalistów, ekonomicznych konserwatystów, nielojalnych, idących pod prąd socjokulturowy, nieukierunkowanych i niezaangażowanych pracowników „McJobs” (mało prestiżowe, nisko płatne prace wymagające niskich kwalifikacji i charakteryzujące się dużą rotacją w branży usługowej, z minimalnymi szansami na awans wewnątrz firmy)²⁸².

Jak jednak zauważył „Time Magazine” w 1990 roku, w definiującym pokolenie artykule *Proceeding with Caution*:

²⁸⁰ Tekst nawiązuje tutaj do “Stork Club”, ekskluzywnego klubu ulokowanego na Manhattanie w latach 1929–1965.

²⁸¹ *Generation X and Generation Y* [hasło], [w:] *Encyclopedia of Identity. Volume 1*, red. R.L. Jackson II, Wydawnictwo SAGE Publications, Inc. Thousand Oakes, California 2010, s. 307–311.

²⁸² Tamże, s. 308.

Podczas gdy w latach pięćdziesiątych przedstawiciele pokolenia wyżu demograficznego mieli spokojne dzieciństwo, co zainspirowało ich do rozpoczęcia rewolucji, dzisiejsze pokolenie dwudziestokilkulatków dorastało w czasach narkotyków, rozwodów i napięć ekonomicznych. Wychowali się praktycznie sami. Telewizja zapewniała zastępcze rodzicielstwo, a Ronald Reagan wcielił się w prawdziwego pana Rogersa, dodając otuchy w trudnym okresie dorastania. Przesłanie Reagana: problemy można odłożyć na później. Podstawową cechą współczesnych młodych dorosłych jest chęć uniknięcia ryzyka, bólu i szybkich zmian. Czują się sparaliżowani problemami społecznymi, które uważają za swoje dziedzictwo: konfliktami rasowymi, bezdomnością, AIDS, rozbitymi rodzinami i deficytami federalnymi. „Bycie biernym jest prawie naszą rolą” – mówi Peter Smith, lat 23, reporter gazety z Ventura w Kalifornii. „Uczelnia to czas masowej apatii i okresów zmian. Wiele globalnych wydarzeń wydaje się poza naszą kontrolą”²⁸³.

Eskapizm, którego przejawem byli club kids, jest więc szerzej związany z amerykańskim „pokoleniem X” i jego stanem na początku lat 90., stąd chęć ucieczki w świat fantazji przy odżegnaniu się od tradycyjnych wartości poprzednich pokoleń. Z perspektywy czasu następuje również rewaluacja działań tego pokolenia – dzięki rewolucji obyczajowej „baby boomers” w latach 60. mieli oni świadomość różnorodności i niezależności kulturowej, dorastali więc przynajmniej częściowo bez uprzedzeń. Przez wychowanie w zatamizowanych rodzinach, w których zazwyczaj dwoje rodziców wykonywało pracę zarobkową, stali się bardziej niezależni, jednocześnie starając się, by ich dzieci nie były świadkami rozstań i rozwodów. Byli również pierwszymi użytkownikami nowych technologii wraz z Internetem i gramy wideo, dlatego łatwiej było im uniknąć zjawiska analfabetyzmu komputerowego. Ich nastawieniu kolejna generacja zawdzięcza też obecne zdroworozsądkowe podejście do pracy zarobkowej, która nie powinna być esencją życia i wymagać poświęcania prywatnego czasu dla nieidentyfikowanego wyższego dobra, które najczęściej jest dobrem jednej firmy. Nie można również zapomnieć o wpływie „pokolenia X” na kulturę muzyczną (street art, hip-hop, grunge, remiksy) oraz o tym, że wielu jego przedstawicieli padło ofiarą pandemii HIV/AIDS.

Ostatnie z proponowanych odczytań nazwy „Project X” nawiązuje do motywu dziecięcej zabawy w kółko i krzyżyk (ang. *tic-tac-toe*), które widoczne w logo magazynu do numeru 11 (z wyjątkiem numeru 6). W tym odzwierciedleniu graficznym krzyżyk zawsze bije kółko (Fot. 13.).

²⁸³ D.M. Gross, S. Scott, *Proceeding with Caution*, <https://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,155010,00.html> [dostęp: 1.02.2023].

Fot. 13. Detal logo „Project X”



Źródło: „Project X” nr 8.pdf, s. 1.

3.4.3. Cykl wydawniczy „Project X”

W okresie lipiec 1988 – listopad/grudzień 1995 wydanych zostało 37 numerów „Project X”. Zgodnie z tym, co można przeczytać na stronie archiwum numerów, czasopismo ukazywało się nieregularnie, często ze znacznymi przerwami pomiędzy poszczególnymi numerami, jednak na podstawie dat wskazanych przez redakcję można ustalić orientacyjne daty wydań niedatowanych numerów, co pozwala w toku dalszej analizy wskazać konkretny przedział czasowy, w którym dochodziło do zmian w periodyku (Wykr. 7.).

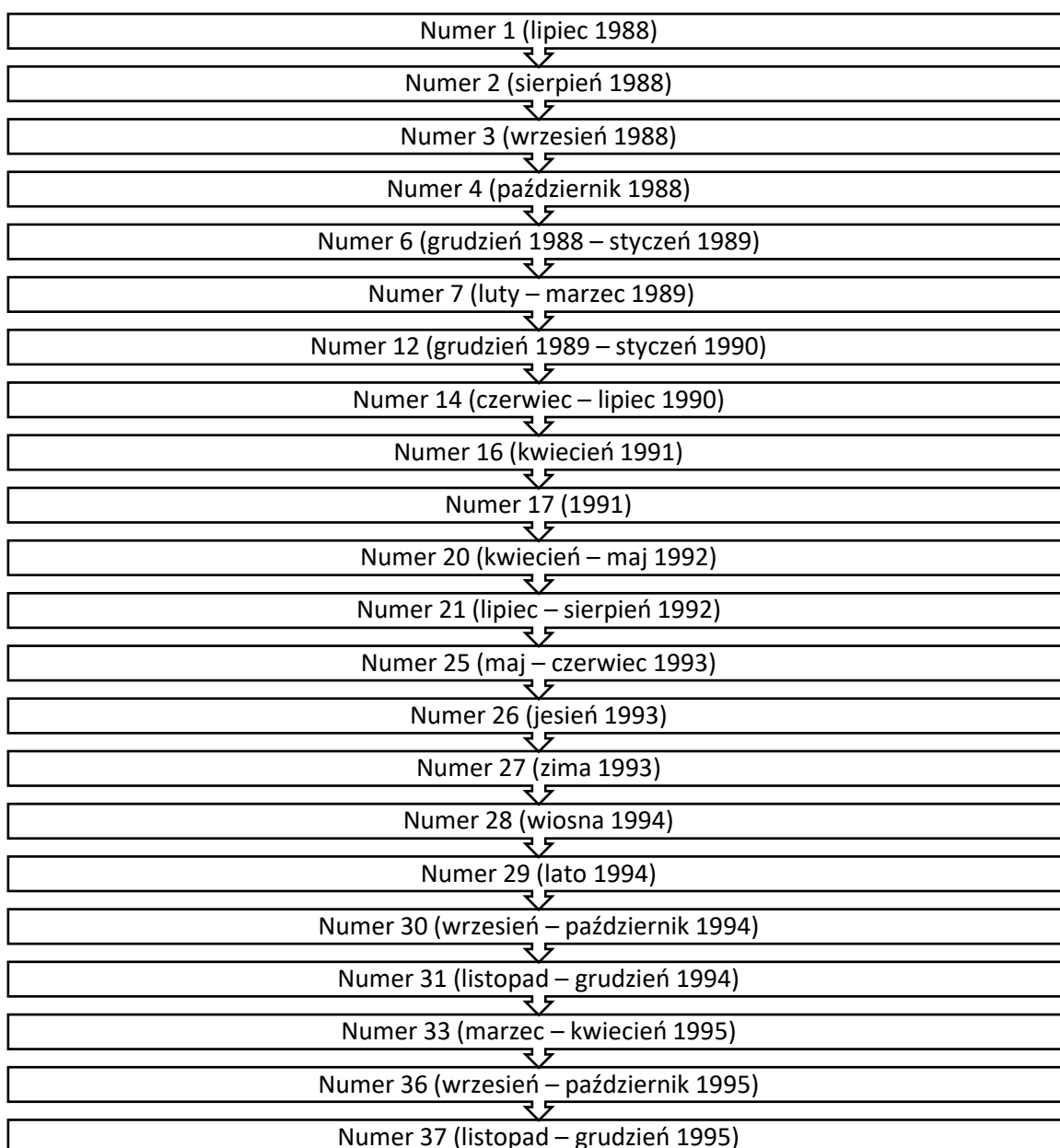
Można przyjąć, że domyślnie „Project X” miał funkcjonować jako miesięcznik. Świadczą o tym pierwsze cztery wydania datowane lipiec, sierpień, wrzesień i październik 1988 roku. Datowanie wydania numeru szóstego – „grudzień 1988 / styczeń 1989” – sugeruje, iż numer piąty ukazał się w listopadzie 1988 roku.

Od numeru szóstego do numeru dwunastego pismo funkcjonowało prawdopodobnie jako dwumiesięcznik, na co ponownie wskazują daty wydań – numer 7 datowany jest na okres „luty / marzec 1989”, a numer 12 – „grudzień 1989 / styczeń 1990”, co pozostawia cztery numery „Project X” (8–11) jako wydane w okresach: „kwiecień / maj 1989”, „czerwiec / lipiec 1989”, „sierpień / wrzesień 1989” i „październik / listopad 1989”.

Daty wydań „Project X” nry 13–25 sugerują nieregularny cykl wydawniczy od początku 1990 roku aż do połowy 1993 roku, który można uwzględnić jako środkowy okres cyklu wydawniczego. W okresie luty 1990 – marzec 1991 ukazały się jedynie trzy (zamiast siedmiu, przyjmując dwumiesięczny cykl wydań) numery „Project X”. Jedynym oznaczonym datą jest w tym czasie numer czternasty – „czerwiec / lipiec 1990”, co wskazuje, że numer trzynasty ukazał się na okres luty–maj 1990 (1 numer na 4 miesiące), a numer 15 na okres sierpień 1990 – marzec 1991 (1 numer na 8 miesięcy). Numer szesnasty został wydany jako miesięcznik z datą „kwiecień 1991”, a „Project X” 17 tylko ze wskazaniem rocznym (1991). Kolejny datowany numer – „Project X” 20 – oznaczony został

jako „kwiecień / maj 1992”, co sugeruje, iż na przestrzeni kolejnego roku redakcja wydała jedynie trzy numery czasopisma (numer 17 – datowany jako 1991, 18 i 19). „Project X” 21 oznaczony został datą „lipiec / sierpień 1992”, co ponownie wskazuje na nieregularność w cyklu wydawniczym (pominięty okres czerwca 1992). Numery dwudziesty drugi, dwudziesty trzeci i dwudziesty czwarty ukazały się pomiędzy wrześniem 1992 roku a kwietniem 1993 roku. „Project X” 25 opatrzony został datą „maj / czerwiec 1993”.

Wykr. 7. Daty wydań „Project X” określone przez redakcję periodyku



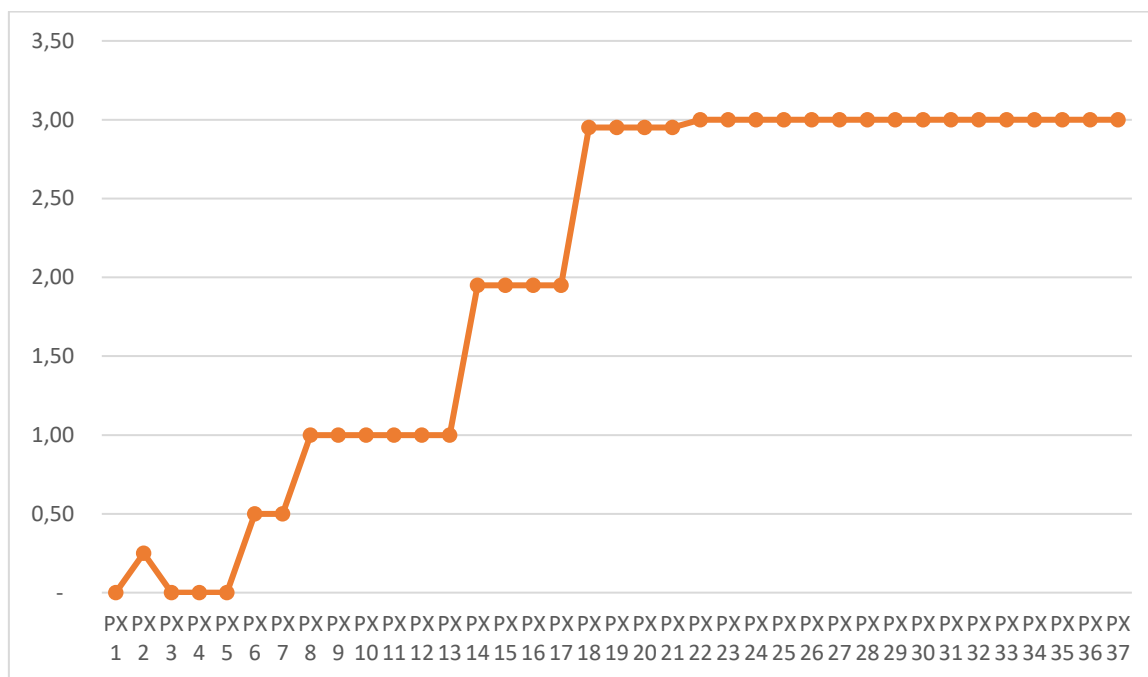
Źródło: opracowanie własne.

Od numeru dwudziestego szóstego „Project X” przyjął cykl wydań kwartalnych i tak datowany był przez kolejny rok – odpowiednio jako jesień 1993, zima 1993, wiosna 1994, lato 1994.

Od numeru trzydziestego pismo wróciło prawdopodobnie do wydań dwumiesięcznych. Trzy numery (32, 34, 35), które nie posiadają w tym okresie daty wydania, można zidentyfikować jako: styczeń / luty 1995, maj / czerwiec 1995 i lipiec / sierpień 1995. Ostatnie wydanie „Project X” datowano na listopad / grudzień 1995; brak w nim jednak listu od redaktor naczelnej J. Jewels czy jakiegokolwiek wzmianki o zamknięciu pisma. Co więcej, opublikowany na początku numeru artykuł *Who the Hell are These People?* poświęcony osobom pracującym w redakcji jasno wskazuje, że kolejne osoby tworzące „Project X” zostaną przedstawione w następnym numerze²⁸⁴.

3.4.4. Cena i zasięg „Project X”

Wykr. 8. Zmiany ceny „Project X” (w amerykańskich dolarach)



Źródło: opracowanie własne.

Pierwszy numer „Project X” rozprowadzany był bezpłatnie w nowojorskich klubach jako zin, cena kolejnego wynosiła 25 centów. W przypadku numerów 3–5 informacja o cenie nie została uwzględniona, zakładam więc, że ich kolportaż odbywał się również bezpłatnie.

²⁸⁴ Project X, nr 37.pdf, s. 5.

Numer 6 i 7 posiadają już wyraźnie oznaczoną cenę – 50 centów. Od numeru 8 do numeru 13 czasopismo rozprowadzane było w cenie 1 dol., od numeru 14 do 17 w cenie 1,95 dol.; natomiast numery 18–21 kosztowały 2,95 dol. Ustalona od numeru 22 cena 3 dolarów była ostatnim wzrostem ceny w cyklu wydawniczym, przy jednoczesnej próbie inkorporacji większej zawartości treści reklamowych na strony pisma (co wykazała analiza ilościowa powierzchni reklamowej periodyku).

Czasopismo do 14 numeru rozprowadzane było w klubach i sklepach i innych instytucjach partnerskich na terenie Nowego Jorku (o czym świadczą stopki dotyczące dostępności magazynu). Przy numerze 16 znajdujemy informację, że PX dostępny jest w 9 amerykańskich miastach, natomiast przy numerze 19, że dystrybuowany jest międzynarodowo. Krajami, w których pojawił się „Project X” były: Japonia, Islandia, Wielka Brytania i Kanada. Na przełomie 1992 i 1993 roku czasopismo zmieniło metodę kolportażu i było przeznaczone do sprzedaży w punktach prasowych i sklepach, o czym świadczy kod kreskowy pojawiający się od numeru 23 na okładce.

3.4.5. Okładki „Project X” jako wstęp do zmieniającej się wizji retorycznej magazynu

Redakcja „Project X” wymienia jako etapy rozwoju pisma jego trzy okresy nawiązujące do sposobu jego produkcji: chromatyczny (PX 1–5), z kolorową okładką (PX 8–22), z kolorową okładką i wnętrzem (PX 23–37)²⁸⁵; w międzyczasie magazyn przeszedł jeszcze jedną fazę rozwoju – numery 6 i 7 stosowały druk dwukolorowy (odpowiednio z czerwonym i różowym tuszem).

Pierwsze trzy okładki „Project X” posiadały stałe elementy kompozycyjne z wycentrowanym i wyrównanym do góry logo wpisanym dodatkowo w okrąg wypełniony wzorem przypominającym odwróconą małą literę gamma (jest to wspomniany wcześniej motyw „kółka i krzyżyka”). Całość uzupełniona była zazwyczaj trzema zdjęciami nawiązującymi do tematów numeru. W kolejnych numerach (PX 4 i 5) zrezygnowano z komponowania zdjęć club kids na rzecz wizerunków celebryckich (patrz Marilyn Monroe). Jest to pierwszy sygnał wewnętrznej niespójności w redakcji; M. Alig wspomina, iż nie chciał, aby na okładce znajdowały się osoby inne niż club kids²⁸⁶ – tak jak w przypadku numeru PX 6 (Lahoma van Zandt i DJ Larry Tee). Numer 7 łączy dwie

²⁸⁵ Nie wszystkie strony „Project X” nawet w ostatnim okresie rozwoju były kolorowe. Dotyczyło to wybranych fashion stories i reklam.

²⁸⁶ *Peeew! #128: Club kid photographers and sex with Peter Gatien*, <https://www.youtube.com/watch?v=PPFIH1u4M4Q&t=46s> [dostęp: 23.11.2021].

koncepcje, zestawiając z lewej Donalda i Ivanę Trump z Rudolfem Piperem i Diane Brill po prawej. W gramatyce wizualnej symbolizuje to zestawienie starych informacji z nowymi – co po raz pierwszy implementuje wizualnie ideę, że club kids są dokładnie tym samym, co prawdziwi celebryci (a idąc krok dalej, że są to nowi celebryci). Numer 8 rozpoczyna okres okładek wydawanych w kolorze oraz zmienia sposób kompozycji z kolażu na pojedyncze zdjęcie z paskiem z logo magazynu. W numerach 8–13 na okładkach dominują osoby, których związek z club kids zazwyczaj nie jest szerzej omawiany w materiałach źródłowych, jak np. w przypadku Nicka Nasty pozującego na okładce numeru 8. Od numeru 13 magazyn inkorporuje też hasło „Twój przewodnik do wtajemniczonych w najmodniejszą scenę Nowego Jorku” (ang. *Your Inside Guide to New York's Trendiest Scene*), żeby zmienić go trzy numery później na „Twój przewodnik do sceny jutra” (ang. *Your Guide*^[287] *to Tomorrow's Scene*) – claim, który zostaje utrzymany do ostatniego wydania po dodaniu słowa „globalny” (ang. *global*) w numerze 21.

W okładkach numerów 14–17 najsilniej widać związki z warholowską estetyką popartu – poprzez tła, na których prezentowane są modelki – sitodruki oczu, nabozi lub kropek reprodukowane na nasyconych kolorystycznie, żywych tłach. Kontrastowe połączenie kolorów okładki numeru 18 celebrującego drugą rocznicę „Project X” (niebieski, czerwień, biel) jest z kolei nawiązaniem do amerykańskiej flagi, która również została umieszczona jako detal w lewym górnym rogu. Osobą pozującą na tej okładce jest club kid Christopher Comp. Od numeru 12 redaktorzy rezygnują też z idei znaku „X” wpisanego w koło jako elementu logo magazynu i usuwają z niego pasek w numerze 14.

Najczęstsze zmiany kompozycyjne zachodziły w numerach PX 19–22, czyli na przełomie 1991 i 1992 roku. Numer 20 jest najbardziej widocznym przykładem, który pozostaje nieczytelny z punktu widzenia projektowania graficznego. Perspektywa boczna, z której pokazany został czarny kontur litery „X” wychodzący poza prawą krawędź okładki oraz napis „PROJECT” wypełniony białą-czarnymi pasami sprawiają, że tytuł magazynu ginie w kompozycji. Podobnie w przypadku odwołań do tematów numeru usytuowanych w szarych rozbłyskach gwiazdzistych o krawędziach z dodanym efektem aerografu, na których biały tekst został owinięty i uwypuklony kuliście. Tym, co zwraca uwagę, jest wizerunek odzwiernej Limelight – Kate Harwood stylizowanej na Marilyn Monroe, co symbolicznie stanowi powtórzenie okładki numeru 4 (podobnie powtórzone są zdjęcia okładki 8 i 18 – zarówno Nick Nasty i Christopher Comp stylizowani są tam na M. Aliga).

²⁸⁷ Z wariacją *inside guide* w numerach 19 i 20.

Okładki numerów 20–22 kładą nacisk na kulturę celebrycką. Pojawia się na nich islandzka piosenkarka Björk, która odwiedziła klub Limelight i poznała club kids, o czym świadczy temat numeru „Popijawa z Björk” (ang. *Boozing with Björk*), na okładce pojawia się też dopisek o tym, że fanem czasopisma jest Geoffrey Beene (amerykański projektant mody). Okładka numeru 22 prezentuje club kids – Mathu Andersona i Zaldy’ego, którzy celebrują kolejną „pierwszą rocznicę” powstania magazynu, ale na okładce znajdują się dopiski, że czasopismo trafiło do obrotu prosto ze stolika Gianniego Versace, a w środku znajduje się pilna prośba do Madonny (chodzi o wsparcie finansowe magazynu).

Numer 23 i 24 stanowią wizualnie próbę przejścia w „młodzieżowy” okres rozwoju magazynu. Na okładkach pojawiają się nowe gwiazdy muzyczne – Kirsty Hawkshaw z zespołu Opus III i Mike Edwards z Jesus Jones. Wprowadzone zostaje tutaj również stałe kodowanie numerów jako tematycznych, z pierwszym poświęconym raveom. Pełne zestawienie numerów tematycznych prezentowane jest poniżej:

Tab. 6.: Numery tematyczne „Project X”

Numer „Project X”	
Nr 6: Numer świąteczny	Nr 29: Numer podwójny
Nr 10: Pierwsza rocznica magazynu	Nr 30: Numer supergwiazd
Nr 18: Druga rocznica magazynu	Nr 31: Numer strojów kąpielowych
Nr 22: Pierwsza rocznica magazynu	Nr 32: Kung Fu Mania
Nr 23: Wszystko o rave’ach	Nr 33: Edycja encyklopedyczna
Nr 24: Wszystko o reklamie	Nr 34: Numer letni
Nr 25: Numer młodzieżowy	Nr 35: Numer klubowy
Nr 26: Numer miłosny	Nr 36: Numer szkolny
Nr 27: Numer sportowy	Nr 37: Numer świąteczny
Nr 28: Syntetyczność jako religia	

Źródło: opracowanie własne.

Wizualnie „Project X” 25–37 zaczął w pełni inkorporować trendy związane z rozwijającym się światem Internetu, gier wideo i cyfrowej przyszłości. Logo „Project X” zaczęło być zapisywane fontem stylizowanym na komputerowy, zaś sam znak „X” wyglądał podobnie do tego stosowanego przez popularny w tym okresie serial science fiction –

Z archiwum X^{288} . Modyfikacje logo obejmują lokalizację na pasku (usuniętą w numerze 28) i umieszczenie gradientu kolorystycznego wewnątrz jego konturu (od numeru 34). Postaci na okładkach znajdują się również częściowo na „kosmicznych” tłach, jak np. w numerze 29 (okładka B) lub takich, które zostały wygenerowane komputerowo (np. numer 31, 32 i 35). Ponownie pojawia się trend umieszczania na okładkach postaci związanych ze światem muzycznym, chociaż są to znacznie bardziej rozpoznawalne osobowości (DJ Moby, Lady Kier z zespołu Deee-lite). Prezentowane są one jednak wymiennie z modelkami, które uosabiają typ wszechstronnie utalentowanych „gwiazdeczek”, takich jak Milla Jovovich (modelka, aktorka, piosenkarka) czy Liv Tyler (modelka, aktorka).

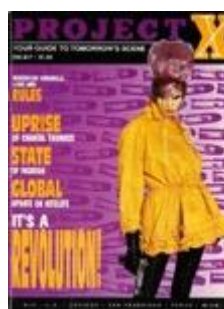
Tab. 7.: Okładki magazynu „Project X”



²⁸⁸ Należy tutaj zaznaczyć, że PX jako pierwsze zainorporowało krój tego symbolu. Numer 25 pochodzi z maja–czerwca 1993, zaś serial zaczął być emitowany we wrześniu tego samego roku. Zob. *The X-Files*, <https://www.imdb.com/title/tt0106179/episodes/?season=1> [dostęp: 11.11.2023].



Numer 16



Numer 17



Numer 18



Numer 19



Numer 20



Numer 21



Numer 22



Numer 23



Numer 24



Numer 25



Numer 26



Numer 27



Numer 28



Numer 29 Okładka A + Okładka B



Numer 30



Numer 31



Numer 32



Numer 33



Numer 34



Numer 35



Numer 36



Numer 37

Źródło: opracowanie własne.

3.4.6. Fazy rozwoju „Project X” a obecność club kids

Na podstawie lektury czasopisma można wyszczególnić trzy najważniejsze fazy jego rozwoju. Pierwszym jest okres obecności w Nowym Jorku na scenie club kids (PX 1–15), drugim – rozszerzenie jego zasięgu do poziomu ogólnokrajowego (PX 16–24), trzeci okres jest natomiast związany z odrzuceniem treści związanych z club kids i przeniesieniem ciężaru tematycznego na zagadnienia rynku muzycznego i stylu (PX 25–37).

Pierwszy okres działalności obejmuje lata 1988–1990 i wydanie siedmiu zinowych numerów „Project X”. Rękodzieło było ważnym aspektem kreacji wczesnych club kids, a materiały potrzebne do stworzenia amatorskiego magazynu, takie jak papier, klej, flamastry były łatwo dostępne. Stosowanie ilustracji z innych magazynów lub książek świadczy również o próbach poszukiwania tożsamości grupy, dla których podwaliną stała się szeroko rozumiana prasa kolorowa. Nacisk został położony na często fabrykowane plotki i pogłoski ze sceny, jak np. *Mongers About Town* (PX 6–21), *Celebrity Sheet* (PX 2, 5–6), ale w tym okresie można również zauważyć już wyraźne zainteresowanie stylem, w tym tworzonym przez samych club kids i prezentowanym np. w rubryce *Looks to Look For* (PX 11–32).

Dwiema kronikami towarzyskimi dokumentującymi zabawy club kids i informującymi o nadchodzących wydarzeniach były *Michael Alig's Club Rub* (PX 1–24) i *Chip Duckett's Fun for Fags and Dykes* (PX 8–12). Układ „Club Rub” w początkowym okresie przywodzi na myśl księgę gości i zawiera wyszczególnienia (wyróżnione podkreśleniem lub pogrubieniem) osób, które należy znać i **miejsc, w których należy się znaleźć**, aby dobrze się bawić. Całość dokumentacji uzupełniona jest fragmentami lub kolażami fotografii osób uczestniczących w zabawach. W późniejszym okresie teksty „Club Rub” przybrały formę narracyjną i prawdopodobnie były inspirowane felietonami Michaela Musto dla „The Village Voice” zatytułowanymi *La Dolce Musto*, które spełniały podobną kulturalno-towarzyską funkcję w skali całego Nowego Jorku²⁸⁹. „Chip Duckett's Fun for Fags and Dykes” (PX 8–12) pełniło funkcję komplementarną dla „Club Rub” – również podsumowując, jak i zapowiadając kolejne wydarzenia dedykowane nowojorskim społecznościom LGBT+, jednocześnie poruszając problemy dyskryminacji, z jakimi zmagaly się te środowiska w Nowym Jorku pod koniec XX wieku.

²⁸⁹ Ostatni zarchiwizowany wpis z rubryki pochodzi z lipca 2022 roku. Zob. <https://www.villagevoice.com/category/vv-the-front-archives/la-dolce-musto/> [dostęp: 1.07.2023].

„Project X” od początku zainteresowany był również ekspansją na inne rynki klubowe. Już w pierwszym numerze club kids relacjonowali swoją podróż do Meksyku. W kolejnych – M. Alig i J. Jewels opisywali miejsca zabaw, takie jak Berlin, Londyn czy Rio de Janeiro. Stałe wzmianki o wydarzeniach w innych miastach Stanów Zjednoczonych zaczęły pojawiać się od numeru drugiego PX, obejmując zasięgiem Atlantic City, Los Angeles i Chicago. Warto zauważyć, iż w tym okresie poza miniprzewodnikami po scenach miast, kształtuje się również inne poradnictwo magazynu, np. za pomocą listów do redakcji *The Original Problem Princess Julie Jewels* (PX 1–6) czy *Auntie Ada’s Problem Page* (PX 11–13) oraz *Horoscope by Miss Conception* (PX 7–15).

Drugi okres działalności „Project X” obejmuje okres 1991–1993. Jako najkrótszy z cykli rozwoju „Project X” 16–24, zawierający jedynie 9 numerów, pod względem przekazów dotyczących club kids stanowi rozwinięcie fantazji realizowanych w pierwszym okresie z większym rozmachem – dzięki finansowaniu nowego wydawcy P. Gatiena. Warto zauważyć, że poza artykułami dotyczącymi club kids, ich postaci i stylu (np. *Project X Pin-up Person*, *Centerfold*), głównymi źródłami informacji o nowojorskich wydarzeniach jest kronika „Michael Alig’s Club Rub” oraz „Mongers about Town”, która zostaje zamknięta wraz z numerem 21. „Project X” staje się też wydawnictwem międzynarodowym, a na jego kolumnach relacjonowane są wydarzenia dotyczące club kids z terenu całych Stanów Zjednoczonych – przede wszystkim Los Angeles (PX 16–23), również Chicago (PX 15–19) i Miami (PX 17–23). Powodem skupienia uwagi na lokalnych odłamach tej grupy było poszukiwanie nowych twarzy na potrzeby kolejnego przedsięwzięcia P. Gatiena – nowojorskiego klubu USA. Kandydatury na rezydentów/rezydentki miejsca obejmowały takie postaci, jak Richie Rich, Astro Earle, Jenny Talia czy Walt Paper. „Project X” był dystrybuowany również tymczasowo w tak odległych miejscach, jak Islandia czy Japonia. W jednej relacji z Tokio czytamy:

Tokijskie kluby są zainspirowane sceną nowojorskiego śródmieścia, a wielu bywalców inspiruje się club kids. Ostatnim krzykiem mody jest widok młodych, zadbanych profesjonalistów/profesjonalistek w trakcie dnia zmienionych przez drag w kreatywnych ludzi nocy. Tak, kreatywność wylewa się tu tak jak drinki. Jednakże główną różnicą pomiędzy tokijskimi club kids, a tymi wszędzie indziej, jest to, że Japończycy nie są niecznośni, nie wylewają na siebie drinków i nie domagają się ich za darmo (jeszcze!)²⁹⁰.

Poza relacjami z poszczególnych miast, w drugim okresie wydawania pisma można zauważyć odejście od tekstów cyklicznych na rzecz większej swobody w doborze treści magazynu i położenie większego nacisku na rynek sztuk wizualnych, który lepiej

²⁹⁰ Project X, nr 19.pdf, s. 35.

komponuje się z rozwijaną przez redaktor naczelną J. Jewels kategorią stylu. Pierwszym wyraźnym sygnałem zmiany, które świadczą o zastosowaniu techniki restauracji wizji retorycznej, a więc przywrócenia do stanu wyjściowego, są drugie „pierwsze” urodziny „Project X”, które pojawiają się po obchodach drugiej rocznicy istnienia (PX 18). W liście od redakcji numeru 22 J. Jewels tak uzasadnia potrzebę zmiany:

Drodzy Czytelnicy, prawdopodobnie zastanawiacie się „Co to znaczy?”. Jak „Project X” może świętować PIERWSZĄ rocznicę swojego istnienia? Czy ktoś nie wręczył ci egzemplarza w klubie The World dwa lata temu? Nie widziałeś kopii na podłodze Sound Factory w 1989? OK, OK, kłamiemy. Przyłapaliście nas. To wszystko nie jest jednak nieuzasadnione. Widzicie, „Project X” jest magazynem w świecie, w którym trendy trwają tylko około dwa dni; a te naprawdę dobre znikają pod koniec działania otwartego baru. A jak wie każdy modny klubowicz, nie jest łatwo dotrzymać kroku trendom, jednak ktoś musi to robić. Aby zabawić naszych znudzonych, zblazowanych, żądnych wrażeń i pozbawionych uwagi czytelników, takich jak ty, „Project X” musi zawsze być najnowszym magazynem na scenie. Prawdziwie topowy magazyn nigdy nie przyzna się do wieku, co więcej nigdy się nie zestarzeje. Musimy zawsze być nowi, energiczni i wiecznie młodzi – więc wszystkiego najlepszego dla nas z okazji pierwszych urodzin!²⁹¹

Tekst stanowi zapowiedź kolejnego numeru – „Wszystko o rave’ach” (PX 23), które na początku lat 90. stawały się dominującym młodzieżowym trendem; całkowita zmiana profilu czasopisma i wyraźne odcięcie od ustalonej wcześniej tematyki następuje jednak w numerze 24, za sprawą tekstu *On Your target Market, Get Set Go!*, opisanego w kolejnym podrozdziale.

Trzynastą ostatnią numerów „Project X” wydanych w latach 1993–1995 należy rozpatrywać nie w kontekście analizy (sub)kultury, a poszukiwania jej pozostałości w „nowym, normatywnym” magazynie. Jedną z nich jest styl, który ewoluując w stronę futurystycznego stylu Y2K, charakterystycznego dla początku nowego milenium, włącza nietuzinkowe rozwiązania DIY i fascynację kreskówkowym stylem znanym z wizerunków club kids. Z drugiej strony, numery te oferują wgląd w rozpad club kids rozgrywający się na łamach „Club Rub”, przez pryzmat narastającego uzależnienia od narkotyków M. Aliga i jego paranoicznych wizji związanych z odtrącającą go stopniowo grupą (PX 25–36). W temacie głównym numeru 35 stawiającym pytanie, czy didżeje mogą być nowymi „supergwiazdami”, otrzymujemy również następujący wgląd w karierę muzyczną DJ-a Keokiego:

PX: Dlaczego zostałeś didżejem?

K: Myślę, że gdybym nie był didżejem, zostałbym włóczęgą.

PX: Zdefiniuj scenę, którą reprezentujesz.

K: Chcę reprezentować wewnętrzną scenę, którą posiada każdy. [...]

PX: Który z występów był twoim najlepszym i dlaczego?

²⁹¹ Project X, nr 22.pdf, s. 5.

K: Kocham moją pracę na imprezach Disco 2000 w Nowym Jorku, ponieważ jest całkowicie moja.

PX: Jak spędziłeś swoje ostatnie urodziny?

K: Na Disco 2000. To wszystko co pamiętam, reszta jest mglista²⁹².

Część z bohaterów *Superstar DJs. Flashes in the Pan or Future Supernova* również została didżejami przez przypadek (np. db, Johny Vicious, Sasha, Little Louie Vega), natomiast wydaje się, że DJ Keoki, zgodnie ze świadectwem zawartym w dramatyzacji filmowej *Party Monster* był jednym z największych sukcesów kreacji nowych „supergwiazd” przez M. Aliga. Z kolei lektura listów do redakcji pozwala zauważyć, iż nowy kierunek rozwoju pisma nie był zadowalający dla jego grupy docelowej (co stoi w sprzeczności z tekstami adresowanymi do reklamodawców, w których redakcja zapewnia, iż doskonale zna swoich czytelników). W jednym z nich czytamy np.:

Co do kurwy nędzy?!?! Dolce & Gabbana. Gianni Versace? Kiedy mój ulubiony podziemny magazyn zamienił się w „Vogue”? Nikt, kogo znam, nie może sobie pozwolić na ten szajs zwany „couture”. Czy już straciliście kontakt z waszą publicznością? Wróćcie kurwa na ziemię! Proszę wróćcie do swojego cudownie funkowego stylu. Jeśli tego nie zrobicie, staniecie się tacy sami, jak „Details” [magazyn plotkarski – M.K.].

3.4.7. „On Your Target Market, Get Set, Go!” – całkowita zmiana wizji retorycznej magazynu

Drodzy Czytelnicy,

Idźcie na zakupy, konsumujcie, wydawajcie i kupujcie, kupujcie, kupujcie!

W końcu właśnie w tym my – Amerykanie, jesteście naprawdę dobrzy, prawda? Mając to na uwadze, przedstawiamy wam nasz numer w całości poświęcony amerykańskiej sztuce reklamy. Reklamować oznacza opisywać lub chwalić publiczne, w celu osiągnięcia sprzedaży i dokładnie to zobaczycie na kolejnych stronach. Będziemy chwalić „Projekt X”, dopóki nie przekonamy Cię do wykupienia reklamy.

W pewnym sensie jest to również numer, w którym się wyprzedajemy. Zdecydowaliśmy sami zadeklarować, że jesteśmy na drodze do mainstreamu, zanim wy byście to zrobili. Widzicie, mamy problem z pozostaniem na zawsze w undergroundzie i jesteśmy gotowi głosić nasz modny gospel komukolwiek, kto zechce słuchać. [...]

Nadchodzące wydania waszego ulubionego przewodnika do sceny jutra będą teraz zawierać więcej korporacyjnych logo, błyszczący papier i oczywiście wydanie będzie można kupić w lokalnym 7/11^[293]. Pomyślcie tylko o tych wszystkich chłopcach i dziewczętach, którzy dołączą do naszej rozszerzonej rodziny oddanych czytelników. Aby jednak móc się rozwijać i rosnąć w siłę, potrzebujemy waszej pomocy. Więc do rzeczy. Jeśli jesteś potencjalnym reklamodawcą, nie wahaj się do nas zadzwonić. Jesteśmy bardzo przyjaźni przez telefon, a nasze stawki są supertanie... A jeśli zadzwonisz dzisiaj, otrzymasz nawet specjalny rabat –10%. Naprawdę! Pomóż nam się rozwijać, przeczytaj „Projekt X” i powiedz o nim wszystkim swoim znajomym!²⁹⁴

List od redaktor naczelnej Julie Jewels, który otwiera „Project X” numer 24 jest uzupełnieniem czterostronicowego adwertorialu autopromocyjnego *On Your Target Market*,

²⁹² Project X, nr 35.pdf, s. 17.

²⁹³ Amerykański odpowiednik działającej w Polsce sieci dyskontów Żabka.

²⁹⁴ Project X, nr 24.pdf, s. 6.

Get Set, Go! (pol. *Na twój rynek docelowy, do startu, start!*), który znajduje się w środku wydania numeru ²⁹⁵. Jego treść rozpoczyna się rozważaniami na temat konfliktu wewnętrznego związanego ze zjawiskiem „wyprzedawania” (sub)kulturowych wartości:

„Wyprzedajesz się” zawsze było najbardziej jadowitym oskarżeniem, jakie uczestniczący w podziemnym ruchu lub scenie mogą wyrzucić swoim towarzyszom. Zasadniczo zawsze krytykowano rozwój undergroundu w kierunku „głównego nurtu”. W miarę jak sub-kultura^[296] ewoluuje i podlega legitymizacji, staje się przyswajalnym śmieciowym żarłem dla naszego wygłodniałego, wiecznie pasącego się społeczeństwa konsumenckiego. W sub-kulturach zwłaszcza ci, którzy decydują się na promowanie lub przyspieszanie równi pochyłej komercjalizacji mogą zostać wyodrębnieni jako zdradzieccy sprzedawcy pięknie utkanego stylu.

Na ich obronę, ci „przyszli sprzedawcy” twierdzą, że płynny ruch w kierunku asymilacji jest nieunikniony. Zatem równie dobrze to uczestniczący w wyłaniającej się społeczności mogą pakować i sprzedawać swoje wartości; a nie monitorujący trendy, analitycy marketingowi i „sępy kulturowe”, które czerpią zyski i kontrolują wzrastający ruch społeczny²⁹⁷.

Powyższy fragment tekstu przyjmuje formę motywu fantastycznego towarzyszącego uczestnictwu (sub)kulturowemu. Zaznaczone jest, że proces wyprzedawania wartości grupy związany z przechodzeniem do „głównego nurtu” (ang. *mainstream*) jest powtarzającą się sagą retoryczną, której miejsce pozostaje niedookreślone, ale postaciami są uczestniczący w grupie. Bohaterowie wymagają, by wszystkie jednostki niezmiennie pozostawały podporządkowane ich odmiennej wizji retorycznej, z kolei antybohaterstwie decydują się na „wyprzedanie”, czyli porzucenie swojej odmienności na rzecz stania się częścią normatywnego świata. Normalizacja zachowania następuje za sprawą czynników sankcjonujących – w tym przypadku zjawiska komercjalizacji, które następuje niezależnie od podjętej decyzji (zostać innym czy się „wyprzedać?”). Ocena tej decyzji po obu stronach jest jednoznacznie zła – nawet jeśli motyw opowiadany jest z perspektywy osoby, która decyduje się na porzucenie grupy, co przejawia się w powracającej próbie znormalizowania swojego potencjalnie destrukcyjnego zachowania:

Numer za numerem, „Project X” ewoluje w coś całkowicie odmiennego od swoich niezbyt skromnych początków taniego kserowanego zina rozprowadzanego bezpłatnie wśród pijanych bywalców klubów. [...]

Niestety, uzależnienie od coraz bardziej wymuskanego „Project X” ma swoje niesmaczne konsekwencje. Tymi widocznymi najszybciej jest wyższa cena – zarówno w kioskach, jak i w modelu subskrypcji; chociaż jesteśmy warci każdego centa! Zdecydowanie najgorsze jest pakowanie „Project X” – naszych przyjaciół i czytelników jako towaru nadającego się do sprzedaży firmom posiadającym budżety reklamowe i produkty do sprzedaży²⁹⁸.

²⁹⁵ Tamże, s. 25–26.

²⁹⁶ Tak to słowo zostaje zapisane w artykule, co potwierdza domniemania na temat umownego postrzegania prefixu „sub-”.

²⁹⁷ Project X, nr 24.pdf, s. 25.

²⁹⁸ Tamże.

Dalszy fragment zdradza jednak prawdziwą motywację komercjalizacji „Project X”. Club kids pragną stać się niezależni od wydawców czasopisma – impresario klubowych R. Pipera, następnie P. Gatiena, którzy wydawali magazyn²⁹⁹:

Numer za numerem, na naszych stronach pojawia się coraz więcej firmowych logo. To oni finansują nasz drogi gust. **Koniec z poleganiem na badziewiarskich właścicielach klubów nocnych!**³⁰⁰

W dalszej części tekstu następuje odwołanie do potencjalnych przyszłych reklamodawców – zachęca się, by spojrzeli na infografikę na stronie obok (Fot. 14.). Zdjęcie czytelniczki „Project X”, która stoi z drinkiem i papierosem, uzupełnione jest szeregiem pytań, z których część graficznie odniesiona jest do jej ciała, np. „Marlboro czy Dunhille”?, „Czy głosuje na Clintona, czy Perota”? Odpowiedzi umieszczone są w prawym dolnym rogu grafiki, a tekst kontynuuje opis postaci. Za pomocą tej zabawy redakcja sugeruje, że idealnie zna profil swojej grupy docelowej. Publikacji towarzyszy umieszczenie w tle kompozycji przekazu podprogowego („Będiesz teraz reklamował w »Project X«!”). Następnie narracja kierowana jest ponownie do pierwszej grupy adresatów przekazów:

Wejście w mainstream i przygarnięcie kilku finansujących ma niestety swoje negatywne konsekwencje. Nasi długoletni czytelnicy/czytelniczki z pewnością rozumieją, że obejmują one: koniec z nieuzasadnioną nagością, pseudokorporacyjnymi całostronicowymi reklamami Xanaxu czy LSD i udekorowanymi genitaliami³⁰¹. [...] Oczywiście, będziemy was w pewnym stopniu gorszyć, odrobinę szokować i zapewnimy tylko dawkę frywolności, ale nie w stopniu zbliżonym do naszej minionej, nadmiernej pobłażliwości. [...] Na coraz bardziej wyrafinowane strony „Project X” zapraszamy nowych i starych czytelników/czytelniczki, by docenili bardziej wysmakowaną i wydestylowaną beztroską mentalność „imprezuj-dopóki-nie-padniesz”, którą zawsze promowaliśmy. Więc na kolejnych stronach zamierzamy zapakować was, naszych uroczych maciupcich czytelników i sprzedąć was i wasze pełne zabawy życia tym, którzy dadzą najwięcej. [...] Więc uśmiechnijcie się, czytajcie dalej „Project X” i zaczniście doceniać siebie jako towar...³⁰²

Warto zauważyć, iż w drodze rozwoju narracji redakcja w pełni przejmuje rolę antybohaterską, porzucając próbę dalszego usprawiedliwiania swojego działania. Jest to akt subwersywny – „tak – jesteśmy źli, tak – sprowadzamy naszych czytelników do roli przedmiotu, zaakceptujcie to i czytajcie dalej”.

On your Target Market, Get set, Go! dzieli „Project X” na dwie części – w pierwszej istotne jest pokazanie, iż od tego momentu o „Project X” z pewnością nie można mówić jako o czasopiśmie club kids. Uzupełniające tekst dwie fotografie grup czytelniczych ukazują to co już się stało – po lewej stronie normatywny tłum z osobą starszą i kilkorgiem nastolatków już teraz czyta magazyn. Po prawej stronie widzimy, to co się stanie – club kids – wkrótce też przekonają się do nowej formuły magazynu. Zdjęciom towarzyszą podpisy –

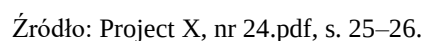
²⁹⁹ Ustalono na podstawie stopkek redakcyjnych w grupie kodów formalnych.

³⁰⁰ Project X, nr 24.pdf, s. 25. Wyróżnienie M.K.

³⁰¹ Są to odwołania do tekstów z poprzednich numerów pisma.

³⁰² Project X, nr 24.pdf, s. 25.

Fot. 14. Adwertorial autopromocyjny *On your Target Market, Get set, Go!*



3.5. Klucz analityczny „Project X” dla analizy motywów i typów fantastycznych związanych z (sub)kulturą club kids

Po ustaleniu informacji dotyczących funkcjonowania „Project X” oraz cyklu wizji retorycznej magazynu, wraz z jej zmianą wyznaczoną w numerze 24, głównym celem badania stało się ustalenie jak największej ilości informacji związanych bezpośrednio z (sub)kulturą club kids w celu opracowania motywów i typów fantastycznych w niej obecnych. Dodatkowym celem było również znalezienie tekstów nawiązujących do (sub)kultury balu, co miało wykazać związki pomiędzy dwiema grupami, oraz ogólnych komentarzy club kids dotyczących rozwijającej się sceny techno – pomocnych w zrozumieniu przyczyny zmiany profilu magazynu oraz tego, jak została ona zaprezentowana osobom czytającym „Project X”. Zarówno materiały dziennikarskie, jak i ogłoszenia reklamowe poddano ponownej analizie i selekcji poprzez eliminację tekstów niespełniających następujących kryteriów:

A) Analiza motywów i typów fantastycznych dotyczących club kids:

- 1) Tekst posiada potencjał dramatyzacyjny SCT: jest nacechowany emocjonalnie, przybiera stylistycznie formę figury retorycznej (w rozumieniu krótkiego porównania lub personifikacji), analogii, anegdoty, paraboli, baśni lub opowieści³⁰³, co może odbywać się jedynie przy pomocy języka, jak i języka, i obrazu (płaszczyzna wizualna).
- 2) Tekst pełni funkcję pomocniczą w ten sposób, iż pozwala wesprzeć dodatkowymi informacjami istnienie motywu lub typu fantastycznego poprzez nawiązania:
 - a) **do postaci dramatu**, rozumianych szeroko jako club kids, zwłaszcza ustalonych na podstawie opracowań faktograficznych dotyczących (sub)kultury jako: Amanda Lepore, Andre „Angel” Melendez, Astro Earle, Christina Superstar, Christopher Comp, Desi Monster, DJ Keoki, Ernie Glam, Gitsie, James St. James, Jenny Talia, Julie Jewels, Kabuki Starshine, Kenny Kenny, Lady Bunny, Lahoma van Zandt, Larry Tee, Michael Alig, Mykul Tronn, Richie Rich, Robert „Freeze” Riggs, RuPaul, Sacred Boy, The „It” Twins, Walt Paper;
 - b) **czynników sankcjonujących działania club kids** ustalonych na podstawie **opracowań** faktograficznych dotyczących club kids jako osoby: Susanne Bartsch, Peter Gatien, Rudolf Piper;
 - c) **scen** rozumianych jako miejsca interakcji club kids – zarówno kluby, jak i inne ośrodki **miejskie**, w których działali club kids.

³⁰³ E.G. Bormann, *Small Group Communication...*, s. 102.

B) Analiza grup i zjawisk związanych z club kids:

- 1) Tekst tematycznie odwołuje się do idei lub wykorzystuje osoby związane z nowojorską sceną balową.
- 2) Tekst stanowi ogólny komentarz dotyczący sceny techno i związanych z nią wydarzeń określanych jako rave, odpowiadając na pytania dotyczące idei sceny, zasad uczestnictwa i powodów, dla których jest ona warta uwagi.

Ze względu na pokrycie dodatkowych przestrzeni tematycznych w części tekstów, co widoczne jest zwłaszcza w tekstach z kategorii CLUB KIDS I AMERYKAŃSKIE ŻYCIE NOCNE, stanowiących często serię wzmianek o różnych zagadnieniach związanych z funkcjonowaniem club kids, jak np. w przypadku kroniki towarzyskiej „(Michael Alig’s) Club Rub” (35), część z tekstów musiała zostać zakodowana wielokrotnie.

W wyniku dalszej selekcji i grupowania wytypowano:

- 1) grupę motywów przemocowych – znaną w 102 tekstach, gdzie możliwe było wytypowanie trzech głównych motywów oraz jednego typu fantastycznego;
- 2) grupę motywów *celebrity* – znaną w 312 tekstach, gdzie możliwe było wytypowanie sagi retorycznej club kids – od budowania/kreowania świadomości, poprzez jej podtrzymywanie, aż do spadku świadomości fantastycznej związanej z jej przedstawicielami oraz dodatkowe wytypowanie trzech typów fantastycznych;
- 3) grupę motywów dziecięcych – znaną w 92 tekstach;
- 4) dodatkowo w 18 tekstach znaleziono nawiązania do (sub)kultury balu, natomiast techno w 50, co zostało wpisane w szerszy motyw dotyczący wizji przyszłości.

Wyniki analizy wraz z omówieniem najważniejszych tekstów znajdują się w kolejnych podrozdziałach.

3.6. „Project X” i nawiązania do (sub)kultury balu

Pierwsza wzmianka o (sub)kulturze balu pojawia się w czwartym numerze „Project X”, w artykule J. Jewels *Battle Field Ball*, co jest grą słowną, którą należałoby tłumaczyć jako *Bitwa na balu Field*, od nazwiska stylistki Patricii Field posiadającej własny dom – House of Field, chociaż łącząc pierwsze dwa słowa tytułu, otrzymujemy *battlefield* (ang. *pole bitwy*), co w uzupełnieniu kontekstu przez lekturę artykułu należałoby tłumaczyć jako *Balowe pole bitwy*, gdyż artykuł dotyczy skandalu, do którego doszło podczas wydarzenia odbywającego się 25 września 1988 roku.

Jedna z córek Domu Field – (Księżniczka³⁰⁴) Myra, której powierzono rolę mistrzyni ceremonii, bardzo ostro krytykowała gościnnie występujące domy harlemskiej (sub)kultury, co opisane jest przez pryzmat jej uwag w kategorii najlepszej osoby projektującej, która wymagała od uczestniczących, aby zaprezentowali kreacje wykonane w całości we własnym zakresie. Myra Field zarzucała występującym, że nie mają kwalifikacji, aby występować w kategorii, jeśli sami nie wydziergali swoich skarpet lub nie uszyli bielizny. Sprzeciwiając się tak absurdalnej krytyce, M. Field odpowiedziała: „To mój bal i będę robiła, co zechcę”³⁰⁵.

Innym problemem było to, że podobnie jak Dom Field, panel gościnnych sędzin i sędziów balu składał się z białych oceniających z obszaru śródmieścia, którzy nie mieli wiedzy o (sub)kulturze i jej legendarnych dzieciach. Ten brak wrażliwości kulturowej, odebrany prawdopodobnie również jako atak na tle rasowym, zaowocował tym, że wielu reprezentantów domów poczuło się urażonych, przysięgając odwet słowami: „Poczekajcie tylko na nasze bale!”. W efekcie M. Field straciła pracę selekcjonerki klubu The World, gdyż właściciele obawiali się zamieszek wywołanych jej zachowaniem³⁰⁶. W numerze szóstym pisma pojawia się również wzmianka, jakoby nową formą obelgi było „jesteśmy eleganckim domem z północnej części Manhattanu [ang. *Uptown*], a nie jakimiś imprezowiczami ze śródmieścia”³⁰⁷.

Ten sam Bal Domu Field został zrelacjonowany przez M. Alig w rubryce „Club Rub” w odmienny sposób:

Wydarzeniem lata był bal Patricii Field na Grant Street. Wydarzenie prowadził nie kto inny jak Księżniczka Myra, która pod koniec balu została ukoronowana (i to jak królewsko). Widzowie rzucali w kapryśną księżniczkę jedzeniem, puszkami, ziemią i wszystkim, co tylko mogli złapać, ale bezskutecznie. Przetrwiała burzę... Czy może powiedziałem, że przegrała? W każdym razie wszystko było całkiem bajeczne, jak wtedy, gdy zapytała selekcjonera z Copacabany – Kenny Kenny’ego, KIM on jest... Biedna stara Księżniczka Diandra pojawiła się kilka minut później i została wykluczona z prezentacji. Jeśli Cię tam nie było, jesteś niemodny. (Rudolf i Frank Roccio byli nieobecni...!)³⁰⁸.

Ten komentarz jest jednym z pierwszych przykładów tego, jak M. Alig kultywował przemoc wewnątrzśrodowiskową na scenie. Ten szczegół również będzie pomocny w zrozumieniu, dlaczego inni club kids nie chcieli pomóc mu w końcowej fazie skrajnego uzależnienia od narkotyków.

³⁰⁴ W tekście osoba opisana jest zarówno jako Princess Myra Field, jak i Myra Field, dodałem więc ten honorofikator w nawiasie, chociaż nie ma on związku z pozycją M. Field na scenie balowej.

³⁰⁵ Project X, nr 4.pdf, s. 4.

³⁰⁶ Tamże.

³⁰⁷ Project X, nr 6.pdf, s. 15.

³⁰⁸ Project X, nr 4.pdf, s. 5.

Numery „Project X” potwierdzają również zaangażowanie i entuzjastyczne przyjęcie (sub)kultury balowej przez J. Jewels i S. Bartsch. J. Jewels nie tylko zaprosiła Dom Extravaganzów do udziału w fashion story „La Familia”, opublikowanym w dwunastym numerze czasopisma³⁰⁹, ale sama ćwiczyła również z pełnym zaangażowaniem taniec *vogue* na imprezach club kids, nokautując przy tym niechcący innych uczestników zabawy³¹⁰.

Z kolei przygotowania Suzanne Bartsch do „The Love Ball” anonsował numer 7³¹¹. Relacja z samego wydarzenia jest zbieżna z tą przytaczaną w artykule „New York Timesa”, opisaną w rozdziale drugim pracy, warto jednak zauważyć, że sam ton wypowiedzi może być uznany współcześnie za dyskurs rasistowski w tym sensie, że kultywuje tym razem mit „białej zbawczyni”. Tak jak w przypadku rozważań bell hooks na temat dokumentu J. Livingston *Paris Is Burning*, biała kobieta wchodzi do współczesnego „jądra ciemności” i pomaga jego tubylcom – mniej uprzywilejowanym czarnoskórym w przejściu do lepszego, „białego” świata („świata mody, który tak bardzo podziwiają”), otrzymując w zamian laury, zamiast narracji podkreślającej wspólny wysiłek włożony zarówno przez organizatorkę, jak i harlemskie domy i innych zaangażowanych w przedsięwzięcie:

Suzanne Bartsch połączyła świat mody z subkulturowym światem harlemskich Domów... Te grupy istnieją od dziesięcioleci, a vogueing od tego samego czasu jest ich sztuką performatywną. The Love Ball dał szansę tak wykluczonej i całkowicie fantastycznej społeczności, aby stać się częścią świata mody, który tak bardzo podziwiają. [...] „Chyba się rozplaczę” – powiedziała Suzanne za kulisami. Całą swoją energię zainwestowała w produkcję The Love Ball, a jej łzy były katharsis wysiłku, ciężkiej pracy i miłości, które włożyła w przedsięwzięcie³¹².

Do laudacji S. Bartsch przyłącza się również w tym samym numerze Chip Duckett – aktywista Act Up i twórca kroniki „Project X” „Chip Duckett’s Fun for Fags and Dykes”, zauważając równie problematycznie ze współczesnego punktu widzenia, że bale „nie są wprawdzie homoseksualnym wydarzeniem”, ale chwaląc dochód finansowy wieczoru – 300 tys. dol. przekazanych w głównej części na rzecz pomocy osobom bezdomnym zmagającym się z AIDS w Harlemie³¹³.

Płaszczyna wizualna przedstawiająca drugą edycję wydarzenia, zatytułowana *At the Love Ball* (pol. *Na balu miłości*), koncentrując się prawie wyłącznie na białych celebrytach obecnych na balu. Otwiera ją powiększona fotografia „Madonny

³⁰⁹ Project X, nr 13.pdf, s. 21–23.

³¹⁰ Project X, nr 14.pdf, s. 31.

³¹¹ Project X, nr 7.pdf, s. 4 i 13.

³¹² Project X, nr 9.pdf, s. 15–16.

³¹³ Tamże, s. 18.

Xtravaganzy”³¹⁴ z tancerzami Jose i Luisem Xtravaganzami – prawdziwymi dziećmi sceny balowej ustawionymi tutaj jako przyboczni performerki i funkcjonującymi równocześnie jako samodzielne „gwiazdki” ze względu na udział w dokumencie filmowym *In Bed with Madonna*, który w momencie publikacji historii (1991 rok) był już dostępny dla szerokiej publiczności. Podpis pod zdjęciem brzmi „Naszej własnej Suzanne Bartsch należy się trofeum za sprawienie, że Love Ball II był pamiętnym wieczorem”.

Fot. 15. Fotorelacja *At the Love Ball*



Źródło: Project X, nr 17.pdf, s. 22.

Oczywiście z perspektywy obecnego stanu wiedzy i dyskursu, np. krytycznej teorii rasowej (ang. CRT – *Critical Race Theory*), znacznie łatwiej postrzegać reprezentacje (sub)kultury balu oferowane przez „Project X” jako problematyczne. Należy jednak zauważyć, że materiały źródłowe zaznaczają również realne korzyści, jakie przyniosły społeczności dochody z wydarzeń organizowanych przez S. Bartsch. „Project X” do 1995 roku uczestniczył również jako patron medialny i współorganizator nowojorskich bali w obszarze śródmiasta³¹⁵.

³¹⁴ W trakcie researchu nie znaleziono informacji na temat przyjęcia Madonny do któregośkolwiek z harlemskich domów.

³¹⁵ Project X, nr 33.pdf, s. 7.

3.7. Modalna fantazja społeczna – „dziwadła” jako ofiary przemocy zewnętrzśrodkowej

Biorąc pod uwagę aspekt historyczny dotyczący zmagania amerykańskich środowisk queerujących oraz czas pandemii AIDS, w trakcie której club kids kształtowali swoją (sub)kulturę, podlegali oni opresji społecznej ze względu na swoją „odmienność”, co podsycane było również przez media. Świadczą o tym m.in. omawiane już nagrania zachowanych programów talk-show z ich udziałem. W „Project X” narracje związane z przemocą zewnętrzśrodkową są obecne głównie za sprawą stałych wzmianek o zachowaniach homofobicznych i transfobicznych w grupach tekstów „(Michael Alig’s) Club Rub”, „Chip Duckett’s Fun for Fags and Dykes” oraz „Mongers About Town”. Same opisy tego typu zachowań nie przybierają jednak form fantastycznych, a spełniają raczej funkcję informacyjną, wskazując, których osób i miejsc należy unikać, i mogą stanowić podstawę dla kształtowania ogólnego poczucia wykluczenia, np.:

PLEĆ... TWOJA CZY MOJA!

Kiedy oni się w końcu nauczą? Celem życia nocnego jest dekadencja i jeśli nie możesz znieść „homoseksualnego wrzenia”... WYNOCHA Z KUCHNI! Mówimy oczywiście o klubie Morrissey. Fantastyczne piątki prowadzone przez Bellę B. Kenny’ego K. i Sister D. przeniesiono na niedzielę (narodowy wieczór homoseksualny), ponieważ jakiś homofob zasugerował, że klub wygląda zbyt homoseksualnie jak na wieczór w dniu roboczym. Czekajcie, to dopiero początek skandalu! Kiedy Bella przyszła w tygodniu, powitano ją słowami: „...Jak śmiesz pokazywać się, wyglądając w ten sposób... To nie jest niedziela!”³¹⁶.

Częściowo te zachowania ulegają zmianie wraz z queerującą rewolucją lat 90. W 1995 roku M. Alig pisze:

P jak „przyjazny homoseksualistom”. Czy to nie miłe określenie? Dzięki Bogu, bycie przyjaznym homoseksualistom w końcu stało się głównym nurtem. Choć wydaje się to niewiarygodne, biała, konserwatywna Republikańska Ameryka faktycznie uważa RuPaula, Robina Williamsa jako Panią Doubtfire i Eltona Johna za rozrywkę dla swoich pięciolatek!³¹⁷

Nie zmieniło to jednak zachowań przemocowych względem samych club kids, którzy swoim stylem irytowali część normatywnego społeczeństwa, o czym świadczy m.in. opublikowana w numerze 30 „Project X” opowieść dotycząca fali ataków na grupę:

ŁOMOTY CLUB KIDS

W całym kraju zapanował nowy, niepokojący trend, który w samym Nowym Jorku osiągnął rozmiar epidemii. Tuż za rogiem, w takich gorących miejscach jak USA i The Tunnel, miały miejsce przypadkowe akty bezsensownej przemocy. Ofiary? Club kids. Sprawcy? Hejterzy: młodzi ludzie spoza Manhattanu, którzy rozkoszują się widokiem klubowych gwiazd krzyczących „Pracuj!”, podczas gdy ich sztuczne rzęsy i brokat z twarzy latają w powietrzu. „Project X” po raz pierwszy dowiedział się o procederze, gdy jeden z naszych najbliższych przyjaciół wszedł do biura, ledwo

³¹⁶ Project X, nr 13.pdf, s. 40.

³¹⁷ Project X, nr 33.pdf, s. 7.

przytomny i potykając się (zastanawialiśmy się, czy było to pobicie, czy ostatni shot Stolicznej) po 50-krotnym uderzeniu w twarz platformami Pumpy mierzącymi cztery stopy. I to były jego platformy. Jako redakcja „Project X” żądamy położenia kresu temu szaleństwu. Wezwaliśmy policję modową, ale powiedziano nam, że nic nie mogą zrobić, chyba że sprawcy będą nadal nosić ubrania w paski Adidas, po tym jak wyjdą z mody. Wysłaliśmy faks do burmistrza. Powiedział nam, że jeżeli coś zdarzyło się poza jego ulubioną imprezą – Czarnych-w-pozycji-władzy [³¹⁸] – nie chce o tym słyszeć. Dlatego postanowiliśmy wziąć prawo w swoje ręce. W „Project X” opracowaliśmy kilka wskazówek dotyczących bezpieczeństwa dla naszych drogiej przyjaźni z krainy klubów, którzy późno w nocy wracają samotnie do domu:

1. Daj chuliganowi swoje pieniądze. Oddaj kupony na drinki. Ale jeśli poprosi Cię o wskazówki dotyczące makijażu, przygotuj się na rozlew krwi.
2. Zawsze trzymaj broń przy ciele. Kiedy osoba psująca zabawę zobaczy, że wyciągasz szczotkę do włosów z tajnego schowka w swoich platformach, będzie przerażona.
3. Zawsze zamykaj swoje pudełko na lunch, ZANIM opuścisz klub. Trzymaj plecak zapięty na zamek. I pamiętaj proszę, że według akt policyjnych, wszystkie zgłoszone ofiary napaści miały w momencie zdarzenia plecak w kształcie futrzanego zwierzątka.
4. A jeśli wszystko inne zawiedzie, spójrz sprawcy prosto w oczy (pamiętaj, aby najpierw zdjąć gogle narciarskie) i przedstaw najstraszniejszą groźbę w krainie klubów: „Odsuń się, inaczej przedstawię cię Michaelowi Aligowi!”³¹⁹.

Powyższy tekst został ujęty w ramy fantastycznego pastiszu, ale spostrzeżenia o samym ataku, fizycznym uszczerbku na zdrowiu czy braku interwencji służb policyjnych i władz miasta pozostają osadzone w rzeczywistości. Podobnie odnieść się można do rad redakcji dotyczących tego, jak reagować na przemoc – punkty 1–4 w przełożeniu z języka fantazji na realne działania należy odczytać jako: oddaj to, co masz, noś przy sobie narzędzie obrony, ukrywaj noszone akcesoria lub unikaj noszenia futrzanych plecaków, użyj dystrakcji wobec napastników.

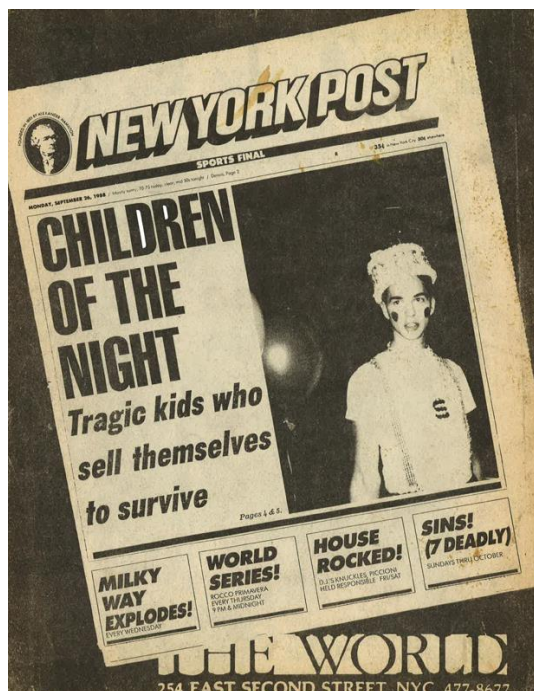
Innymi przykładami opresji przedstawicieli świata normatywnego wobec club kids, tym razem również z zastosowaniem mechanizmu subwersji, są jedyne tabloidy „New York Post”, które zostały zmienione przez club kids w reklamy związanych z nimi wydarzeń. Pierwszy przykład pochodzi z PX 4, w którym nagłówek głoszący *Dzieci nocy. Tragiczne dzieci, które sprzedają się, aby przetrwać* uzupełniony fotografią M. Aliga został użyty jako reklama klubu The World. Kolejny opublikowany został w numerze 22, tym razem z wykorzystaniem informacji z pierwszej strony jakoby M. Alig posiadał biznes, w którym nastolatki świadczą usługi seksualne. Powielona dwukrotnie strona została zestawiona z ulotką reklamującą imprezę cykliczną club kids – Disco 2000, która odbywała się w każdą środę w klubie Limelight. Dodając kontrowersji, reklama informuje, że głównymi atrakcjami wieczoru będą: pokaz nagich ciał, występ didżeja Keokiego, możliwość obserwacji dziwnych zachowań club kids pod wpływem „koktajli” oraz zabawa, w której

³¹⁸ Ten żart słowny ma sugerować, że burmistrz D. Dinkins zainteresowany jest jedynie sprawami czarnej mniejszości miasta, nie obchodzi go więc, co dzieje się w głównej mierze białymi club kids.

³¹⁹ Project X, nr 30.pdf, s. 10.

różne mieszanki zostaną wystawione na barze, a klienci będą mogli spróbować ich na własną odpowiedzialność. Całość uzupełniona jest cytatem M. Musto: „Dziwaczny teatr absurdu! Nie chcę, żeby to kiedykolwiek się skończyło” i hasłem „Gdzie indziej niż na Disco 2000”. Rozrzut czasowy tych reklam – 1988–1992, świadczy również o tym, iż opresja normatywnego świata wobec (sub)kultury nie słabła.

Tab. 8. Tabloidowe jedyńki jako reklamy wydarzeń klub kids



Źródło: Project X, nr 4.pdf, s. 13.



Źródło: Project X, nr 22.pdf, s. 6.

Jako reakcja na projekt wprowadzenia regulacji dotyczących funkcjonowania klubów nocnych, w myśl którego nowojorskie lokale miały być czynne jedynie do wpół do pierwszej w nocy w tygodniu, a weekendy do drugiej nad ranem³²⁰, od numeru 5 „Project X” regularnie publikował teksty o wymowie antyadministracyjnej. Rolę bohatera – aktywisty przyjął na siebie R. Piper, czyniąc z burmistrza Nowego Jorku Eda Kocha antybohatera, którego wizerunki w periodyku były karykaturowane, często z wykorzystaniem ikonografii nazistowskiej, takiej jak odwrócona swastyka.

Boże błogosław Amerykę, w rzeczy samej! Stolicy wolnych i dzielnych? Czy może raczej stolicy zniewolonych tchórzy? [...] Czy wiecie, że burmistrz Koch i jego faszystowski reżim knuje, aby odebrać nam kolejne prawo w swoim nienasyconym dążeniu do ograbienia nas z praw i władzy? No cóż, TO PRAWDA. Podniesienie legalnego wieku dla spożycia alkoholu z 19 do 21 lat było jednym z pierwszych kroków w jego planie represji. [...] Teraz czują, że mogą zrobić prawie wszystko. Teraz ten stary pierdziel chce zamykać kluby o północy!!!! Czy możecie w to uwierzyć? Czy możemy

³²⁰ Project X, nr 9.pdf, s. 9.

pozostać bierni wobec takich potworności? Miejmy nadzieję, że nie. W innej sytuacji ten rodzaj represji mógłby wywołać palenie samochodów policji lub bombardowanie budynków (pamiętajcie, że nie propaguję takiego zachowania, po prostu zaznaczam ten niefortunny szczegół). [...] Kiedy Koch został wybrany po raz pierwszy, Nowy Jork był w zgliszczach, a on zmienił ten stan rzeczy poprzez programy budowy oraz inne. Lecz teraz burmistrz Koch stał się szalony, kompletnie zbzikowany i bająco bogaty. Jest zupełnie przeciwny idei wolności jednostki. Pamiętajcie, to my jesteśmy przyszłością i wspólnie możemy spowodować zmianę. Nie pozwólmy rządzącym kontrolować naszego każdego ruchu!!!³²¹

Artykuł *Dump Mayor Koch* (pol. *Porzućmy burmistrza Kocha*) jest uzupełnieniem znajdującej się na wcześniejszej stronie numeru płaszczyzny wizualnej, która stanowi podbudowę emocjonalną przekazu – zaczynając z lewej, wskazuje na to, co już się wydarzyło: „1929 – krach, 1939 – wojna, 1989 – państwo policyjne”, wspierając przekaz karykaturą burmistrza jako Adolfa Hitlera i szeregiem wydartych z prasy informacji o obecnych działaniach policji mających na celu poprawę bezpieczeństwa poprzez rygorystyczne działania w przestrzeniach miejskich. Z prawej jako nowa informacja pojawia się apel *Kids: Get it Together!* (pol. *Dzieciaki: ogarnijcie się!*), który namawia klub kids, żeby pomimo bierności politycznej, zmobilizowały się do protestu i „zgotowały piekło” administracji, która uwsteczni walkę o wolność obywatelską w Ameryce. Dodatkowa ramka pod tekstem przez swoją grubość przyciąga uwagę czytających, uzupełniając informację, że nowym pomysłem administracji jest zamykanie klubów nocnych o północy. Z prawej strony u dołu pojawia się natomiast wizja przyszłości uzupełniona ilustracją z komiksu, w której postać przypominająca komandosa chwyta za kark jednego z dwóch młodych mężczyzn, aby wstrzyknąć mu niezidentyfikowaną substancję, która prawdopodobnie spowoduje trwały uszczerbek na zdrowiu, co sugeruje osuwająca się po ścianie postać w tle. Podpis zdjęcia, który pojawia się obok ilustracji, brzmi: „W przyszłości... Tajna policja, agenci pracujący pod przykrywką, sługusy CIA i nowe anioły-stróże mogą siłą sfingować przedawkowania u niepożądanych jednostek, aby wywoływać w amerykańskiej prasie histerię związaną z narkotykami”. Odręczny dopisek pod tekstem brzmi: „Dobrej zabawy! Rudolf”³²².

Używając płaszczyzn wizualnych w postaci infografik i komiksów w numerach 6–8, Rudolf dalej nawoływał do bojkotu władz. Najbardziej charakterystycznym z tekstów jest *Our Beloved Mayor Koch for a Safer New York* (pol. *Nasz ukochany burmistrz Koch dla bezpieczniejszego Nowego Jorku*), który stylizowany jest na reklamę polityczną burmistrza. Na płaszczyźnie wizualnej burmistrz z dumą prezentuje owoc swojej pracy – Nowy Jork zamknięty w klatce. Na jego ramieniu znajduje się opaska ze swastyką. Lista obietnic, które

³²¹ Project X, nr 5.pdf, s. 6.

³²² Tamże, s. 5.

zostały już zrealizowane, odznaczona zostaje symbolem „ptaszka” (ang. *tick*), wśród nich znajdują się: „domy dla moich bogatych przyjaciół, godzina policyjna o 22 dla bezpieczniejszego, mniej stymulującego otoczenia, specjalne centra »pomocy« dla naszych czarnych i homoseksualnych przyjaciół ze wspólnymi prysznicami i kursami gotowania przemysłowego”. Całość jest podpisana: „Dobrej zabawy! Edward I. Koch – Dyktator” z odręcznym dopiskiem „To dla waszego własnego dobra. Z wyrazami miłości, Ed Koch”³²³.

Fot. 16. Infografika Our Beloved Mayor Koch for a Safer New York



Źródło: Project X nr 6.pdf, s. 14.

³²³ Project X nr 6.pdf, s. 14.

Kontynuując kampanię antyburmistrzowską w związku ze zbliżającymi się wyborami w roku 1989, R. Piper opublikował również dłuższy artykuł stanowiący plan mobilizacji club kids, określając, kiedy i w jakich miejscach należy protestować i podpisywać petycje przeciwko szkodliwemu ustawodawstwu. Specjalny dopisek pod tytułem tekstu wskazywał bezpośrednio: „Tak, to długi artykuł, ALE POWINNIŚCIE GO PRZECZYTAĆ!”. Dodając do fantazji element opresji, autor straszył club kids: „Niewyobrażalne upokorzenie Nowego Jorku nadejdzie, gdy ludzie będą musieli jeździć do New Jersey, aby uświadczyć nocnego życia”³²⁴.

Koncentrując się jedynie na walce z urzędującym burmistrzem, teksty w dużej pomijały aspekt kolejnych wyborów na to stanowisko, które odbyły się w 1989 roku. Jedyna wzmianka pojawia się na temat Rudolpha Giulianiego, który w numerze 8 oznaczony zostaje również jako nazista³²⁵. Ostatecznie wybory wygrał demokratą David Dinkins³²⁶. Kilka miesięcy przed tym wydarzeniem propozycja dotycząca restrykcji obejmujących nowojorskie kluby została odrzucona, dzięki wspólnym wysiłkom uczestniczących w życiu nocnym miasta:

Władze Kocha nie mają żadnych wieści na temat ustawy proponującej wcześniejsze godziny zamknięcia klubów. To dobra wiadomość! Komisja Planowania Miejskiego, odpowiedzialna za ten obłąkany projekt, została ostatnio mocno wymagłowana. Podczas przesłuchania publicznego 19 istotnych osób wypowiedziało się przeciwko propozycji. Nikt nie opowiedział się za nią! To nie nastroiło pozytywnie polityków... Wtedy Nowojorskie Zrzeszenie Kabaretowe (NYCA) zaprezentowało 15 000 petycji (część z nich podpisaliście wy, dziękujemy), co jak zawsze wywołało pewne zamieszanie. Następnie Sąd Apelacyjny orzekł, że miasto nie może uchylać przepisów sprzecznych z prawem stanowym. Oznacza to, że ostatnie słowo w sprawie godziny zakończenia obrotu alkoholem należy do stanowej instancji, a to oznacza 4 nad ranem. Fajnie, nie?

Widzicie więc, że wygrywamy bitwę z godziną policyjną i odniesiemy ostateczne zwycięstwo, jeśli nadal będziecie wspierać NYCA. Zatem we wtorek 29 sierpnia o 21:00 udajcie się na wielki koncert charytatywny na rzecz NYCA w Nowym Jorku do klubu Palladium... I zostańcie tam do 4 nad ranem!³²⁷

W dalszym cyklu funkcjonowania „Project X” informacje dotyczące konfliktów z władzami miasta pojawiają się głównie jako wzmianki na marginesie rubryk stałych, takich jak „Club Rub”. Regularne kontrole klubów przybierały często w odczuciu club kids agresywny charakter, chociaż jak relacjonuje np. J.St. James mogły też spełniać funkcję dodatkowej atrakcji dodające do waloru niebezpieczeństwa zabaw podobnie jak w trakcie „outlaw parties”:

³²⁴ Project X, nr 9.pdf, s. 9.

³²⁵ Project X, nr 8.pdf, s. 16.

³²⁶ S. Roberts, *The 1989 Elections: The New York Vote; Almost Lost at the Wire*, <https://www.nytimes.com/1989/11/09/nyregion/the-1989-elections-the-new-york-vote-almost-lost-at-the-wire.html> [dostęp: 13.03.2023].

³²⁷ Project X, nr 10.pdf, s. 19.

Uczestniczyłem w nocy nalotu na klub Save the Robots. To była najfajniejsza zabawa, jaką przeżyłem przez cały rok. Pięćdziesięciu policjantów wtargnęło z bronią i kazało wszystkim stanąć pod ścianą. W ślepej panice większość ludzi rzucała swoje narkotyki na ziemię. Potem powiedziano mi, że było tam dość kokainy, aby nakarmić Bellę [Bolski –M.K.] przez cały weekend. A to oznacza dużo. Potem policja, z czystej złośliwości, włączyła reflektory i oświetliła nimi wszystkie popękane i gnijące twarze drag queens. Każdy kawałek porannego zarostu był widoczny – i nie był to ładny widok. „Tak się cieszę, że zdecydowałam się przyjść dziś wieczorem” – wymamrotała Miss Guy, gdy została wypchnięta na światło dzienne. Chociaż, szczerze mówiąc, nadal wyglądała naprawdę fantastycznie³²⁸.

3.8. Motyw skandalu (przemoc wewnątrzrodowiskowa)

Jednym z najwcześniejszych konfliktów „Project X” jest ten rozgrywający się pomiędzy pierwszym wydawcą czasopisma R. Piperem a redaktorem naczelną J. Jewels. W tej linii narracyjnej złośliwe dopiski zaczynają pojawiać się w stopkach redakcyjnych numerów, np. „Wydawca: Rudolf, ale on wcale nie jest ważny i nie ma żadnej mocy decyzyjnej” (PX 1), „Wydawca: Rudolf, ale zostanie niedługo obalony przez zespół redakcyjny” (PX 2). Już w numerze drugim R. Piper, dając upust frustracji, zamieszcza opowiadanie *Mr. Superfab x Madam Schlock*, pisząc:

Jego prawdziwego imienia nie zna nikt. Dla magazynów glamour na całym świecie jest Panem Superfantastycznym – najbardziej wyrafinowanym mężczyzną na świecie! Jego styl jest przedmiotem legend: wszystko, co robi, nosi, pije i co sprawia mu przyjemność jest całkowicie, całkowicie fantastyczne! Urządza najlepsze, najlepsze imprezy, na które przychodzą najpopularniejsze gwiazdy. Och, jaki on jest faaaantastyczny!

Z drugiej strony mamy Panią Gniot – najbardziej banalną i kiczowatą kobietą na świecie. Osoby piszące kroniki towarzyskie są oniemiałe, kiedy przybywa... do Stringfellow's^[329] ubrana w podrabianą sukienkę Olega Cassini, pachnąc najwykleszszymi perfumami ze wszystkich kobiet w klubie! Wszyscy *guidos*^[330] z West Hampton uwielbiają jej imprezy mokrego podkoszulka! Frederick's jest jej osobistym doradcą do spraw mody^[331], a opery mydlane uważa za doświadczenie kulturowe³³².

Opisując konflikt pomiędzy Panem Superfantastycznym i Panią Gniot, R. Piper twierdzi, że jest to uniwersalny spór pomiędzy dobrem i złem (w którym, oczywiście, postać bliższa autorowi stoi po stronie dobra). Powodem konfliktu stało się to, że któregoś dnia Pani Gniot ośmieliła się wysłać Panu Superfantastycznemu tandetną bombonierkę w kształcie serca. Bardziej prawdopodobne jest jednak, że kolejne działania Pani Gniot – udekorowanie klubu Pana Superfantastycznego różowymi flamingami, a ze strony Pana Superfantastycznego pouczanie Pani Gniot, jak być elegancką osobą – stanowiły realną

³²⁸ Project X, nr 25.pdf, s. 14.

³²⁹ Klub, w którym imprezy organizowała Julie Jewels.

³³⁰ Pejoratywne określenie amerykańskich mężczyzn o włoskich korzeniach, postrzeganych jako niezbyt inteligentne, głośne mizoginiczne osiłki, chętnie noszące kiczowate stroje, ciężką biżuterię i mających dużą ilość brylantyny we włosach. W kulturze popularnej największa populacja *guidos* żyje w New Jersey.

³³¹ Być może chodzi tutaj o sklep „Frederick's of Hollywood” specjalizujący się w damskiej bieliźnie erotycznej. Zob. *Frederick's of Hollywood*, <https://www.fredericks.com> [dostęp: 1.01.2022].

³³² Project X, nr 2.pdf, s. 3.

podstawę konfliktu zamkniętego w fantastycznej opowieści. Wraz z dopiskami w stopkach reakcyjnych magazynu sugeruje ona, że R. Piper zbyt ingerował w wizję magazynu. Poszukując pokojowego rozwiązania, narrator tekstu zapewniał:

Jeśli zorganizują debatę telewizyjną, nie będzie miał szans! Jeśli zdecydują się rozstrzygnąć spór na wybiegu... Już po niej.

Być może jedynym zadowalającym rozwiązaniem tego konfliktu jest, że szaleńczo zakochają się w sobie... Żadne z nich nie wie, że on się ukrywa!

A ty po czyjej jesteś stronie?³³³

Opowieść spotkała się z przychylną reakcją ze strony J. Jewels, gdyż przy nazwisku R. Pipera od PX 3 przestały pojawiać się dalsze adnotacje. Sama redaktorka nawoływała też w trzecim wydaniu, aby wszyscy club kids przestali ze sobą walczyć „dali sobie buzi i pogodzili się”³³⁴. Jest to również związane z kolejnym konfliktem, jaki pojawił się pomiędzy club kids.

Geneza tego sporu nie jest możliwa w pełni do ustalenia jedynie na podstawie tekstów „Project X”. Wiadomo natomiast, że pomniejszą publikacją rozprowadzaną przez club kids w piwnicy klubu The Tunnel był „Hate Magazine”³³⁵. Część z jego tekstów została przedrukowana w *Downtown Outraged by Insulting New Mag* (pol. *Śródmieście oburzone nowym obraźliwym magazynem*), uzupełnionej zdjęciem płaczącej kobiety i patrzącego na nią z pogardą mężczyzny oraz komentarzem Mykula Tronna – *Things* (pol. *Sprawy*). Wśród tekstów pojawiają się obraźliwe fantazje typu „Szczająca potem sprośna Fraulein = Brandywine”, „Pleasure Boy 2000 jest śródmiejską zdzirą na zawołanie. To, co chcielibyśmy wiedzieć, to od czego skrótem jest 2000?! I czy twój TATUŚ CHRISTOPHER wie? Naskarżymy na ciebie...”, „Nie możemy nazwać cię śródmiejską zdzirą, ale dwa razy umoczyłeś kija, co sprawia, że jesteś ostatnim dziewczym club kid. Czy było ci dobrze Johnathanie B.? Nie pytaj, kto sypnął – po prostu wyrównaj rachunki”³³⁶.

Komentując publikację (prawdopodobnie wydaną przez M. Aliga przy udziale R. Pipera), Mykul Tronn zauważył:

Myślę, że to smutne, że ludzie uważają za konieczne poniżanie innych lub ukrywanie kłamstw. Jeśli chodzi o uwagi, MIEJCIE JAJA! Jeśli piszecie, piszcie coś, w co wierzycie. Nie piszcie rzeczy, które wiecie, że są obraźliwe, a potem nie mówcie, żeby się nie złościć, bo nie mieliście tego na myśli. Właśnie ten typ zachowania miałem na myśli, mówiąc, że nie lubię club kids. To ciągle wbijanie noży w plecy jest odrażające. Jeśli wszyscy jesteśmy razem w tej dużej grupie, wspierajmy się nawzajem. Dobra?³³⁷

³³³ Tamże.

³³⁴ Project X, nr 3.pdf, s. 2.

³³⁵ Kopia jednego z numerów została wystawiona w serwisie aukcji internetowych: Zob. Worthpoint, <https://www.worthpoint.com/worthopedia/michael-alig-hate-magazine-before-27187463> [dostęp: 1.01.2022].

³³⁶ Project X, nr 3.pdf, s. 3.

³³⁷ Tamże.

Podobną opinię wyraził DJ Keoki w tekście *An Important Message to Club Kids* (pol. *Ważna wiadomość dla club kids*), wskazując bezpośrednio – „To całe gówniane podążanie za liderem wymknęło się spod kontroli. Honorujecie wszystko poza jednym – własną pieprzoną osobą” i radząc innym club kids, aby dorośli mentalnie i zaczęli rozwijać się intelektualnie³³⁸. W tym samym numerze jako reakcję na uwagi M. Tronna, R. Pipper opublikował tekst *Tronned in Year 2022!* (pol. *Ztronowany w roku 2022!*). Komiks przedstawia wypadek 50-letniego „grubego i starego” M. Tronna, który biegnąc na kolejne przyjęcie, zderza się z wózkiem innego podstarzałego club kid i zabija go swoim rogiem (charakterystyczną fryzurą M. Tronna w tym czasie był „róg” – długa grzywka zaczesana i ułożona pionowo u szczytu czoła). Wściekli club kids, którzy nie wierzą w niefortunny wypadek, obcinają róg M. Tronna, co powoduje, że ten traci większość wspomnień i nie może już przechwalać się swoimi znajomościami. Od tego czasu imprezy stają się znacznie lepsze, a zachwycony M. Alig ma nadzieję, że tego typu wypadki będą zdarzały się częściej (Fot. 17.).

Fot. 17. Publikacja *Tronned in the Year 2022!*



Źródło: „Project X” nr 3.pdf, s. 9.

³³⁸ Tamże, s. 10.

Po raz kolejny mamy więc do czynienia z informacją, że kultywowanie przemocy wewnątrz grupy było czymś, co cieszyło M. Aliga. Tekst wpisuje się również w jedną z wizji przyszłości club kids i jako pierwszy eksploruje przemoc fizyczną wymierzoną w innych przedstawicieli grupy (zabójstwo, lincz).

Kolejnym przypadkiem zachowania implikującego przemoc fizyczną jest historia zawarta w „Project X” nr 12, *Club Starlet: Sought in Attempted Murder* (pol. *Klubowa gwiazdka poszukiwana w sprawie próby zabójstwa*), której bohaterami stają się M. Alig i J. Jewels, co może wskazywać, że konflikt łączący czołowego club kid i redaktorkę naczelną „Project X” mógł zacząć się pod koniec 1989 roku, a więc niecałe półtora roku po rozpoczęciu działalności magazynu. W tekście czytamy:

Blond seksbomba Julie Jewels, osławiona dziewczyna sezonu^[339] i niesamowita bramkarka, jest poszukiwana w związku z próbą zabójstwa swojego byłego bliskiego towarzysza – promotora Michaela Aliga, wkrótce po godzinie 4 nad ranem, w sobotę 2 grudnia 1989 r. Piękna snajperka była zdenerwowana zaproszeniem, na którym imię pana Aliga zostało umieszczone nad jej imieniem. „Naturalnie imię Michaela powinno być na pierwszym miejscu” – mówi niemiecki właściciel 5-piętrowego klubu przy West 13th St. i wydawca najmodniejszego magazynu w Nowym Jorku, który pozostanie anonimowy. „W końcu to on uczynił ją tym, czym jest dzisiaj! Wróciłaby do rzeźni, w której ją znalazł, gdyby nie jego wielkie serce i hojna, altruistyczna osobowość”^[340].

Narracja tekstu wskazuje, że przyczyną konfliktu było coś pozornie bardzo błahego – umieszczenie nazwiska M. Aliga jako głównego na zaproszeniu, ale w kontekście organizacji wydarzeń mogła być to bardzo istotna zmiana – w przypadku sukcesu przyjęcia, kolejne oferty pracy jako głównej organizatorki przypadłyby J. Jewels. W tej fantastycznej wersji wydarzeń osobą, która wspiera zachowanie M. Aliga jest R. Piper – jedyny niemiecki właściciel klubu przy West 13th St.^[341]

Artykuł nie wskazuje również, czy M. Alig faktycznie zamienił kolejność nazwisk – uwaga skupia się jedynie na tym, lider club kids miał prawo znaleźć się na eksponowanym miejscu, gdyż to on „stworzył” J. Jewels. Dalsza część tekstu w podobny sposób implikuje, że M. Alig wykreował również Lahomę van Zandt i Larry’ego Tee, których przyjęcia „Klubu celebryckiego” były popularnymi wydarzeniami club kids. Odwołując się do rzekomej pracy J. Jewels w rzeźni, artykuł wprowadza nową, bardzo obraźliwą fantazję – obraz J. Jewels pakującej mięso (ang. *meat packer*) w ramach gry słownej może być odczytywane jako praca sex workerki – w slangowym określeniu „meat” oznacza męskiego członka:

„Jewels jest jednak doskonałym przykładem sukcesu, który obrócił się na złe” – mówi dr Park Dietz, uznany psychiatra i specjalista klubowy. „Julie cierpi na FABULOSA-NERVOSA, częstą przypadłość

³³⁹ W tekstach „Project X” częstym określeniem jest *it-girl*, oznaczające młodą kobietę stanowiącą śmietankę towarzyską, wzorzec inspiracji i modną imprezowiczkę danego sezonu.

³⁴⁰ Project X, nr 12.pdf, s. 8.

³⁴¹ Prawdopodobnie chodzi o klub Mars.

tlenionych blondynek i byłych paczkarek mięsa. Nie ma na to lekarstwa”. Inny znany specjalista klubowy dr Milton West twierdzi: „Julie całkowicie przepadła... Nie ma już ratunku!”. Maurice Brahms, właściciel klubu Red Zone, miał nam to do przekazania: „Julie jest bardzo podobna do Dolly Parton... Obie zarabiają mnóstwo kasy, ale Dolly pojawia się w pracy na czas...”³⁴².

Tekst, który pojawia się u progu drugiej fazy rozwojowej „Project X” może wskazywać na początek konfliktu, który trwał do końca cyklu wydawniczego, aczkolwiek dalej nie jest szerzej relacjonowany poza wzmianką, że M. Alig musi uważać na to, co pisze, gdyż „wielka siostra” go obserwuje³⁴³. Club kid pragnął, by periodyk zachował tematykę (sub)kulturową (kultywacja wizji retorycznej), natomiast J. Jewels chciała, aby odniósł sukces komercyjny na rynku prasowym, a jego przestrzeń reklamowa stała się intratnym źródłem zysku dla redakcji. M. Alig rzekomo zgodził się, aby profil magazynu został dostosowany do normatywnych wymagań reklamodawców (pozbywając się np. pełnostronnicowych reklam narkotyków) w zamian za możliwość dodania do nowojorskich wydań „Project X” broszury-insertu „Project Next”, która miała zawierać bardziej kontrowersyjne treści przemawiające do gustów club kids (jej nakład miał wynieść 5 tys. egzemplarzy na terenie Nowego Jorku)³⁴⁴. J. Jewels odebrała pomysł M. Aliga jako afront i próbę wypromowania nowego wydawnictwa kosztem „Project X”.

Czym jest KONDENSATOR UWAGI? To osoba, która po prostu musi być tematem rozmowy, bez względu na konsekwencje. Kraina klubów jest ich pełna. Są łatwi do zauważenia, wystarczy rozejrzeć się za tłumem ludzi, skupionych na jednej osobie, a ta osoba najprawdopodobniej będzie takim kondensatorem. Kto do nich należy? OK, jestem jednym z nich, ale są gorsi ode mnie. James St. James prawdopodobnie kondensuje uwagę najbardziej ze wszystkich, więc użyjemy go do kolejnych porównań³⁴⁵.

Jednym z pierwszych przypadków ukazania rodzącego się konfliktu Jamesa St. Jamesa oraz Michaela Aliga była publikacja *Attention Shifters* (Tab. 9.). Choć tekst nie jest opatrzony informacją o autorstwie, inne negatywne wzmianki o J.St. Jamesie pojawiają się głównie w rubryce „Club Rub” prowadzonej przez znaczącą część działalności „Project X” przez M. Aliga. Co więcej, pozostałe teksty „Project X” zawierające odwołania do postaci J.St. Jamesa, jak np. *Best and Worst of the '80s* autorstwa M. Musto, w pozytywny sposób opisują club kid, jego osobowość i pracę³⁴⁶.

Warstwa werbalna *Attention Shifters* uzupełniona jest tabelą, w której za skalę porównawczą zdolności kondensowania uwagi używane są jednostki w postaci głowy

³⁴² Tamże.

³⁴³ Project X, nr 36.pdf, s. 22.

³⁴⁴ Peeew! #192: The first issue of Project X magazine, <https://www.youtube.com/watch?v=JkHJYf2wi-I> [dostęp: 10.10.2022].

³⁴⁵ Project X, nr 13.pdf, s. 26.

³⁴⁶ Project X, nr 12.pdf, s. 28.

J.St. Jamesa. Pod zestawieniem znajdują się również dwa zdjęcia wspomnianego club kid z dopiskiem:

Prawdziwy kondensator uwagi będzie wyglądał na spokojnego i opanowanego, kiedy uwaga skupia się na nim. Zdejmij z niego wzrok na sekundę i oczekuj reakcji przypominającej trzęsienie ziemi... i KONDENSACJI! Obserwuj w przerażeniu, jak ci pozornie normalni ludzie się przemieniają!!!³⁴⁷

Z tekstów „Project X” nie można wywnioskować, co spowodowało konflikt pomiędzy M. Aligiem a J.St. Jamesem, jednak ten drugi pozostawał pasywny względem ataków M. Aliga, sarkastycznie dodając nawet jako „obowiązkową notatkę” do przejętej przez niego kroniki „Club Rub” numeru 25 „Czyż Michael Alig nie jest wspaniały?”³⁴⁸. Jedyną z niewielu bezpośrednich krytyk wyrażonych przez J.St. Jamesa pod adresem M. Aliga jest ta dotycząca jego występu w *The Phil Donahue Show*:

Michael Alig jak zwykle był swoim odrealnionym sobą. W pewnym momencie, podczas chwili ciszy pompatycznie i niestosownie wtrącił: „Może i wyglądam jak strona z francuskiego Vogue’a, ale mam też mózg!”. Francuski Vogue? Miał na sobie džinsy z odciętymi nogawkami i T-shirt... Następnie, aby udowodnić swoją sprawność intelektualną, rzucił w Phila ciastkiem. „Zwróć na mnie uwagę!” – zaskrzeczał³⁴⁹.

Jednym z najbardziej inwazyjnych przykładów ataku na J.St. Jamesa jest zamieszczone w numerze 18 wspomnienie jego osoby oraz informacja, że club kid decyduje się na opuszczenie nowojorskiej sceny po siedmiu latach. W jego życiorysie czytamy o zwolnieniach z roli selekcjonera w klubach, desperacji w próbie pozostania ważną postacią w towarzystwie, próbach samobójczych, romansach z nastoletnimi chłopcami, a w końcu pracy sex workera w klubie Edelweiss, do czego zmusiły go trudne okoliczności i odcięcie od rodzinnej fortuny. Podsumowanie tekstu stanowi pytanie retoryczne, czy po takiej ilości porażek czytelnicy nie zrobiliby dokładnie tego, co J.St. James i nie przeprowadzili się na Florydę³⁵⁰. Całość nie jest więc hołdem złożonym club kid, a próbą zadania śmierci społecznej osobie już i tak zmagającej się z problemami, co ponownie podważa mit jedności grupy. Po powrocie J.St. Jamesa do Nowego Jorku od razu pojawiło się uzupełnienie jego historii w ramach kroniki „Club Rub”:

Upokorzony i pozbawiony środków do życia James uciekł z Nowego Jorku, aby rzekomo „podróżować” po Ameryce... Praktycznie bezdomny, narzucający się „przyjaciołom”, których zebrał w trakcie swojego wspinania się na szczyt. W towarzystwie Harveya – swojego 2-metrowego różowego królika, James był nomadem... Brodatym Cyganem zostającym wszędzie dłużej, niż przewidywało to zaproszenie. Handlował butami w centrum handlowym z tanimi produktami w Miami, sprzedawał crack³⁵¹, żeby mieć za co jeść, a po zwróceniu się o pomoc psychiatryczną do

³⁴⁷ Tamże.

³⁴⁸ Project X, nr 25.pdf, s. 15.

³⁴⁹ Project X, nr 27.pdf, s. 11.

³⁵⁰ Project X, nr 18.pdf, s. 40.

³⁵¹ Tania, spalalna forma kokainy.

szykownego centrum odwykowego w Kalifornii, James czuje się teraz na tyle pewny siebie, żeby spróbować na nowo. Och, napisał też książkę. Najlepsze życzenia dla Jamesa, stoimy za nim w 100%³⁵².

Fantazja wskazuje, że być może prawdziwym źródłem konfliktu była zatem powstająca książka J.St. Jamesa, o której brak jakichkolwiek innych informacji w periodyku, poza tym, że autor nad nią pracuje. Możliwe jest, że była to wczesna wersja jednego z dwóch manuskryptów, które J.St. James próbował sprzedać po zabójstwie dokonanym przez M. Aliga. Jedna z książek dotyczyła historii club kids jako (sub)kultury, druga natomiast stanowiła świadectwo zbrodni i tylko ta publikacja spotkała się z zainteresowaniem ze strony domów wydawniczych³⁵³.

Pod koniec 1994 roku ponownie prowadzący rubrykę „Club Rub” M. Alig zyskał okazję, aby przyznać, że nie tylko J.St. James, ale i on są „w rozsypce”, podczas gdy inni club kids osiągają sukcesy, w tym uczestniczą w paryskim tygodniu mody. Z tego względu dwójka club kids przeprowadza ze sobą wywiad, w którym opisują najcudowniejsze imprezowe lokalizacje w Nowym Jorku. Sprostowanie numeru 33 donosi jednak, że przeprowadzona rozmowa była całkowicie fikcyjna, podobnie jak „Club Rub” tworzone przy współautorstwie M. Aliga i J.St. Jamesa (PX 31–32). Przepraszając za zachowanie M. Aliga, redakcja obiecuje czytelnikom, że kolejne numery będą zawierały oryginalne teksty autora³⁵⁴.

Ostatnia wzmianka dotycząca relacji M. Aliga i J.St. Jamesa pojawiła się na łamach „Club Rub” 36:

Celebutant James St. James świętował swoje 32. urodziny z królową Dallas – Brooke Humphries. Zostałem zaproszony, ale mój bilet lotniczy się zgubił czy coś, więc zostałem w Nowym Jorku. No cóż... Chyba po prostu pójść na jego czterdziestkę. Całkowicie uwielbiam zasadę Jamesa dotyczącą brudnych ubrań. Oto ona – prosta i szybka: weź swoją brudną koszulę lub bluzkę i wrzuć na stos pomiędzy inne brudne ubrania. Zostaw pokój na około tydzień i VOILA! Kiedy wrócisz, wszystko – nie tylko brudna koszula, będzie czyste! Nie potrafię tego wyjaśnić, ale wydaje mi się, że w tym czasie przychodzi jakaś wróżka, która w magiczny sposób usuwa brud i tłuszcz z twoich ubrań posypując brudne pranie błyszczącym pyłkiem w stylu Richie Richa. To naprawdę działa³⁵⁵.

Badanie jakościowe zawartości PX nie wykazało, aby którykolwiek z club kids poza J.St. Jamesem był poniżany z równym okrucieństwem, regularnością i przez tak długi okres

³⁵² Project X, nr 23.pdf, s. 10.

³⁵³ James St. James, twórca jednego z niewielu wewnętrznych świadectw dotyczących postsubkultury pt. *Party Monster: A Fabulous But True Tale of Murder in Clubland*, wyznał, iż napisał dwie książki – jedną o działalności samej subkultury, drugą o zabójstwie; jednakże tylko publikacja dotycząca zbrodni spotkała się z zainteresowaniem wydawnictwa Simon & Schuster. Zob. *James St. James on Hey Qween with Jonny McGovern*, <https://www.youtube.com/watch?v=J3pgs-EjF84> [dostęp: 2.10.2022].

³⁵⁴ Project X, nr 33.pdf, s. 8.

³⁵⁵ Project X, nr 36.pdf, s.22.

na łamach pisma. Jednocześnie tłumaczy to również późniejszą niechęć J.St. Jamesa do M. Aliga, jego nieprzychylnie świadectwo dotyczące club kid zapisane na kartach *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland* oraz w innych mediach towarzyszących (sub)kulturze.

Tab. 9. Przykłady prześladowania J.St. Jamesa na łamach „Project X”

ATTENTION SHIFTERS

What is an **ATTENTION SHIFTER**? An **ATTENTION SHIFTER** is a person who just has to be the topic of conversation, no matter what the consequence. Clubland is full of them. They're easy to spot, just look for a crowd of people all paying attention to one person, and that person, most likely, will be an **ATTENTION SHIFTER**.

Who are they? O.K., so I'm one of them, but there are worse ones than me. James St. James is probably the shiftest of them all, so we'll use him to compare the others to.

Name	Favorite ATTENTION SHIFTER	Comparison to James
Teri Toye	peeing on the floor	3 faces
Larissa	drinking until passed out	2 faces
Lady Bunny	the ultimate in attention getting: she moved to London!	3 faces
Ru Paul	will stop at nothing to shift attention, including Shifting right out of a TV interview	3 faces
Court Hay	swinging from ceiling rafters, drinking until oblivious (see Larissa)	3 faces
Floydyd	runs around naked, shouting obscenities until he's the center of attention.	3 faces

A true attention shifter will look completely calm and sedate while the attention is on them. Take your eyes off them for one second for anything short of an earthquake and...SHIFT! Watch in horror as these seemingly normal people transform into...
LOOK AT MEH HERE I AM IT SHIFT BY SHIFT AT QUICK.

48

Źródło: Project X, nr 13.pdf, s. 26.

MISSING!

Name: James St. James, Alias MESS
 Last Scene: NYC Clubscene
 Height: 5'10"
 Weight: 78 lbs. and Dropping
 Wearing: Old Tap Suit and a Silly Wig

If you see this person, please notify the Betty Ford Clinic, NY Telephone, Con Ed, the Port Authority Janitor's Club, AA, NAMBLA, Fad Magazine AND Jimmy Swaggart.

Źródło: Project X, nr 19.pdf, s. 42.

3.9. Saga retoryczna *celebrity*

3.9.1. Motyw transformacji

„Project X” jako medium (sub)kultury club kids miał w głównej mierze utrwalać wizerunek uczestniczących, tworzyć przestrzeń do promowania nowych osobowości, a jak wykazała obecność motywu przemocy wewnątrzśrodowiskowej, służyć także publicznemu upokorzeniu. Na podstawie historii dotyczących club kids zamieszczanych na łamach PX, należałoby przyporządkować go jako typowy przejaw amerykańskiej prasy tabloidowej, określanej również jako *supermarket tabloid*, które cechuje przede wszystkim zainteresowanie:

[...] życiem celebrytów i sensacyjnymi historiami „z życia wziętymi”. To one właśnie bez skrępowania informują na pierwszej stronie o szczegółach pożycia małżeńskiego Britney Spears, ale również, że Elvis Presley żyje i że w miasteczku Everyville rybacy wyłowili z kanalizacji syrenę. Znaczna część materiału jest tu po prostu zmyślona; wymyślone bywają najczęściej także teksty

o skądinąd prawdziwych osobach – aktorach, politykach, sportowcach, których (domniemane) życie erotyczne i rodzinne żywo interesuje publiczność³⁵⁶.

W przypadku „Project X” fantazja, która zazwyczaj dotyczy postaci celebryckich, odnosiła się do sztucznie dobranej grupy nowych „supergwiazd”, którymi byli młodzi, „zwyčajni” ludzie – co sugeruje aktywowanie mechanizmu subwersji (cytowanie języka wbrew przypisanemu mu społecznie znaczeniu). Kreacja rozpoczynała się procesem transformacji – przemiany ze zwykłego śmiertelnika w fantastyczny byt klubowy. Analiza czasopisma wykazała istnienie 24 samodzielnych tekstów poświęconych jedynie temu zjawisku, w tym oryginalny manifest J.St. Jamesa, *Jak być cudowną osobą* (ang. *How to be a Fabulous Person*), stanowiący dekalog wskazówek dla przyszłych club kids, którzy co roku indukowani byli do grupy podczas ceremonii „zmiany warty”:

1. nigdy nie ubieraj się subtelnie i gustownie, chyba że jesteś Larisą. Z drugiej strony, jeśli jesteś Larisą, to i tak jesteś za stary, żeby chodzić do klubów. Zostań w domu, jeśli posiadasz coś takiego jak gust.
2. Zmień swoje imię i nazwisko. Imiona takie jak Suzi Cremecheese i Bubblicious brzmią o wiele ładniej niż Susan Schwarzenberg i Jose Ortez. Poza tym pomyśl, jak dobrze coś w stylu „Lividia Extravaganza” będzie wyglądało zapisane pogrubionym tekstem.
3. Musisz mieć jakiś trik: czy to wielkiego fiuta, róg na czubku głowy, uroczy sposób, w jaki malujesz niebieskie kropki na twarzy – coś, co sprawi, że będziesz od razu rozpoznawalny.
4. Umieść swoje imię i nazwisko na wejściówce do Celebrity Club^[357].
5. Zapamiętaj numer telefonu każdego właściciela klubu, portiera i promotora i nie bój się do nich dzwonić.
6. Prześpij się z dowolną dwójką z tych osób: Rudolfem, Frankiem Roccio, Michaeliem Aligiem i Keokim (osobno lub razem), Julie Jewels, Keithem lub mną – Jamesem St. Jamesem.
7. Talony na drinki znów są w modzie. Dowiedz się, kto je ma i zdobądź co najmniej cztery. Darmowe drinki od Robbiego się skończyły.
8. Spotkaj się na osobności ze Stephanem Lupino na jego poddaszu. Musisz być nago.
9. Miej garderobę zaprojektowaną specjalnie dla ciebie przez dowolnego modnego, młodego projektanta – Alfredo Vilorie, Kathy McKinnon lub Michaela Schoelera.
10. Na litość boską – przefarbuj włosy! To, że masz różowe lub fioletowe włosy nie oznacza, że będziesz już brany za Miriam Bendahan. Farbowanie znowu jest modne! Zaufaj mi – nikomu z mysim brązem nie się nie uda.

Jeśli kiedykolwiek będziesz mieć wątpliwości, spójrz na Dianne Brill i studiuj ją uważnie. Widziałeś ją kiedyś niewystylizowaną? Nieuśmiechniętą? Słyszałeś kiedyś, żeby na kogoś podniosła głos? Jest boginią i jeśli pójdziesz za jej przykładem i moją radą, może w przyszłym roku będziesz mógł wziąć udział w zmianie warty club kids³⁵⁸.

Jak pokazuje powyższy tekst, transformacja nigdy nie była procesem bezbolesnym i wymagała w fantazji club kids wszelkiego rodzaju poświęcenia, w tym sprzedania własnej

³⁵⁶ M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 196.

³⁵⁷ Cykl zabaw club kids.

³⁵⁸ Project X, nr 8.pdf, s. 9.

seksualności osobom w pozycji władzy. Wskazuje to, że ta przemiana nosiła w sobie również znamiona motywu przemocowego. Równocześnie nie mogła pozostawać skończona, musiała odbywać się ciągle, tak aby nie znudzić innych odbiorców. Jej silny związek ze stylem pierwszy raz został wyartykułowany w rubryce Mykula Tronna *Fashion, Fashion, Fashion*:

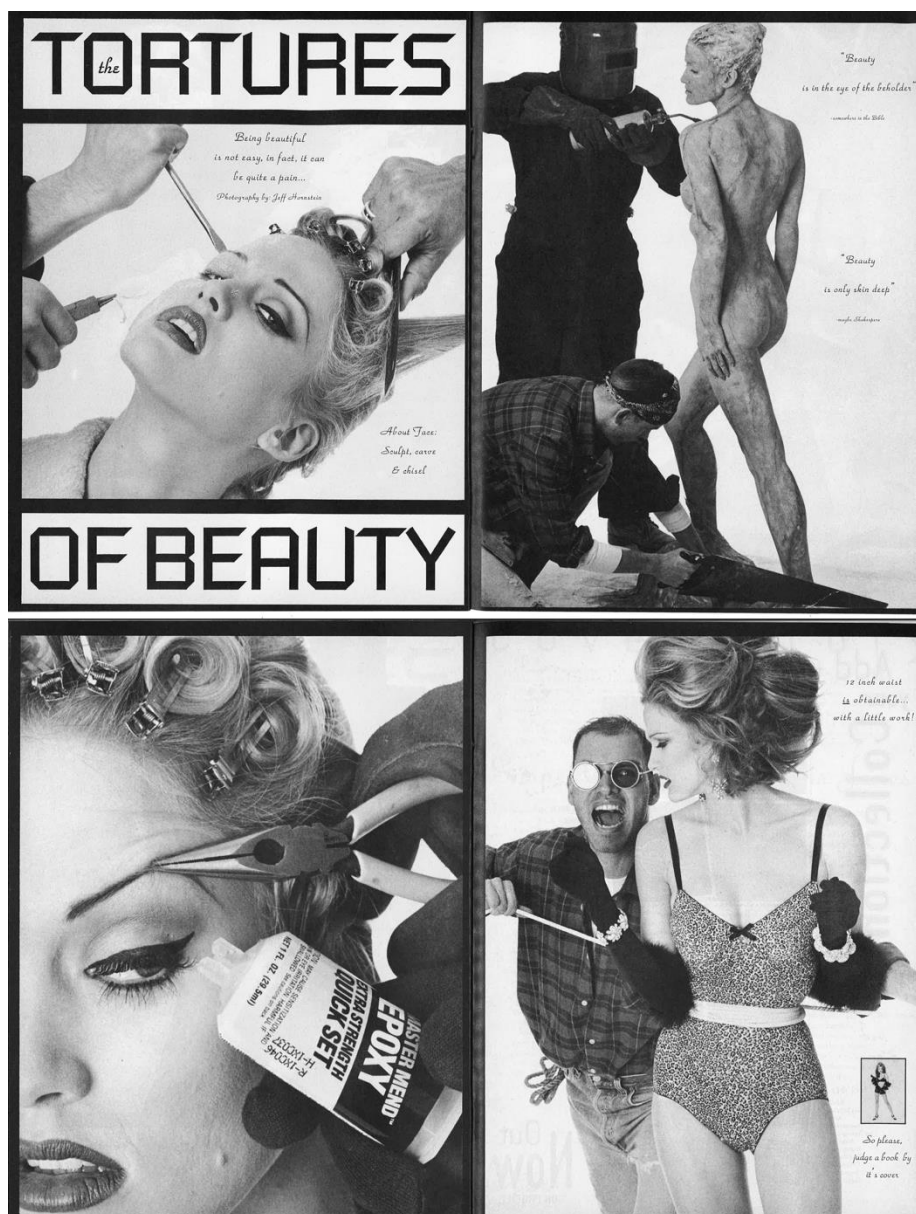
Magazyny modowe dyktują nam w każdym sezonie, co jest „na topie”, a co nie jest – kolor na porę roku, jak nosić ubrania, z dodatkami i fryzurami. Ale kiedy te trendy zostaną ustalone na dany sezon, drastycznie zmieniają się w następnym – więc my, pozbawieni nadziei modnisie jesteście zdezorientowani! Redakcje modowe pewnie spotykają się każdego sezonu i ustalają, czym naprawdę będą nas torturować – te dziewczyny są gorsze niż naziści: napiszą, że krótkie przyлизane farbowane włosy są modne zimą. Więc biegniemy wszyscy do najbliższego salonu i obcinamy włosy na krótko, potem je rozjaśniamy, farbujemy, a może nawet przyciemniamy. W końcu wychodzimy i czujemy się tacy modni, idąc najpewniejszym krokiem z zadartym nosem, i nagle trafiamy na kiosk, a tam okładka Vogue’a krzyczy „KONIEC Z KRÓCIZNĄ!!! Długie, naturalne włosy to *look* na wiosnę”. Jeśli masz krótkie włosy – cóż, odpadasz, skarbie!³⁵⁹

Tekst zapewnia, iż club kids nie powinni podążać za trendami, gdyż to oni je ustalają. W numerze 16 zaatakowano nawet francuskiego projektanta mody Jeana Paula Gaultiera, który rzekomo podczas zabaw w nowojorskich klubach obserwował estetykę club kids i ukradł ją na potrzeby własnych kolekcji, zawłaszczając też wykorzystanie postaci bliźniąt w reklamach jako chwytu przyciągającego uwagę mediów³⁶⁰. Jednocześnie podążanie za trendami (np. znakowanie marek ubrań) i glamoryzacja cierpienia związanego z transformacją pojawiają się na łamach „Project X” jako naturalna konsekwencja bycia *celebrity*, która musi zostać zaakceptowana, co ukazuje paradoks w samoświadomości grupy. Najlepszym przykładem jest fotostory *The Tortures of Beauty* (pol. *Tortury piękna*), w którym modelka poddawana jest szeregowi groteskowych zabiegów, takich jak podklejanie czynnikiem wiążącym brwi, zrywanie obcęgami starego naskórka, wiązanie liną w celu osiągnięcia 12-calowej talii czy rzeźbienie z pomocą piły i palnika. Tekst rozpoczyna się słowami „Bycie pięknym nie jest proste, w gruncie rzeczy może być całkiem bolesne”, następnie przeprowadzając czytających przez męki modelki, autor dodaje na końcu: „więc proszę, oceniajcie książkę po okładce”, wskazując na poświęcenie, jakie wymagane jest od „pięknych” ludzi.

³⁵⁹ Project X, nr 11.pdf, s. 13.

³⁶⁰ Project X, nr 16.pdf, s. 57.

Fot. 18. Fotostory The Tortures of Beauty.



Źródło: Project X, nr 24.pdf, s. 28–29.

Przynajmniej częściowo typem fantastycznym odpowiadającym motywowi transformacji jest drag queen – niezależnie, czy mówimy o hiperbolizowanym dragu kobiecym (tzw. *faux queens*), czy o czynności performowania stereotypowo kobiecego wizerunku przez osoby nimi niebędące. Potwierdza to inne fotostory – *Club Categories* (pol. *Kategorie klubowe*), w którym club kids i drag queens zestawieni są obok siebie jako jedna grupa uczestniczących w zabawach³⁶¹. W kontekście lektury magazynu wydaje się, że drag

³⁶¹ Project X, nr 17.pdf, s. 27.

kobiecy był preferowany przez club kids, gdyż był bardziej okazały. W pierwszych numerach, Olympia – drag queen uczestnicząca w zabawach club kids – opisuje sekrety owej sztuki performatywnej (PX 1–3), pozycjonując drag, a w szczególności wykorzystywany w nim makijaż jako niosący ze sobą transformacyjną, prawie mistyczną moc:

Radość, przepych i magia make-upu! Czas i wysiłek to wszystko, czego potrzeba, by dokonać cudów. Posłuchajcie drag queen takiej, jak ja. Makijaż i kostiumy mogą przemienić pokrytego śluzem ślimaka w lśniącą boginię wdzięku. Nawet jeśli podoba ci się twój wygląd, makijaż może go poprawić. Możesz zawsze też zmienić wizerunek – powiedzmy ze słodkiej blondynki jak Vanna White lub kapryśnej lisy jak Joan Collins przy pewnym pociągnięciu pędzla możesz wyglądać jak Sylvia Miles. Z maciory możesz przemienić się w boginię na przestrzeni jednego wieczoru. [...] Makijaż może działać tyle co operacja plastyczna, która jest i tak tylko stałą formą makijażu. Makijaż to podstawa i każda osoba może nauczyć się, jak go wykorzystać dla siebie. Mamy 1989 rok; nie ma potrzeby, by pozostawać brzydkim; chyba że wybierasz bycie paszczurem³⁶².

Jednym z niewątpliwych przykładów transformacji zakończonej pełnym sukcesem była transseksualna diva club kids – Amanda Lepore, której prawdziwa historia walki o nowe życie w Nowym Jorku została wysoce glamoryzowana w artykule *A Starlett's Five Years of Hell!* (pol. *Pięć lat gwiazdki w piekle*):

Była zakładniczką w swoim własnym domu... Zmuszana do ubierania się w skąpą bieliznę i do pracy; pracy, pracy, aż odpadną jej ręce. Ssała, dymała, gotowała, sprzątała i to była jej codzienna rutyna. Odcięta od przyjaciół, którzy mogli jej pomóc, odcięta od jakichkolwiek środków finansowych, zaczęła powoli kraść pieniądze z kieszeni męża, chomikując je w ukrytym słoju. Kiedy jej mąż bił ją i poniżał, mówiąc, że jest jego własnością, więc może z nią zrobić, co mu się podoba, ona planowała ucieczkę. Pewnej nocy zrobiła to. Wyskoczyła z okna sypialni i pobięła tak szybko, jak tylko mogła. Zatrzymała się u mężczyzny, którego poznała u lekarza, jednak i on zaczął ją bić. Znowu uciekła, szukając ratunku u sąsiada. Niestety, jak biedną postać z kreskówki, zmusił ją do tańca na rurze w lokalnym barze. Poproszona, by skomentować powód, dla którego wchodziła w jeden tragiczny romans za drugim, odpowiada zwyczajnie: „Jestem fantazją każdego mężczyzny... Idealną kobietą”. Przybyła do wielkiego miasta uzbrojona jedynie w kilka dolarów, parę czerwonych szpilek „do różnięcia” i kilka nasutników, aby rozpocząć swoje nowe życie jako bogini³⁶³.

W jednym z tekstów rubryki *Mongers About Town* czytamy również, że podczas przygotowań do swojej włoskiej wycieczki, A. Lepore znalazła swój stary paszport, z którego spoglądała na nią nieznajoma twarz. Czyja? „Amanda Le-ZIOM, nigdy nie zdradza intymnych szczegółów”³⁶⁴. Tekst stanowi więc skandalizujące nawiązanie do przeszłości kobiety. Oczywiście negatywną stroną fetyszyzacji dragu jako narzędzia transformacji, było łączenie dragu, transpłciowości i niebinarności jako jednego zjawiska, co zostaje w „Project X” wskazane zarówno wizualnie, jak i werbalnie i może być świadectwem braku wystarczającego zrozumienia różnic pomiędzy tymi zjawiskami. Dla przykładu foto story *Drag, Drag, Drag* ukazuje drag queens jako kobiety sukcesu pozujące

³⁶² Project X, nr 6.pdf, s. 6.

³⁶³ Project X, nr 16.pdf, s 18.

³⁶⁴ Project X, nr 21.pdf, s 41.

na okładkach popularnych amerykańskich czasopism lifestylowych (Fot.19.) – ta płaszczyzna wizualna powinna być więc rozpatrywana jako próba celebracji, a nie poniżenia. Z obecnego punktu widzenia należy jednak zauważyć, że tylko jedna osoba w tekście faktycznie wystąpiła jako drag queen – był nią club kid Billy Beyond. Pozostałe postaci – Amanda Lepore, Sophia Lamar i Codie Ravioli są transpłciowymi kobietami.

Fot. 19. *Drag, Drag, Drag* (fragment)



Źródło: Project X nr 26.pdf, s. 38–39.

Żadnej z postaci na łamach „Project X” nie zostaje poświęcone tyle miejsca, ile Richiemu Richowi (właśc. Richardowi Eichhornowi), który został „odkryty” w San Francisco podczas poszukiwań nowych club kids mających znaleźć zatrudnienie

w czwartym klubie P. Gatiena – klubie USA³⁶⁵. Sylwetka club kid po raz pierwszy w szerszej formie została zaprezentowana w PX 18:

To nie postać z kreskówki, ale wyjęta z prawdziwego życia – czarująca i gnająca po San Francisco; prowadząca imprezy i występująca w klubach w całym mieście, obecnie pracująca również nad taśmą demo ze swoim zespołem Richie Rich and the Tambourines. Te piosenki to dynamit, melodie go-go dla naszego wewnętrznego dziecka. Nieprzerwana wiązka energii wirująca w światłach dyskoteki lub tańcząca na ulicach, łatwo rozpoznawalna dzięki charakterystycznej androgynii, w jakiś sposób doskonale akceptowana przez najbardziej charyzmatycznych mężczyzn i kobiety. Richie Rich! Nie chce rządzić światem, po prostu zdefiniować go na nowo...³⁶⁶

Zachwycony nowym club kid M. Alig przedstawia go na łamach „Club Rub” następująco:

Do natychmiastowej publikacji... Niezwykle fantastyczny, biedny, malutki, bogaty chłopiec – Richie Rich z San Francisco przenosi swoją działalność do Nowego Jorku! Co za strata dla S.F., bo ten dzieciak to prawdziwy klejnot! Co za naturalny talent! Kamera obserwuje go 24 godziny na dobę, bez przerwy; naprawdę! Pan Rich, ze swoim nieskazitelnym naginającym granice płciowości, kreskówkowym aktem szturmem podbija Nowy Jork – tylko poczekajcie, a zobaczycie! Nigdy go nie zaskoczysz, myślę, że nawet płacze prawdziwym brokatem, jeśli w ogóle kiedykolwiek płacze. Uzbrojony w garść fałszywych pieniędzy, jak największą liczbę lusterek i oczekujący jaskrawymi klejnotami JEST NIE DO POWSTRZYMANIA! Absolutnie kupi cię swoją dobrocią, schlebi ci niekończącymi się bystrymi komentarzami, które mogą konkurować z najbardziej wypracowaną osobowością telewizyjną. Coś w rodzaju skrzyżowania Pee Wee Hermana, Phylis Diller, Richiego Richa (tego z kreskówki) i Jamesa St. Jamesa, ale o nim później...³⁶⁷

R. Rich swoim wyglądem i zachowaniem łączył wiele wartości ważnych dla club kids. Po pierwsze, sam wystylizował się na supergwiazdę – opartą na popkulturowej postaci bogatego chłopca z kreskówki. Jego styl był zarówno androginiczny, karykaturalny, jak i pełen przepychu. R. Rich posiadał również naturalną charyzmę i zdolność pozyskiwania grupy. Od początku zwraca się uwagę również na jego zdolności biznesowe – w tym okresie w związku z muzyką, która miała stać się dominującym tematem „Project X”. Moment przyjazdu R. Richa do Nowego Jorku zostaje również odtworzony na potrzeby numeru 26, w fotostory *A Star Is Born* (pol. *Narodziny gwiazdy*) (Fot.20.).

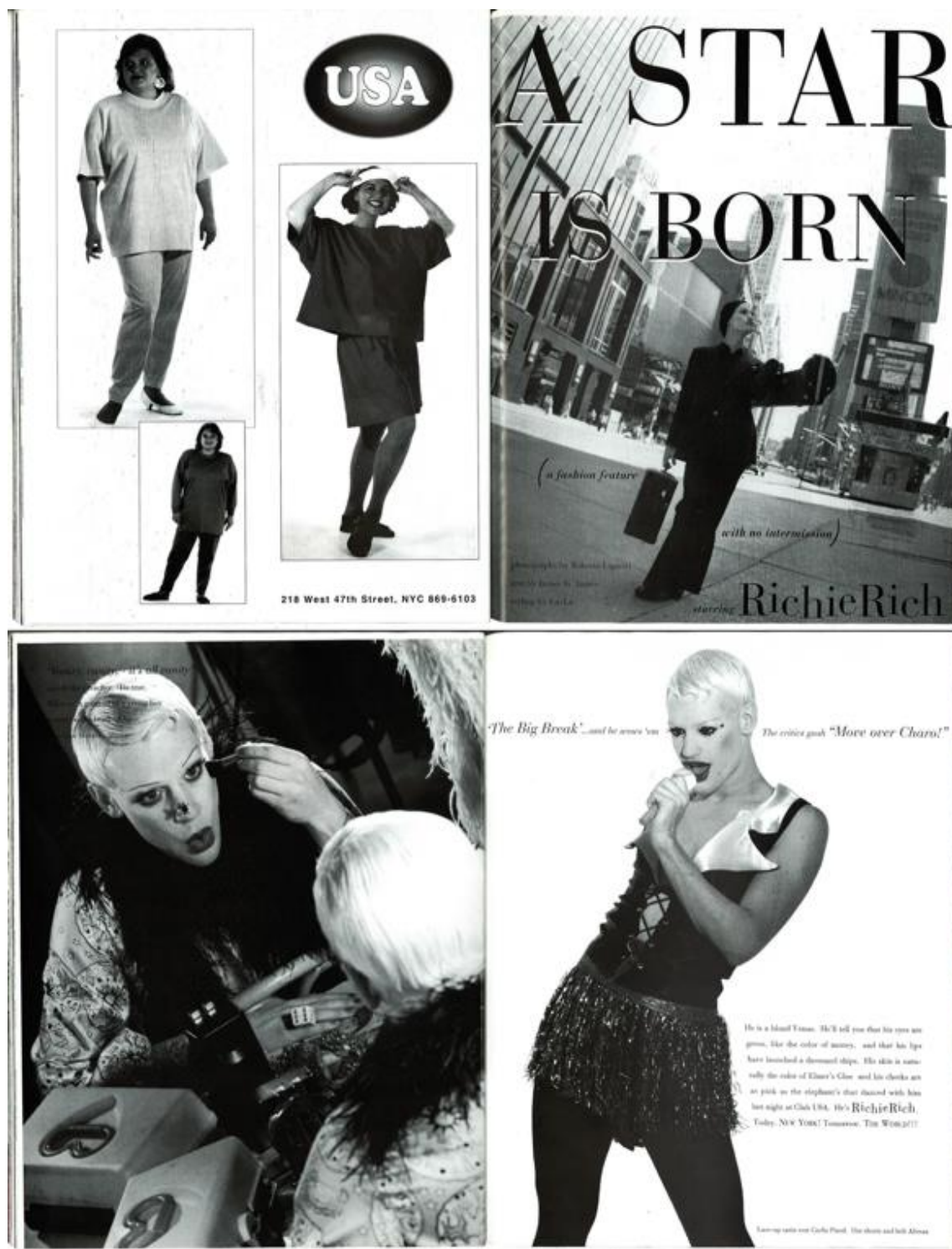
Na płaszczyźnie wizualnej stanowiącej treść przekazu dramatycznie upozowany R. Rich stoi na środku Times Square z walizką w ręce i unosi dłoń w geście triumfalnego powitania miasta. Ujęcie zniekształcone przez przechylenie kadru rozmywa tło, imitując wrażenie zawrotu głowy, który może towarzyszyć wkroczeniu do jednej z kulturowych stolic świata. Jednocześnie postać pozostaje niewzruszona zamętem – perspektywa dolna sugeruje, że dominuje nad czytelnikiem swoją wspaniałością i pewnością siebie.

³⁶⁵ Project X, nr 22.pdf, s. 11.

³⁶⁶ Project X, nr 18.pdf, s. 29.

³⁶⁷ Project X, nr 23.pdf, s. 10.

Fot. 20. Narodziny gwiazdy z udziałem Richiego Richa

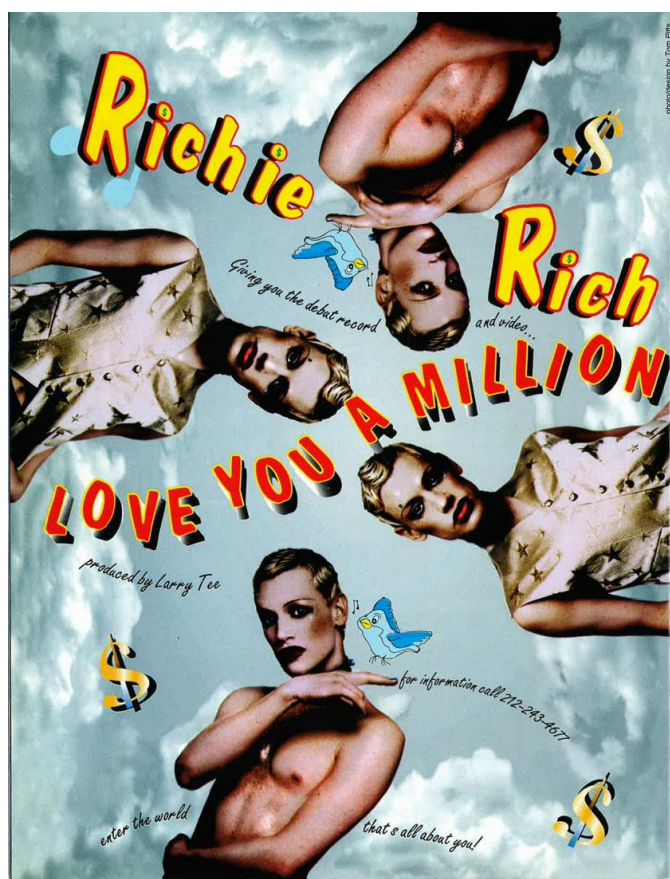


Źródło: Project X, nr 26.pdf, s. 34–35.

Kolejna fotografia przedstawia R. Richa przygotowującego się do występu za kulisami. W tym intymnym momencie obserwator widzi odbijającego się w lustrze club kid

„Wielki przełom”... i to im przysięga. Krytycy zachłystują się: „Z drogi Charo!”. To on jest blond Venus. Powie wam, że jego oczy są zielone, jak kolor dolara, a jego uda rozpięły tysiące wojen. Jego skóra ma naturalnie kolor białego kleju Elmera, a jego policzki są tak różowe, jak słoń, który tańczył z nim wczoraj w klubie USA. To RICHIE RICH! Dzisiaj – Nowy Jork! Jutro – ŚWIAT!!!!³⁶⁸

Fot. 21. Reklama minialbumu Richiego Richa *Love You a Million*



³⁶⁸ Project X, nr 26.pdf, s. 35.

W reklamie albumu dwa wizerunki R. Richa (w kamizelce i spodniach oraz nago) zostają dwukrotnie powielone i rozłożone w układzie przypominającym cztery strony świata. R. Rich jest zatem wszędzie. Jest to również odpowiednik czterech utworów znajdujących się na płycie winylowej³⁶⁹. Wzrok club kid skierowany jest bezpośrednio na odbiorcę w celu nawiązania kontaktu, ale biorąc pod uwagę niebiańskie tło, znajdujemy się tak naprawdę w pozycji leżącej pod club kid, co dodaje przekazowi wymiaru erotycznego. Przy nagich wizerunkach zasłania ręką swój tors, a na jego dłoń sfruwa kreskówkowy ptak, co dodatkowo podkreśla jego niewinność, jak i talent muzyczny, gdyż nuta pojawiająca się obok ptaka symbolizuje melodyjny dźwięk. Pomniejsze opisy głoszą: „Oddaję ci mój debiutancki album i wideoklip...”, oraz „Wejść do świata, w którym chodzi tylko o ciebie!”, co zdradza pewnego rodzaju nieszczerłość intencji, gdyż z przekazu jasno wynika, że w świecie R. Richa chodzi tylko o niego i pieniądze, co symbolizują powtórzone znaki dolara, w tym znajdujące się w każdej kropce litery „i” w słowie R. Rich. Jest to zatem wyjątkowo subwersywny w swojej naturze przekaz.

3.9.2. Motyw sukcesu i jego dwa oblicza

Logiczne wydawałoby się, że podążając śladem sagi celebryckiej, po zakończonej sukcesem transformacji i narodzinach gwiazdy, kolejnym etapem jest faza uznania oraz dalszego utrwalania wizerunku postaci celebryckiej przy pomocy kolejnych osiągnięć. Teksty *Celebrity Sheet*, pisane przez Johna Simone’a – autora zdjęć zamieszczanych w początkowym okresie rozwoju „Project X”, pozycjonują jednak ideę wartości bycia celebrytą na dwóch przeciwległych spektrach – kreacji i destrukcji:

Pogodziłem się z okropną prawdą, że jestem uzależniony od celebrytów. Wstydę się. Po prostu nie mogę kontrolować mojego proletariackiego pragnienia poszukiwania i idealizowania tych wielkich zdobywców w naszym społeczeństwie. Kiedy idę na imprezę klubową, nieuchronnie pytam przy wejściu, czy przypadkiem „na scenie” nie ma jakiejś gwiazdy. Zawsze poszukuję, ale nawet ja mam na tyle samokontroli i dyskrekcji, aby nie ekscytować się typowymi „nowojorskimi gwiazdami” – znanymi również jako gwiazdy oper mydlanych lub artyści. Rozglądam się za gwiazdą z pewnym chwytem. Może to być ktoś, kto wkrótce będzie bardzo sławny lub ktoś, kto kiedyś był bardzo sławny. Kocham upadłe gwiazdy. Kogoś z mroczną przeszłością lub pewną charyzmą, która uderza mnie do głębi³⁷⁰.

Poszukiwanym typem fantastycznym jest więc rodząca się lub upadająca gwiazda, gdzie szczególnym rodzajem sukcesu, jaki wymienia autor w innym tekście jest degeneracja w świetle jupiterów. W normatywnym rozumieniu upadek gwiazdy nie jest zjawiskiem

³⁶⁹ *Richie Rich – Love You A Million*, <https://www.discogs.com/release/481045-Richie-Rich-Love-You-A-Million> [dostęp: 25.12.2023].

³⁷⁰ *Project X*, nr 5.pdf, s. 8.

pożądanym i łączy się często z ryzykiem społecznego ostracyzmu – tzw. śmiercią publiczną. Przemoc zewnątrzśrodowiskowa, której ofiarami stają się sławne postaci poddawane ocenie przez wojerystyczne tendencje społecznego kultu *celebrity* za pomocą mediów, sprawiają, że skandal staje się pożądany i buduje w długofalowej perspektywie poczucie współczucia wobec wcześniej demonizowanej ofiary. Tragedia jest nieuchronną konsekwencją celebryckiego stylu życia, ale zapewnia również trwałe miejsce w pamięci społeczeństwa masowego dekady po upadku, co odniesione jest do historii amerykańskiej aktorki filmowej – Marilyn Monroe:

Sława, fortuna i rzeki diamentów spływające po kobiecym dekolcie to historia wielu gwiazd Hollywood. [...] Żaden agent przy zdrowych zmysłach nie powie swojej słodkiej, małej, tworzącej się gwiazdeczce, że po podpisaniu kontraktu wartego milion dolarów przez okno wylatuje prywatność, przyzwoitość i prawo do życia swoim życiem na własną rękę. Za przykład weźmy historię Marilyn Monroe i wszystkie wspaniałe klisze jej życia... publicznego. Romanse, małżeństwa i upokorzenia na sofach castingowych³⁷¹ – wszystko to doprowadziło tę małą dziewczynkę na drogę... narkotyków... potępienia... i zniszczenia. Z takim ferworem bronimy biednej Marilyn, bo w kwiecie wieku połknęła wielkie barbiturany. Gdyby nadal tu była, miałaby tyle szacunku (i prawdopodobnie wyglądałaby tak samo) jak Shelley Winters – jej dawna współlokatorka³⁷².

Przyjmując perspektywę prezentowaną przez J. Simone’a, pojęcia kreacji i destrukcji stają się w „Project X” równoznaczne. Dodatkowo, przytaczany wcześniej przykład szkalowania J.St. Jamesa i ogólnie motyw przemocy wewnątrzśrodowiskowej mogą być również rozpatrywane jako próba budowania legendy club kid, głównie przez niesławę. Przyjęcie takiej postawy nawiązuje do najstarszego znanego modelu *public relations*, głoszącego, że „nieważne jak mówią, ważne, żeby mówili” lub „nie istnieje coś takiego jak złe publicity” – co było mottem propagowanym przez słynnego właściciela gabinetów osobliwości – Phineasa Taylora Barnuma³⁷³.

Poruszając się w obrębie dwóch skrajności, idea celebryckości club kids sprowadza się do skutecznego zwracania na siebie uwagi za wszelką cenę i chwytów, które mogą zapewnić miejsce w świadomości obserwujących. Przykładem tego typu tekstu jest *How to Expose and Accessorise!* (pol. *Jak pokazywać i przystrajać!*), który na pierwszy rzut oka jest tekstem modowym o zabarwieniu politycznym (Fot. 22.). Linia narracyjna tekstu wskazuje, że w dawnych czasach ludzie musieli zasłaniać dolne części ciała w obawie przed ich okaleczeniem podczas ucieczki przed różnego typu zagrożeniami. Dzisiaj jednak jedynymi niebezpieczeństwami jest skażone powietrze i nadmierna ilość otaczających dźwięków, czas

³⁷¹ Ang. *casting couch* odwołuje się tutaj do niesławnej praktyki w Hollywood, gdzie kanapy znajdowały się w pokojach producentów i reżyserów, którzy w zamian za rolę zmuszali głównie młode aktorki do seksu z nimi.

³⁷² Project X, nr 6.pdf, s. 10.

³⁷³ P.T. Barnum [hasło], <https://www.britannica.com/biography/P-T-Barnum> [dostęp 23.12.2023].

więc zasłonić górne części podatne na zagrożenia (głowy), a odsłonić te dolne, które do tej pory kulturowo uważane były za nieprzyzwoite. Prowokacja z polityczną podbudową staje się dla M. Aliga i E. Glama w głównej mierze okazją do pokazania czytelnikom swoich penisów przyozdobionych kokardkami i naklejanymi oczami.

Fot. 22. How to Expose and Accessorise!



Źródło: Project X nr 13.pdf, s. 33.

How to Expose and Accessorise! jest również przykładem jednego z trzech koncentrów tematycznych, w jakich funkcjonują skandale na łamach „Project X”. Jego przypisanie należałoby zdefiniować tutaj jako „niestosowne zachowanie”, które łączy się najczęściej z historiami organizacji nielegalnych imprez, kłótni (czasem z zastosowaniem przemocy fizycznej), sprośnością i zachowaniami antyspołecznymi, jak np. urynacja na uczestników zabawy (opisane w dalszej części rozdziału). Pozostałymi rozróżnieniami mogłyby być tutaj romans i romantyczna zdrada oraz uzależnienie od narkotyków.

Romans i romantyczna zdrada jako temat samodzielnych tekstów funkcjonują przede wszystkim w „Project X” 14, gdzie ocenie poddane jest nowe, skandalizujące zjawisko tzw. *outingu*, który jest formą upublicznienia przynależności osoby do spektrum LGBT+, nawet jeśli ta nie chce lub nie jest gotowa na taki *coming out*. Tego typu praktyka była bardzo

często stosowana przez grupy aktywistyczne w czasie pandemii AIDS po to, aby zarówno zachęcić osoby ukrywające się do publicznej walki o prawa queerujących społeczności, jak i pokazać, że spektrum nienormatywne jest znacznie bliżej, niż mogłoby się wydawać przeciętnej osobie. Aktywista ACT UP i club kid – Chip Duckett, oceniając *outing* w kontekście publikacji list homoseksualnych osób w magazynie „Outweek”, pisze:

Czy to właściwe? A co z prywatnością? Co z wolnością do mówienia prawdy? Czy magazyn „Outweek” źle zrobił, publikując informację, że Malcolm [Forbes – M.K.] był gejem? Przecież nim był. Dlaczego jest to w jakiś sposób niewłaściwe, skoro najwyraźniej przeciwnicy outingu uważają, że jest w porządku, jeśli siedząca w szafie Liz Smith łączy go romantycznie z Liz Taylor?

Oto kilka faktów do rozważenia. Około 30% samobójstw wśród nastoletnich osób ma związek z byciem homoseksualnymi. Wiele z tych dzieci, ma trudność w utożsamianiu się z Boy Georgem – być może jedyną otwarcie homoseksualną osobą, o której słyszeli. Nawet gdyby John Travolta nie chciał wyjawiać, że jest gejem, ta wiadomość mogłaby zmienić cały światopogląd jakiegoś piętnastoletniego geja z Peorii – miejsca, gdzie (w przeciwieństwie do naszego miasta) nie organizują parad równości, a przedstawiciele Hetrick-Martin³⁷⁴ nie przychodzą codziennie do szkół.

Poza tym, czy nie jest trochę homofobiczne mówienie, że źle jest ujawniać, że ktoś jest homoseksualny? Dlaczego twierdzenie, że Chastity jest lesbijką jest naruszeniem prywatności, skoro można powiedzieć, że Paula Abdul jest hetero? Nie mówię, że powinno się opisywać, co Chastity i Heidi robią razem w łóżku... TO jest naruszenie prywatności. Za to uważam, że dobrze jest być homoseksualnym... Tak samo dobrze, jak być hetero... Dlatego doprawdy nie ma nic złego w stwierdzaniu tego faktu³⁷⁵.

Ten fragment pokazuje jednak problematyczność tego typu działań. Tekst nawiązuje otwarcie do relacji romantycznej syna piosenkarki Cher – Chaza Bono. Mężczyzna, który nie był gotowy na ujawnienie swojej faktycznej tożsamości płciowej, został opisany jako lesbijka i nazwany niewłaściwym imieniem (tzw. *deadnaming*). Być może z tego powodu M. Musto dokonuje *outingu* outującego – redaktora naczelnego „Outweek” Michaelangelo Signorile, opisując jego historię jako heteroseksualnego mężczyzny ukrywającego się pod pozorami homoseksualności:

Dlaczego Signorile musi ukrywać się za fanatycznym przebraniem homoseksualizmu? Dlaczego nie może po prostu przyznać, że jest hetero?? Czy bycie hetero nie jest modne? Czy to nie jest COOL? Wszyscy wiemy, o co mu naprawdę chodzi... AKCEPTACJA! Kto zaakceptowałby tego oślizgłego, sepleniącego mężczyznę z wiotkimi przegubami, gdyby był hetero??!³⁷⁶

Podobne stanowisko wyraża płaszczyzna wizualna *The Love Connection* (pol. *Miłosne powiązania*), która prezentuje szereg zależności, jakimi połączeni są club kids na nowojorskiej scenie i związane z nimi postaci celebryckie (Fot. 23.). Tekst ujawnia, że spektrum orientacji seksualnej pozostaje płynne, a etykietowanie jest procesem niemożliwym do rozpatrzenia w takim kontekście. Dodatkowo płaszczyzna eksponuje

³⁷⁴ Instytut Hetrick-Martin to organizacja non-profit z siedzibą w Nowym Jorku, której celem jest pomoc osobom LGBT+ w wieku 13–24 lat oraz zapewnianie wsparcia ich rodzinom.

³⁷⁵ Project X, nr 14.pdf, s. 22.

³⁷⁶ Tamże, s. 34.

Źródło bliskie pani Taylor powiedziało „Project X” w ekskluzywnym wywiadzie: „...Wszyscy nazywali ją Lez Taylor, jeśli wiesz, co mam na myśli... Miała na oku wiele dziewczyn pływających w basenie...”. Zawsze świadoma obecności prasy, Lesba Liz za każdym razem upewniała się, żeby widziano ją z właściwymi „mężczyznami”... którymi czasami były tak naprawdę kobiety w męskim dragu! „Nie lubię za bardzo męskich przebrań” – przyznaje bardzo kobieca YoYo, „...Ale to podnieca Liz”³⁷⁷.

W tym samym tonie utrzymany jest artykuł dotyczący gorącej plotki, jakoby Lahoma van Zandt miała uprawiać seks z Saddamem Husajnem w celu zapewnienia pokoju na świecie, zamieszczony w artykule *I Went to Bed with Saddam* (pol. *Poszłam do łóżka z Saddamem*):

Bogini z południa – Lahoma van Zandt przedostała się do Bagdadu i po cichu przespała się z walniętym Irakijczykiem – Saddamem Husseinem w godnej Nobla próbie przywrócenia pokoju w Zatoce Perskiej. Jednakże spotkanie zmieniło się w żart, kiedy namiętność wyparowała. „On ma koszarne wąsy” – powiedziała rozczarowana gwiazda. Saddam z drugiej strony też nie był zachwycony. „Bawiłem się lepiej podczas zeszłorocznego finału konkursu oliwienia wielbłądów” – powiedział Saddam z pomocą swojego tłumacza Aya Shotda-Sharif³⁷⁸. Lahoma nie postrzega jednak wycieczki w celach pokojowych jako zupełnej straty czasu. „Całkiem nieźle się opaliłam” – przyznaje³⁷⁹.

Najtrudniejszym do uchwycenia problemem w kontekście skandalu jest uzależnienie od narkotyków, które w „Project X” ukazywane jest jako wstydlive, chociaż z drugiej strony bywa laudowane jako naturalna część sceny. Ten dualizm wyjaśnia w jednym ze swoich tekstów R. Piper, otaczając go ilustracjami artysty Winsora McCaya prezentującymi uzależnionych, wydostających się z piekielnych czeluści lub czaszkę z mackami ośmiornicy na niebie, chwytającą uzależnionych w uścisk:

Zagłębiając się w jakieś stare gazety (tak, jestem typem faceta, który to robi), a mam na myśli naprawdę stare gazety – dokładnie z 1923 roku (tak, ostatnio zaniedbuję lekturę obowiązkową), znalazłem te komiksy słynnego rysownika Winsora McCaya. Chcę tylko pokazać, że paranoja narkotykowa jest czymś, co od zawsze tkwiło w amerykańskiej podświadomości. Mam przez to na myśli – jaki mógł być problem z narkotykami w tamtych czasach? Czy ktoś wiedział coś o ludziach działających pod ich wpływem? Łatwo byłoby się tego dowiedzieć, bo w tamtych czasach ludzie nie mieli powodu ukrywać swoich nałogów – narkotyki stały się nielegalne znacznie później. Szybkie badanie nie wykazało dowodów na ich powszechne stosowanie. Dlaczego więc gazety drukowały te karykatury? Oczywiście dlatego, że temat jest soczysty i dobrze się sprzedaje. Z tego samego powodu prasa jest obecnie zasypywana artykułami na ten temat (oczywiście włączając w to tę wzmiankę w „Project X”). A przecież aktualne statystyki pokazują, że w całym kraju uzależnionych jest zaledwie kilkaset tysięcy osób. Dajcie spokój, całe to zamieszanie o taką garstkę ludzi? Czy już czas mówić o spisku pomiędzy prasą konserwatywną a prawicowym rządem mającym na celu ograniczenie naszej wolności osobistej? Co się tutaj wyrabia?³⁸⁰

Utrzymywanie przekonania, że obsesja na punkcie destrukcyjnego wpływu narkotyków jest tylko wymysłem konserwatystów, może być odczytywana jako

³⁷⁷ Project X, nr 14.pdf, s. 15.

³⁷⁸ Żart językowy – jeżeli wymówimy to imię bardzo szybko, usłyszymy „I shot the sheriff” – ‘zastrzeliłem szeryfa’.

³⁷⁹ <http://www.projectxarchive.com/issue16.pdf>, s. 27 [dostęp: 14.05.2017; tłum. M.K.].

³⁸⁰ Project X, nr 13.pdf, s. 16.

podtrzymywanie zachowań patologicznych wśród club kids. Szereg tekstów „Project X” normalizuje również tego typu uzależnienie, donosząc o uzależnionych od narkotyków gwiazdach – ponownie aktorce Elizabeth Taylor, teleewangelistce Tammy Faye Bakker czy modelce Lindzie Evangelście. Do numeru 31 na łamach periodyku znaleźć można pełnowymiarowe reklamy narkotyków i leków stosowanych jako narkotyki, tworzone przez redakcję, prawdopodobnie w celu wywołania dodatkowych kontrowersji (Tab. 10.).

Tab. 10. Przykłady reklam substancji odurzających w „Project X”



Źródło: opracowanie własne.

„Project X” publikował również teksty celebrujące normatywnie rozumiane sukcesy członków sceny. Te linie narracyjne łączą się zazwyczaj z opuszczeniem środowiska club kids na rzecz kariery w szeroko rozumianej branży rozrywkowej, co pokazuje, że łączenie uczestnictwa w zabawach klubowych i profesjonalnej kariery pozostawało jedynie sferą fantazji. Pierwszą osobą, która odniosła sukces była aktorka Jenny Lumet, o której czytamy w PX 10. Ojcem byłej uczestniczki club kids był aktor Sydney Lumet, z kolei jej babką amerykańska aktorka i piosenkarka – Lena Horne. W konfesyjnym wywiadzie dla J.St. Jamesa, J. Lumet zapewnia, że skandal związany z otrzymaniem głównej roli w filmie reżyserowanym przez jej ojca nie jest zasługą nepotyzmu, ale ludzie z pewnością tego nie rozumieją. Na pytanie, kiedy aktorka powróci do uczestnictwa w zabawach, odpowiada, że nadal wychodzi, ale wyłącznie, żeby potańczyć z przyjaciółmi, gdyż ona i jej siostra (którą J.St. James określa „oryginalnym club kid z piekła rodem”) zmieniły tryb życia na dzienny. Po tym komentarzu wywiad zostaje zakończony³⁸¹. W numerze 18 dowiadujemy się z kolei

³⁸¹ Project X, nr 10.pdf, s. 22.

o innym sukcesie aktorskim – Toni Senecal migruje do Hollywood w celu rozwinięcia swojej kariery pod opieką wpływowego agenta filmowego³⁸². Z kolei jedna z dziennikarek muzycznych redakcji – Moneypenny żegna się z club kids w numerze 19 i wyjeżdża do Europy, aby rozwijać karierę muzyczną. Podobnie w wymiarze nieprofesjonalnym na scenie przestają pojawiać się takie osobistości, jak didżej Larry Tee czy drag queen RuPaul.

3.9.3. Motyw przemijania

Motyw przemijania związany jest ze wszystkimi club kids, gdyż czynnikiem sankcjonującym jego działanie jest naturalny upływ czasu, rozwój sceny i inkorporacja nowych trendów, co relacjonowane jest w każdej rubryce „Club Rub”, niekiedy ze szczególnym wskazaniem specyfiki Nowego Jorku – jednego z najbardziej dynamicznych miast na świecie, gdzie trendy zmieniały się z sezonu na sezon, kluby otwierały się i zamykały z miesiąca na miesiąc, a ludzie migrowali i znikali niespodziewanie. Pierwszym z najbardziej widocznych tego przykładów jest lista „In & Out” opublikowana w 9 numerze „Club Rub”. W ostatnim momencie przed powieleniem ktoś z redakcji wykreślił imię Shukreet Gabel i dopisał odręcznie „Już nie jest w modzie. Jej 15 minut się skończyło!”³⁸³.

Motyw przemijania w początkowej fazie jego obecności w periodyku jest również związany ze zbliżającymi się do końca latami 80. XX i początkiem lat 90. W numerze 11 R. Piper podsumowuje kończącą się dekadę:

To nie były najlepsze czasy; ale najgorsze! Coś, co warto zapamiętać. Wymazać ze wszystkich przyszłych podręczników historii. Stalin robił coś takiego z ludźmi i faktami, które mu się nie podobały: po prostu nigdy więcej nie pojawiały się one w żadnym podręczniku, słowniku czy gazecie. Tak mogłoby być z całymi latami 80-tych! Co za neofaszystowsko-represyjno-upośledzone czasy! Po całej wolności lat 60. i całym postępie społecznym lat 70., ludzie w latach 80. po prostu nie mogli sobie z tym poradzić, wpadli w panikę i wrócili do szafy, licząc pieniądze.

Tak czy inaczej, kiedy nadchodzi nowa dekada, pojawia się nowa nadzieja; a nic nie może być bardziej nudne i wyjałowione niż teraz. Zatem prawdopodobnie lata 90. staną się reakcją na reakcję, liberalnym powstaniem przeciwko całemu archaicznemu, asekualnemu i pozbawionemu wyobraźni republikanizmowi, który atakuje nas od lat³⁸⁴.

Entuzjazmu R. Pipera dotyczącego kolejnej dekady nie popierał jednak M. Musto, który twierdził, że ma dość słuchania o niej, zanim jeszcze się zaczęła³⁸⁵. W swoim podsumowaniu lat 80. autor wypowiedział się pozytywnie na temat pracy zarówno R. Pipera (najlepszy klub – Danceteria), J. Jewels (najlepszy skandal – wyciąganie klubowiczów na Long Island) i J.St. Jamesa (najlepszy selekcjoner). W przypadku M. Aliga zdanie

³⁸² Project X, nr 18.pdf, s. 39.

³⁸³ Project X, nr 9.pdf, s. 6.

³⁸⁴ Project X, nr 11.pdf, s. 28.

³⁸⁵ Project X, nr 12.pdf, s. 27.

dziennikarza na temat club kid pozostało ambiwalentne – wprawdzie mianował go gwiazdą 1986 roku w klubie The World, ale również nazwał najgorszym promotorem imprez. Krytykę uzasadniało postępowanie M. Aliga, który dzwonił do ludzi, aby powiedzieć im, że ich kocha, po czym pytał, czy nie przyjdą na jego zabawę³⁸⁶ – to jedna z pierwszych negatywnych wzmianek o liderze club kids, któremu w analizie „Project X” zostaje nadany typ fantastyczny spadającej gwiazdy.

Sam M. Alig w numerze 14 zastanawiał się nad tym, co dzieje się ze wszystkimi osobowościami klubowymi, kiedy ich gwiazda gaśnie. Niekiedy pojawiały się one w rozmowach, ale nikt nie potrafił przypomnieć sobie ich imion. Po raz pierwszy „Club Rub” zaincorporował listę *Gone and Presumed Death* (pol. *Nieobecni i uznani za martwych*), na której znalazły się 72 byłe osobowości sceny. W tym samym numerze R. Piper opracował szereg biogramów *Missing In Action* (pol. *Zaginieni w akcji*), w których próbował poinformować o aktualnej działalności nieobecnych. Jako wyodrębnione sekcje tego typu zestawienia znaleźć można również w PX 16 i 19, natomiast warto zauważyć, iż w tekstach „Project X” nastąpiła fantazmatyczna fuzja zniknięcia i śmierci, która złączyła wcześniejsze formuły nekrologów i pożegnań, o czym świadczy przytaczane wcześniej wspomnienie J.St. Jamesa, którego wyjazd potraktowano w taki sam sposób jak zgon. W numerze 10 Lahoma van Zandt żegna jednego z założycieli Studia 54 – Steve’a Rubella, a przy zdjęciu zmarłego również w wyniku powikłań związanych z AIDS dokumentalisty Nelsona Sullivana dopisuje „Kochamy cię, Nelsonie – Lahoma”³⁸⁷. Użycie czasu teraźniejszego dodatkowo podkreśla, że pomimo nieobecności, postaci pozostają żywe w pamięci, jak np. milioner Malcolm Forbes, który stawiany jest za wzór do naśladowania dla innych club kids:

Było nam naprawdę przykro, gdy usłyszeliśmy o Malcolmie. To był naprawdę fajny facet. Modelowy przykład tego, jak żyć. Jakiś czas temu pewien magazyn przeprowadził sondę wśród milionerów, pytając, kto z ich środowiska najlepiej bawił się za swoje pieniądze. Odpowiedź była jednomyślna: Malcom Forbes, któż inny? Naprawdę pokazał, co powinni reprezentować sobą bogaci ludzie. Jaki jest pożytek ze skąpego, nudnego, konserwatywnego bogactwa? To powinno być zakazane, opodatkowane i wyłączone! Ten kraj potrzebuje więcej pękających awanturników jeżdżących na motocyklach z La Taylor³⁸⁸], aby naprowadzić naszą młodzież na właściwy tor. I naprawdę tak myślimy. Forbes wyróżniał się na każdym polu i był przemiłym człowiekiem. W sumie nie zaprosił nas na swoje przyjęcie urodzinowe w Maroku, ale z drugiej strony my nie zaprosiliśmy go na żadną z naszych imprez. Podsumowując, uważamy też, że „Egg” było jego najlepszą publikacją – ludzie tacy jak my nie mogą zrozumieć, jak magazynowi „Forbes” udaje się sprzedawać: jego rubryka towarzyska jest okropna! Ale wszyscy kochamy ciebie, Malcolmie³⁸⁹.

³⁸⁶ Tamże, s. 29.

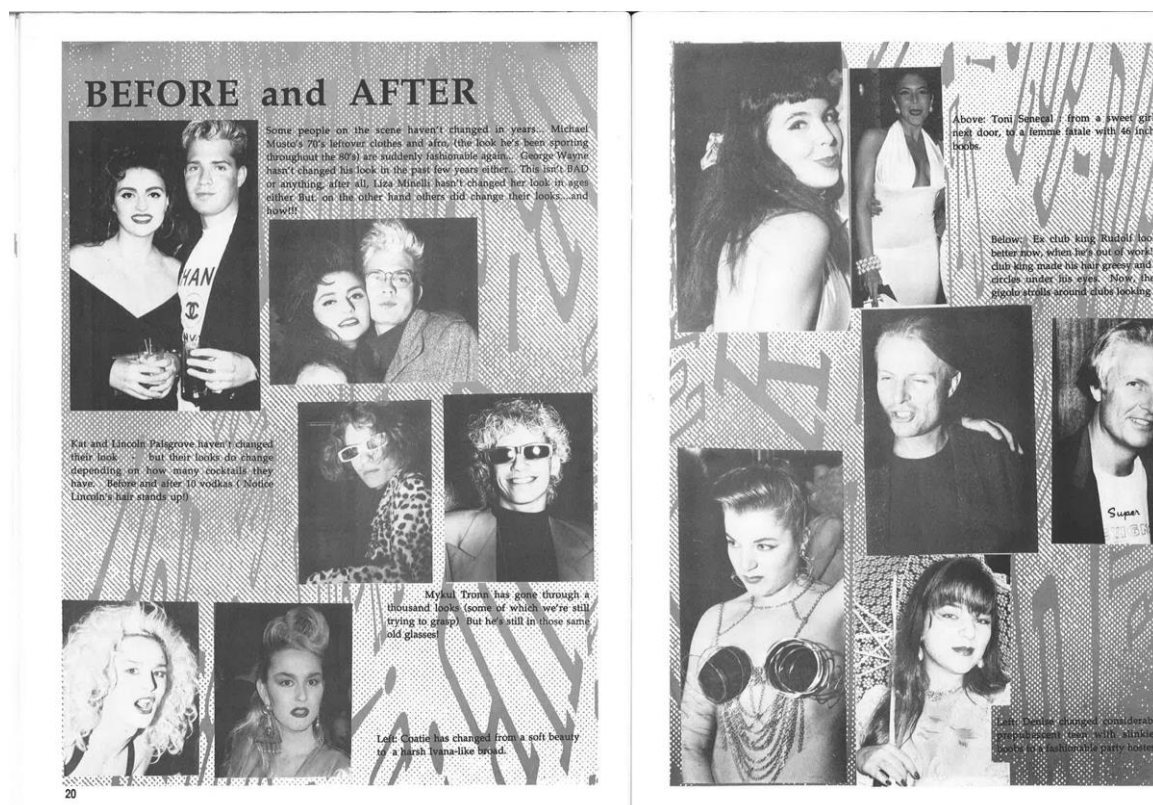
³⁸⁷ Project X, nr 10.pdf, s. 27.

³⁸⁸ Chodzi o amerykańską aktorkę filmową Elizabeth Taylor.

³⁸⁹ Project X, nr 13.pdf, s. 32.

Biorąc pod uwagę dalsze zmiany na scenie klubowej, redakcja „Project X” próbowała również przyjrzeć się temu, co stało się z tymi club kids, którzy utrzymali się na scenie. Część z nich została określona przez M. Aliga mianem wiedźm (ang. *witches*) i czarnoksiężników (ang. *warlocks*) ze względu na niezmieniający się wygląd lub pozycję. Ci, którzy się zmienili, znaleźli się w zestawieniu *Before and After*, w którym ich wczesne zdjęcia wykonane na potrzeby „Project X” zostały zestawione z tymi z przełomu roku 1990 i 1991 (Fot. 24.). Z tekstu można się dowiedzieć, że M. Tronn przeszedł tysiące metamorfoz stylu, zachowując te same okulary przeciwsłoneczne, R. Piper wygląda znacznie lepiej, odkąd stracił pracę jako współwłaściciel klubów, a T. Senecal przemieniła się ze słodkiej dziewczyny z sąsiedztwa w *femme fatale*, również dzięki operacji powiększenia piersi. Potrzeba przypomnienia o znaczeniu poszczególnych club kids oraz porządkowania ich historii w zmieniającej się krainie klubów była również realizowana w formie wykresów – np. *Club History: Who Was Who When* (pol. *Historia klubowości: kto był kim i kiedy*)³⁹⁰ i *Power Switch* (pol. *Zmiana władzy*)³⁹¹.

Fot. 24. Jedno z zestawień „przed i po” na łamach „Project X”



Źródło: Project X, nr 15.pdf, s. 12.

³⁹⁰ Project X, nr 17.pdf, s. 24.

³⁹¹ Project X, nr 19.pdf, s. 10.

Konsekwencje przemijania poza aspektem fizycznych metamorfoz zaczęły być widoczne wkrótce po przejściu kroniki „Club Rub” przez J.St. Jamesa w 1993 roku. Chociaż club kid zdaje sobie sprawę, iż wygląda inaczej (przybrał na wadze i wyłysiał), główną przyczyną jego dyskomfortu było to, że po dwuletniej nieobecności na scenie w dużej mierze nie zna ludzi, o których miał pisać dla „Project X”³⁹². Zdawał sobie również sprawę z tego, co było publikowane na jego temat w czasopiśmie³⁹³ i że jego dawni przyjaciele o nim zapomnieli:

Płyta Didżeja Keoki ukazała się w zeszłym miesiącu. [...] W książeczce Keoki pamiętał o wszystkich swoich naprawdę, naprawdę bliskich przyjaciółach: Aphrodicie, Sushim, Desi Monsterze. Wszystkich, którzy byli przy nim przez te lata. Wszystkich, którzy byli przy nim podczas tych długich, ciemnych i ponurych dni, kiedy pracował za barem w The World, jako kelner w Sidewalk Cafe i kiedy nosił bagaże na lotnisku w Newark. Och, jakże się cieszę, że nie zapomniał o nikim, kto był dla niego naprawdę ważny. Tak się cieszę, że pamięta o swoich korzeniach. Tak. Ten Keoki zawsze oddaje cześć tam, gdzie to stosowne: Aphrodita, Sushi, Desi Monster... Brawo dla ciebie Keoki, skarbie. Mam nadzieję, że jesteś z siebie bardzo, bardzo dumny³⁹⁴.

Wejście J.St. Jamesa do świata nowego rodzaju zabaw – rave’ów, szybko zakończyło się również publicznym upokorzeniem:

Poszedłem na Future Rave w Waszyngtonie. Było fajnie. Po prostu kocham te dzieciaki. Wszystkie są tak cholernie urocze. Miałem być jednym z małych tancerzy go-go dla Keokiego, ale wziąłem za dużo Specjału K [ketaminy – M.K.] i zgubiłem się na scenie wśród sztucznego dymu. Potem zacząłem podskakiwać w pobliżu gramofonów i przeze mnie przeskoczyła płyta. 7 000 wściekłych małych ławek wygwiżdżało mnie ze sceny. No cóż³⁹⁵.

Stosowanie narkotyków przy nieustabilizowanym stanie psychicznym w ciągu sezonu doprowadziło J.St. Jamesa na skraj paranoi, co również relacjonowały pisane przez niego teksty w „Club Rub”:

Chowam się pod krzakiem w Thompkin’s Square Park, nie pamiętam, dlaczego. Mam na sobie szarą, satynową suknię balową z gorsetem ozdobionym koralikami, a moją perukę szarpie wściekła wiewiórka. To musi być kwas [LSD – M.K.]. Nie może być innego wyjaśnienia. W jednej chwili wszystko było w porządku – byłem na imprezie i tańczyłem na blacie stołu, a potem, rozejrzałem się – minęły dwa dni i jestem owinięty wokół zasikanego krzaka morwy, napadnięty przez obłąkane leśne zwierzę. Naprawdę nie mogę tak dalej żyć. Myślę, że tracę rozum. Czasem mam wrażenie, że jestem ze szkła. A kiedy dzieją się złe rzeczy – kiedy rodzą się dzieci bez mózgu, kiedy seryjni gwałciciele prześladowają Kathie Lee Gifford, kiedy ludzie tacy jak Herve Villachez uważają, że nie ma powodu, aby żyć – myślę, że mogę rozprysnąć się na milion kawałków. Boję się wszystkiego. Boję się, że mrówki będą składać jaja w małeńkie dziurki w moich powiekach. Boję się pluskw, szczypawek i kurzowych króliczków w moim pokoju. Boję się kanibali i niedźwiedzi grizzly. Boję się tych dziwnych małych Umpa-loompów, kim oni do cholery są i skąd się wzięli?³⁹⁶

³⁹² Project X, nr 25.pdf, s. 13–15.

³⁹³ Tamże, s. 13.

³⁹⁴ Project X, nr 26.pdf, s. 13.

³⁹⁵ Project X, nr 25.pdf, s. 15.

³⁹⁶ Project X, nr 26.pdf, s. 11.

Zachowania autodestrukcyjne nie był jedynie udziałem J.St. Jamesa. Wspominając zimę 1993 roku, club kid pisze, że wśród znanych członków grupy degeneracja związana z zażywaniem substancji psychoaktywnych doprowadziła do szeregu patologicznych zachowań – jednym z nich była „noc czerwonej pigułki”, w trakcie której club kids masowo tracili przytomność i musieli być wynoszeni jeden po drugim z klubu. W zdarzeniu brał udział również M. Alig, co – jak skwitował J.St. James – nie powinno nikogo dziwić³⁹⁷. „Club Rub” numeru 28, wydany wiosną 1994 roku, był ostatnią rubryką napisaną przez J.St. Jamesa. Prawie rok później – w numerze 31 jako jej twórca powrócił M. Alig.

Sprzecznosc w komunikowanej przez M. Aliga funkcji opiekuńczego lidera club kids spajającego grupę wyzwolonych „dziwadeł” można odnaleźć od początku funkcjonowania „Project X”, głównie za sprawą jego zachowań kultywujących motyw przemocy wewnątrzśrodowiskowej. W wyniku analizy tych linii narracyjnych, jak i pomniejszych uwag zawartych w „Project X” (jak wskazany już mechanizm telefonicznego szantażu emocjonalnego w celu zapełnienia klubu) można dojść do wniosku, że z biegiem czasu coraz większa liczba club kids nabierała sceptycznego stosunku do działań jej samozwańczego lidera. Dla przykładu, Lahoma van Zandt pojawiająca się jako ważna postać sceny od początku istnienia „Project X”, w jednym ze swoich celebryckich kolaży na przełomie 1991 i 1992 roku umieściła na dole pośrodku kompozycji zdjęcie M. Aliga, na którym club kid symuluje masturbację w stronę obiektywu. Zaslaniając genitalia M. Aliga czarną plamą, drag queen podpisała to zdjęcie po prostu jako „Potwór” (ang. *The Monster*, które można przetłumaczyć również jako ‘ten potwór’), co wyróżnia się na tle innych fotografii uzupełnionych imionami lub pseudonimami artystycznymi postaci celebryckich³⁹⁸.

Linia narracyjna M. Aliga jako prawdziwego antybohatera (sub)kultury związana jest z jego nasilającym się uzależnieniem od alkoholu i narkotyków, o czym club kid informował od numeru 17 „Club Rub”. W numerze 21, datowanym na połowę roku 1992, opublikowane zostało również „koło zapalenia wątroby”, o którym opowiadają bohaterowie *Party Monster: The Shockumentary* (Fot. 25.). Graficzna reprezentacja stylizowana na tarczę ruletki z twarzami club kids, których M. Alig mógł zarazić chorobą, poprzedzona jest wstępem:

Cześć, to znowu ja. Zabawna rzecz przydarzyła mi się w nocy 29 kwietnia. Były moje urodziny i chciałem się dobrze bawić, więc wziąłem kilka tabletek ectasy, trochę speedu, sporo wypilem, a potem wziąłem jeden z tych okropnych „runipinalów” (ten narkotyk, który jest tak okropny, że nie potrafię go wymówić). Tuż przedtem wróciłem od lekarza z gorączką 102^[399] i kazano mi odpocząć

³⁹⁷ Project X, nr 28.pdf, s. 22.

³⁹⁸ Project X, nr 18.pdf, s. 27.

³⁹⁹ W Stanach Zjednoczonych temperaturę ciała podaje się w skali Fahrenheita. M. Alig miał gorączkę około 39 stopni.

i pić dużo płynów. Tak zrobiłem. Wódka, rum, piwo... sami wiecie. Musiałem zostać zaniesiony do domu i około 7:30 następnego ranka – byłem tak chory, że myślałem, że umrę. Choroba, która mogła minąć w ciągu kilku dni, w weekend przekształciła się w pełnoobjawowe zapalenie wątroby. W ciągu następnych kilku dni nauczyłem się bardzo wiele, a najważniejszą rzeczą było to, że zapalenie wątroby jest jedną z najbardziej zakaźnych chorób! Można się nim zarazić po prostu pijąc napój osoby zakażonej! A teraz zobaczmy... z kim podzieliłem się wódką? Może łatwiej byłoby pomyśleć o tym, z kim się nie podzieliłem. [...]

Główna impreza w Limelight była wielką rozmażaną plamą. Pamiętam przebłąski tu i ówdzie, jak branie kokainy w damskiej toalecie z Sacred Boyem i spadanie ze schodów Shampoo w moim nowym stroju od Alfredo Vilorii. Następne, co pamiętam, to widok, jak ktoś rozbił szybę Chase Manhattan Automatic Teller na dolnym Broadwayu. (A może ja ją rozbiłem?) Kiedy już znalazłem się w środku, wypilem butelkę wódki z Davidem Alfabetem, Waltem Paperem i Ludoviciem, żeby wymienić tylko kilka osób. Sześć całych butelek (przysięgam) wódki i rumu później byliśmy w Opera. Właściwie to w ogóle tego nie pamiętam, ale ktoś nagrał całe zdarzenie na wideo. Pewnie tam zachorowałem. Następne, co pamiętam to to, że jestem w salonie i leżę w kałuży wymiocin. Koniec.

Fot. 25. „Koło zapalenia wątroby”



Źródło: Project X, nr 21.pdf, s. 12.

Jak zauważa autor – jego choroba była wysoce zakaźna⁴⁰⁰, stanowiła więc potencjalne zagrożenie dla zdrowia innych club kids. Forma tekstu, która skupia się na samym M. Aligu i jego kolejnej niefortunnej „przygodzie”, jednocześnie wskazując potencjalnych zarażonych, uzupełniona o graficzną prezentację z podpisami „Które z nich je złapie” i „Zapalenie wątroby: Dar, który oddaje po wielokroć!!”, dodatkowo pozwala zrozumieć, że wbrew zapewnieniom, M. Aligowi nie zależało na innych uczestnikach grupy.

Podobnie jak w przypadku J.St. Jamesa długotrwałe zażywanie narkotyków sprawiło, że również M. Alig zaczął popadać w stany paranoidalne, oskarżając innych club kids o to, że próbują wykorzystać znajomość z nim i J.St. Jamesem, aby dostać darmowe narkotyki⁴⁰¹. Co więcej, czuł się traktowany niesprawiedliwie przez club kids, którzy osiągnęli sukces, a część z nich oskarżał o doprowadzenie do swojego uzależnienia:

Jestem pewien, że większość z Was czytała autobiografię RuPaula i to, jak ona mnie przeczytała^[402]! Stanowczo zaprzeczam, że kiedykolwiek naplułem RuPaulowi w usta i ukradłem duszę Larry’emu Tee! Może trochę ją zaśliniłem [RuPaula – M.K.], ale wiecie, że to nie było celowe. [...] Może sam powinienem napisać książkę, lepiej niech wszyscy będą też mili dla mnie! Przypomnę sobie te małe górki K [ketaminy – M.K.], za które musiałem się przed wami płaszczyć! Wiecie, kim jesteście! Czekanie w łazience każdego klubu – bez żadnej pomocy^[403]! I kiedy skończył mi się Rohypnol o 7 nad ranem – jak nakarmiliście mnie ectasy, które wywołało u mnie torsje. Od tej chwili lepiej rozwinie przede mną czerwony dywan, skarby, bo wszystko pamiętam. A może i nie?⁴⁰⁴

Zapis incydentu, do którego odnosi się M. Alig, znajduje się w autobiografii RuPaula z 1995 roku, pod tytułem *Lettin’ It All Hang Out*. Czytamy w nim:

Jakiś czas później pracowałem dla Michaela Aliga w Limelight i bardzo tego żałuję. Musiałem do niego pójść, żeby otrzymać zapłatę, ale kiedy poprosiłem o pieniądze, powiedział: „OK, zapłacę ci, jeśli mnie pocałujesz”. Powiedziałem: „Daj spokój, Michael, proszę – po prostu daj mi moje pieniądze”. Odpowiedział: „Daj mi buziaka”. Nie mogłem go znieść, ale potrzebowałem zapłaty, więc powiedziałam: „OK, pocałuję cię”. Kiedy całowałem go splunął mi w usta. To właśnie w tym momencie powiedziałem sobie: „Nie mam nic przeciwko robieniu wszystkiego, co trzeba [żeby odnieść sukces – M.K.], ale dla ciebie kurwa nigdy więcej nic nie zrobię. Nigdy. Nigdy, przynigdy”. I tyle⁴⁰⁵.

Publiczne oskarżenie o złe zachowanie ze strony stojącego się amerykańską supergwiazdą drag RuPaula prawdopodobnie okazało się dużym upokorzeniem dla lidera

⁴⁰⁰ Prawdopodobnie była to jedna z odmian wirusowego zapalenia wątroby, często mylnie określanego jako „żółtaczką”, która jest tylko jednym z symptomów zakażenia. Zob. *wirusowe zapalenia wątroby* [hasło], [w:] Encyklopedia PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wirusowe-zapalenia-watroby;3996698.html> [dostęp: 27.05.2022].

⁴⁰¹ Project X, nr 32.pdf, s. 47.

⁴⁰² Tutaj M. Alig nawiązuje do slangu subkultury balowej, gdzie czynność „czytania kogoś” była formą obelgi.

⁴⁰³ Prawdopodobnie chodzi tutaj o to, że nikt nie chciał dać M. Aligowi żadnej substancji, kiedy był w stanie głodu narkotykowego.

⁴⁰⁴ Project X, nr 35.pdf, s. 12.

⁴⁰⁵ RuPaul, *Lettin’ It All Hang Out: An Autobiography*, Wydawnictwo Hyperion, Nowy Jork 1995 [ebook:] https://books.google.pl/books/about/Lettin_it_All_Hang_Out.html?id=mq-HAAAAIAAJ&redir_esc=y, *Rozdział 11: Down and Out in New York, London and L.A.*

club kids, w momencie, w którym jego kariera znalazła się w fazie spadkowej. Wydaje się, że w celu wzbudzenia współczucia tekst M. Aliga rozpoczyna się opisem przygnębiającego rzeczywistości. Jednocześnie stara się on również w nim wykazać, że pomimo przeciwności losu, życie „na krawędzi” jest jego własnym wyborem, co stawia go w pozycji bohatera zachowującego dobry humor wśród niepowodzeń. Ostatecznie, M. Alig decyduje się ponownie na kultywowanie przemocy wewnątrzśrodowiskowej, opisując wstydlive aspekty uzależnienia innych uczestników, usprawiedliwiając samego siebie tym, że wszyscy są „w rozsypce”:

A ja myślałem, że z Jamesem St. Jamesem było źle. Jest 7 rano, nie mogę spać bez Rohypnolu, mam na drzwiach nakaz eksmisji za 72-godzinę, mój kot zaraz umrze, wszystkie moje ubrania są brudne, mam odłączony telefon, jeszcze nie kupiłem prezentu dla mamy na Dzień Matki (a już sierpień), nie jadłem od 2 dni, a mój drugi kot sra do wanny. Za to mam wspaniałego chłopaka, który i tak mnie kocha, a Disco 2000 nigdy nie było tak znakomite. Ukradłem kartę kredytową i kupiłem za sześćset dolarów prześcieradła do łóżka i pięć pudełek klocków Lego. Moja skóra wygląda świetnie, Junkie Jonathan – były baron narkotykowy, teraz projektant mody, uszył mi świetne ciuchy, a Brook Humphries kupiła mi trochę artykułów spożywczych. Zawsze lubiłem takie życie, kiedy w jednej ręce trzymasz kieliszek szampana, a w drugiej żyletkę. I nie jestem w tym sam. Wydaje się to być trendem. Weźmy na przykład Jenny Talię – być może znasz ją jako Królową Manhattanu albo widziałeś ją we wszystkich magazynach jako modelkę Calvina Kleina z ogoloną głową, albo dziewczynę z teledysku Jam & Spoon, która wpada w amok i zabija ludzi, zanim zostaje zastrzelona, albo dziewczynę na wybiegu Gaultiera. HA! Ja znam ją jako dziewczynę z Avenue B, która o 8 rano, bosa, owinięta w koc, próbuje desperacko otworzyć nożem puszkę fasoli. Znam ją też jako dziewczynę, której nie stać na jazdę autobusem z reklamą CK One, w której występuje, i dziewczynę, która podważa klepki podłogowe w poszukiwaniu „impresowych prezencików, które mogły tam spać” [chodzi o ukryte narkotyki – M.K.]. Jestem pewien, że byliście już też w takiej sytuacji. Lista jest długa... Freeze, Bella Bolski, Sloan Morgan – wszyscy w rozsypce!⁴⁰⁶

W kolejnym numerze ta fantazja przybiera jeszcze inny wymiar – M. Alig uznał, że powodem jego niepowodzeń było to, że inni club kids (wśród nich prawdopodobnie również RuPaul) odnosili sukcesy. Powołując się na „prawo balansu natury” lub jak określa to sam – „koleżeński system wsparcia”, teraz to on znajduje się w dobrej fazie, a innych spotykają niepowodzenia. Przed zakończeniem tekstu M. Alig zauważa jednak, że wraz z mijającym czasem odchylenia pomiędzy fazami wzrostu i niżu stają się coraz bardziej skrajne i oddalone od „normalności”, za którą uznany zostaje rok 1991, który zbieżny jest z okresem szczytowej popularności club kids:

Im lepiej mi się powodzi, tym gorzej mają się moi przyjaciele. Bóg z pewnością nad tym czuwa, inaczej za każdym razem ta zależność nie sprawdzałaby się tak dobrze. Kiedy ja dostawałem drgawek w holu mojego bloku, Jenny zapisywała się do szkoły filmowej na NYU. Kiedy ja żebrałem o 25-centówki na ulicy, James St. James pisał swoją książkę. Teraz jest jednak zupełnie na odwrót! Podczas gdy ja niestrudzenie piszę swoją rubrykę dla „Project X”, Freeze i Olympia są w „ketaminowym dołku” (jak mówimy) na Coney Island. Podczas gdy ja siedzę na nudnym spotkaniu zarządu w sprawie mojego nowego mieszkania, Jenny imprezuje w swoim, które jak się składa, jest pełne uciekinierów, których po południu poderwała w pobliskim sklepie rowerowym. Tak po prostu musi być, inaczej wszyscy bylibyśmy martwi. To delikatny balans natury lub (jak nazywam to ja)

⁴⁰⁶ Project X, nr 35.pdf, s. 11.

koleżeński system wsparcia – połowa z nas pozostaje trzeźwa, aby opiekować się drugą połową balansującą na granicy tragedii. Dla przykładu, za każdym razem, gdy jestem o krok od śmierci, Jenny jest na diecie makrobiotycznej i odczuwa wewnętrzną potrzebę zaopiekowania się mną, dopóki nie będę gotowy zrobić dla niej tego samego. Wyobraźcie sobie, jak nudna byłaby scena klubowa, gdyby obie strony zdecydowały się na odzyskanie energii w tym samym czasie. Albo jakby to wszystko padło, gdybyśmy wszyscy jednocześnie byli w rozsypce. Chodzi o idealną równowagę! [...] A teraz czas przyjrzeć się WYKRESOWI NORMALNOŚCI. Odchylenia wahadła symbolizują dołki. Z każdym rokiem (lub porą roku) bezlitosne ramię wahadła oddala się coraz bardziej od stanu normalności. Kiedy to się skończy? [...]

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
1991	NORMALNOŚĆ					
1992	nuda	zbiorowe zamieszanie				
1993	pieniądze		głód			
1994	dobre zdrowie			brak snu		
1995	podekscytowanie				nieład	
1996	depresja					depresja

To tylko pokazuje, że każda historia ma jeden koniec⁴⁰⁷.

Tym samym rok 1996 należałoby odczytać jako rok śmierci M. Aliga, na co wskazuje informacja, iż każda historia ma jeden koniec (śmierć), poprzedzona zapiskiem o depresji jako jedynym stanie psychicznym, w którym będzie funkcjonował club kid. Z kontekstu nie można wywnioskować, czy będzie to śmierć samobójcza, czy np. przypadkowy wynik przedawkowania, natomiast warto zauważyć, że jest to w pewnym sensie również moment śmierci symbolicznej – ostatnia obecność M. Aliga na łamach „Project X”.

3.10. Motyw powrotu do dzieciństwa

Jako element nawiązujący do nazwy (sub)kultury motywy dziecięce stały się głównym kodem wizualnym wykorzystywanym jako narzędzie promocji zabaw związanych z club kids. W „Project X” najlepiej są one oddane w reklamach, z tego powodu skupiam się tutaj na analizie tego typu przekazów. W sumie z grupy 31 tego typu przekazów – 12 dotyczyło cyklicznych imprez Disco 2000 w klubie Limelight. Pierwszymi przykładami, które ustanowiły dziecięcy motyw reklamowy były jednak reklamy klubu R. Pipera Tunnel ukazujące się na łamach PX 1–3 (Tab. 11.).

Kompozycyjnie te płaszczyzny wizualne utrzymane są w jednakowej stylistyce – wszystkie wykorzystują zapożyczone z innych źródeł dziecięce ilustracje umieszczone

⁴⁰⁷ Project X, nr 36.pdf, s. 21.

w centralnym punkcie oraz hasło „Tunnel Kinder” – mieszankę anglojęzycznej nazwy klubu i niemieckiego słowa *Kinder* – ‘dzieci’, a więc „Dzieci z Tunelu” ze stylizowanymi na umlaut znakami „u” i „i”. Waler subwersywny tych prezentacji znajduje się w samym obrazie lub połączeniu obrazu i dodatkowego hasła słownego. Pierwsza reklama prezentująca popularne w latach 60. grafiki dla dzieci – „big sad eye(s)”⁴⁰⁸ uzupełniona jest o hasło *Scratch & Sniff* (pol. *Podrap i powąchaj*), co może odnosić się zarówno do czynności seksualnych, jak i np. zażywania narkotyków, druga wykorzystuje jako element graficzny rasistowską reprezentację czarnoskórego tubylca z bajki o Kocie Felixie⁴⁰⁹ pędzącego na klubową zabawę, natomiast trzecia – prawdopodobnie fotografię pośmiertną z epoki wiktoriańskiej, gdzie jako dodatkowy element werbalny pojawia się słowo *acid* (z ang. lit. *kwas*), co zarówno łączy się z gatunkiem muzycznym *acid house*, jak i nawiązuje do slangowej nazwy narkotyku LSD.

Tab. 11. Zestawienie wczesnych reklam klubu Tunnel



Źródło: opracowanie własne.

W przypadku reklam zabaw w klubie P. Gatiena jako motyw przewodni wykorzystana została Klara beztroska kura. Na szczególną uwagę zasługuje reklama w numerze 15, gdzie maskotka pojawia się w towarzystwie dwóch innych, mniej popularnych zwierząt występujących podczas Disco 2000 – Psa Hansa Ulricha (ang. Hans Ulrich the Dog⁴¹⁰)

⁴⁰⁸ Zob. Why I’m Not An Artist. Dork Culture Blog and Occasional Webcomic – *How To Identify Which Big Sad Eye Paintings Are Which (Links)*, <https://whyimnotanartist.net/2016/01/14/how-to-identify-which-big-sad-eye-paintings-are-which-links/>

⁴⁰⁹ Zob. *NEGRO COMEDY RELIEF in CARTOONS with FELIX THE CAT in TEE TIME & BLACK NATIVES*, <https://youtu.be/4n8NCOR7yrl?si=W2HhLnug8khWBOAG> [dostęp: 15.12.2023].

⁴¹⁰ Geneza tej nazwy nie jest znana.

I Misia Icy (ang. Icy the Bear^[411])⁴¹². Z kolei w numerze 18 reklama z odwróconym plecami nagim nastolatkiem i tłem uzupełnionym kurami zdaje się nawiązywać do publikowanego przez „New York Post” artykułu (lub ich serii), jakoby M. Alig posiadał nielegalny serwis umożliwiający wynajmowanie nastoletnich sex workerów – skan tej publikacji został wykorzystany jako reklama Disco 2000 w numerze 22⁴¹³.

W podobnie subwersywnym tonie utrzymane są również niektóre późniejsze reklamy Disco 2000 (Tab. 11.). W numerze 21 wizerunek pułkownika Sandersa znajdujący się w logo popularnego fast foodu KFC zostaje zmodyfikowany, tak aby w okularach tego amerykańskiego biznesmana odbijała się Klara, która pokazuje swoje piersi (jest to nawiązanie do potraw z piersi kurczaka, które głównie serwuje sieć restauracji). Numer 32, w którym wizerunek dziecka został wyedytowany w lodowy rożek i opatrzony podpisem „Wszyscy domagamy się Disco 2000”, jest z kolei wariacją sloganu reklamowego używanego w reklamach popularnej amerykańskiej przekąski lodowej Eskimo Pie⁴¹⁴. Dużo bardziej kontrowersyjnym przykładem jest reklama Disco 2000 opublikowana w 1995 roku, łącząca dwa ważne amerykańskie elementy kulturowe związane z dzieciństwem. Widzimy na niej górny rzut na karton mleka (a więc zgodnie z zasadą gramatyki wizualnej przyjmujemy funkcję biernego obserwatora), spod którego wylewa się nazwa zabawy Disco 2000. W języku angielskim rozlane mleko (ang. *spilt milk*) posiada dokładnie takie samo znaczenie jak w języku polskim (jest za późno na podjęcie jakichkolwiek działań). Na amerykańskich kartonach mleka często umieszczane były wizerunki zaginionych dzieci i to właśnie ta strona kartonu zwrócona jest frontem do obserwujących. Dodatkowy podpis brzmi: „Jest 1995 rok. Wiecie, gdzie są dzieciaki”, co z kolei nawiązuje do popularnej serii ogłoszeń publicznych „It’s 10 PM. Do you know where your children are?” (pol. Jest 22. Czy wiecie, gdzie są wasze dzieci?), która miała zachęcić rodziców do interesowania się losem swoich pociech⁴¹⁵. W takim zestawieniu reklama jasno próbuje zakomunikować, że losem „straconej młodzieży” nie należy się przejmować – wiadomo, że uczestniczą w zabawach club kids.

⁴¹¹ Jest to żart słowny. Fraza wymówiona szybko zmienia się w angielskie „I see the bear” – lit. ‘widzę misia’.

⁴¹² O imionach maskotek innych niż Klara wspomina J.St. James w dokumencie *Party Monster: The Shockumentary*. Zob. *Party Monster: The Shockumentary*, reż. Randy Barbato, Fenton Bailey, USA 1998.

⁴¹³ Project X, nr 22.pdf, s. 6.

⁴¹⁴ Culinarylore, *Where did “I scream, you scream, we all scream for ice cream” Come From?*, <https://culinarylore.com/food-history:i-scream-you-scream-ice-cream/> [dostęp: 31.12.2023].

⁴¹⁵ Time, *Top 10 Public-Service Announcements*, https://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1920454_1920455_1920452,00.html [dostęp: 31.12.2023].

Tab. 11. Reklamy imprez Disco 2000 (wybór)



Źródło: opracowanie własne.

Do baśniowych korzeni kreacji osobowości club kids odwołuje się umieszczona w numerze 17 reklama „Disco 2000”, wykorzystująca obraz Richarda Doyle’a *An Elfin Dance by Night* (pol. *Nocny taniec elfów*) z 1870 roku⁴¹⁶. Paralela pomiędzy klasyczną ikonografią dziecięcą a zabawami club kids wykorzystana zostaje tutaj ponownie w sposób subwersywny. Na obrazie widzimy grupę androginicznych elfów podczas nocnej zabawy, tańczącą w korowodzie pośród leśnych grzybów. Jeden z elfów (prawdopodobnie król), siedzi na kapeluszu jednego z owocników i w zamyśleniu obserwuje bawiącą się resztę. W płaszczyźnie reklamowej „Project X” obraz zostaje uzupełniony dwiema adnotacjami –

⁴¹⁶ The Met, *An Elfin Dance by Night*, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/655974> [dostęp: 31.12.2023].

z jednej strony na plecach „króla” pojawiają się inicjały M. Aliga – „M. A.” oraz dodane zostaje logo „Disco 2000”. Androginia nawiązuje więc tutaj do estetyki club kids, taniec jest tożsamy z ich zabawami, a grzyby mogą sugerować zażywanie substancji halucynogennych podczas zabaw.

Fot. 26. Reklama Disco 2000



Źródło: Project X, nr 17.pdf, s. 5.

Interesującym przykładem połączenia motywu powrotu do dzieciństwa i motywu przemijania jest reklama klubu Tunnel, opublikowana w numerze 35 „Project X” z 1995 roku (Fot. 27.). Na płaszczyźnie wizualnej postać starzejącego się klubowicza, rysami twarzy przypominającego byłego impresario klubu R. Pipera, który patrzy ze smutkiem na entuzjastyczną zabawę dziecka wydmuchującego kolejne bańki mydlane. Największa z nich umieszczona zostaje w centralnym punkcie kompozycji i ogłasza tytuł imprezy *Sunset Home. Twilight. Acres* (w swobodnym tłumaczeniu na polski *Dom starości. Akry spokojnej jesieni*). Wiersz umieszczony po lewej stronie płaszczyzny wyraźnie wskazuje na zmieniającą się dynamikę wiekową uczestniczących w zabawach klubowych oraz brak miejsca dla „starych” klubowiczów, którym klub Tunnel oferuje tę „ostatnią” szansę na przypomnienie sobie uciech nocnego życia:

Witajcie nowi staruszkowie, starzy gracze i zakręceni,
To nowy trend umierania – „Dom starości. Akry spokojnej jesieni”.
Swojski klimat, rozrywki aż po sufit,
Lecz by drzwi się nie zamknęły, trzeba coś dokupić.
Dziesięć dolarów za godzinę – niewielka opłata,
Za podglądanie personelu, gdy trwa zabawa.
Zdrowe, młode ciała – to radość dla oka,
Przykre, że was starych nie najdzie ochota,
Na golfa, tenisa, pływanie czy nurkowanie,
Trudno – opłaciliście na wejściu wszystko, co na dobrostanie.
Zanim zrozumiecie, że poza przetrwaniem,
Nie nadajecie się do niczego poza spaniem lub drzemaniem,
Przestańcie patrzeć ponuro, bo szkoda waszych szlochów,
Przynajmniej szczeźnicie w stylowym uroku.
Przyśpiemy proces i zostawimy majątku kupkę,
Dla waszych spadkobierców oglądających kablówkę,
W waszym domu, w waszym łóżku i „na telefonie”,
Czekających na naszą informację o waszym zgonie.
Wybierzcie „Dom starości. Akry spokojnej jesieni” jako miejsce na padnięcie,
Mniej zachodu tu z umieraniem niż w drodze do galerii handlowej będzie⁴¹⁷.

Całość uzupełniona zostaje informacją z prawej strony: „Mieliście, co najlepsze, została tylko reszta”, co wykorzystując gramatykę wizualną, wprowadza nową wiadomość – podsumowanie tego, z czego klubowicze (w tym club kids) musieli zdawać sobie sprawę – ich czas przeminął, a scena nowojorska gotowa była na przyjęcie (sub)kultury techno.

⁴¹⁷ Project X, nr 35.pdf, s. 11.

Fot. 27. Reklama klubu The Tunnel (1995)



Źródło: Project X, nr 35.pdf, s. 11.

3.11. Motyw techno-logicznej przyszłości

Jako uzupełnienie eskapistycznego wymiaru uczestnictwa w kulturze klubowej elektroniczna muzyka taneczna (ang. *Electronic Dance Music*, EDM) pozostawała atrakcyjna w odbiorze dla większości club kids, chociaż jak wykazały analizy, przed zmianą profilu czasopisma nie stanowiła ona głównego obiektu zainteresowania redakcji. Warto natomiast zaznaczyć, że komentarze muzyczne pojawiały się w „Project X” już w pierwszym okresie funkcjonowania magazynu. Jednym z preferowanych wówczas podgatunków był *acid house*, którego definicję i wartość opisał DJ Keoki:

Muzyka sama w sobie jest narkotykiem. (To powinno spodobać się niektórym z was). Piosenki składają się z oddzielnie zsynchronizowanych różnorodnych bitów i dźwięków, które mimo wszystko, brzmią świetnie razem. Kiedy po raz pierwszy usłyszysz acid, musisz najpierw znaleźć w utworze zsynchronizowany rytm, który będzie Ci odpowiadał. Następnie zatańcz do tego rytmu. Zauważysz, że rytm powtarza się w kółko. Jeśli zamkniesz oczy i skoncentrujesz się tylko na tym rytmie,

odkryjesz, że jesteś w transie. Jeśli jesteś pijany lub naćpany, zamknięcie oczu może okazać się wyzwaniem. Następnym razem, gdy usłyszysz, jak gram acid, wypróbuj tę technikę⁴¹⁸.

Fantazja dotycząca muzyki klubowej łączy się więc z pełnioną przez nią funkcją legalnego substytutu narkotyku *ectasy* – katalizatora, który umożliwia wejście w euforyczny stan, co kilka lat później zostanie powtórzone w kontekście narastającej popularności innego rodzaju brzmienia – *trance*:

To brzmienie przyszłości znane jest jako *trance* – hipnotyczne rytmy plemienne nałożone na powtarzające się melodyjne ścieżki syntezatorowe obecne w wielu formatach muzyki tanecznej. Chociaż to nie tak proste, jak się wydaje, utwory *trance* wywołują potężną reakcję emocjonalną u słuchaczy, którzy jak donoszą źródła, mogą tańczyć całymi dniami uwięzieni w transie. W przeciwieństwie do boomu techno z ostatnich lat, którego jedynymi gwiazdami byli technicy studyjni bez twarzy, przywódcy rewolucji *trance* używają silnych wizualiów towarzyszących ich muzyce. Po raz pierwszy wyprodukowana za pomocą technologii muzyka taneczna ma swoich idoli – supergwiazdy⁴¹⁹.

Technologia jest więc w przypadku fantazji związanych z EDM narzędziem wytwarzania dźwięku, jak i kreowaniem nowych „supergwiazd”, co widoczne będzie również w aspekcie sceny związanym ze stylem, inkorporującym fascynację nową, wirtualną rzeczywistością, co pokazuje również nieszczerłość redakcji w projektowanym przekazie. Kilka lat wcześniej, wraz z rosnącą popularnością techno na początku lat 90., ciężar, jaki został położony w muzyce tanecznej sprowadzał się do tego, iż miał to być gatunek, który odmieni oblicze świata, a nie jedynie wykreuje nową generację kultu *celebrity*:

Widzicie, coś się tu dzieje. Wraz z tym, jak zbliżamy się do końca kolejnego milenium, muzyka będzie odgrywać kluczową rolę w rozwoju naszej kultury. A na czele tej zmiany stanie muzyka taneczna i jej artyści. W miarę tego, jak fajne i modne aspekty naszej kultury z pewnością przejdą do głównego nurtu, inni zauważą i uświadomią sobie, że nieprzetworzona magia projektowana przez tych artystów jest zawsze niesamowicie ważna, aby zapewnić powstanie bezpiecznego, silnego, szczęśliwego, kreatywnego i – dodam – fajowego narodu. Ludzie staną razem na gruzach tego niegdyś rządzącego kraju, wśród popiołów rasizmu, korupcji, kłamstw, propagandy, cenzury i pokolenia „PEPSI”. Po raz kolejny spojrzą do wewnątrz w poszukiwaniu odpowiedzi. Duch każdego z nas zostanie sprawdzony, przeanalizowany i uwielbiony. Będzie to najważniejsza rzecz we wszechświecie. Świat znowu będzie miał serce i duszę, a taniec jak zawsze pozostanie uniwersalnym językiem⁴²⁰.

Linia narracyjna związana z EDM (zwłaszcza techno) została więc wykorzystana w „Project X” jako narzędzie restauracji przy zmianie wizji retorycznej – symbolicznego odcięcia od club kids i kultu jednostki na rzecz bardziej konwencjonalnych, prospołecznych wartości (co było oczywiście fasadą):

TA SCENA TO POKÓJ, MIŁOŚĆ I JEDNOŚĆ. Nie doświadczysz takiego uczucia jak bycie częścią podziemnego rave’u. To miejsce pozbawione granic, zasad. Tutaj jesteś wolny. Atmosfera jest elektryzująca. Nie ma znaczenia, co masz na sobie! Jesteś tu, żeby miło spędzić czas i ludzie tutaj chcą tylko z tobą tańczyć; dzielić to doświadczenie. To takie magiczne uczucie, móc wejść

⁴¹⁸ Project X, nr 7.pdf, s. 9.

⁴¹⁹ Project X, nr 26.pdf, s. 25.

⁴²⁰ Project X, nr 21.pdf, s. 12.

w interakcję z ludźmi (czasem zupełnie nieznajomymi) na tak duchowym poziomie. To naprawdę poruszające doświadczenie⁴²¹.

Pod tekstem znajduje się symbol pokoju kojarzony przede wszystkim z ruchem hippisowskim, a będący tak naprawdę symbolem rozbrojenia atomowego stworzonym przez Geralda Holtoma w 1958 roku⁴²². Całość uzupełniona jest ramką w kontrze, w której wpisany jest tekst *The Word Is Love* (pol. Przekazem jest miłość), co potęguje wrażenie powrotu do wartości pacyfistycznych. Kolejnym znakiem, że założenie mogło być podbudowane jedynie myśleniem fantastycznym opierającym się na zasadzie, że nowe pokolenie i nowa poza zmienia świat, jest to, że poza obietnicami nowego porządku w tekstach „Project X” trudno doszukać się usystematyzowanego, realnego planu jego wprowadzenia.

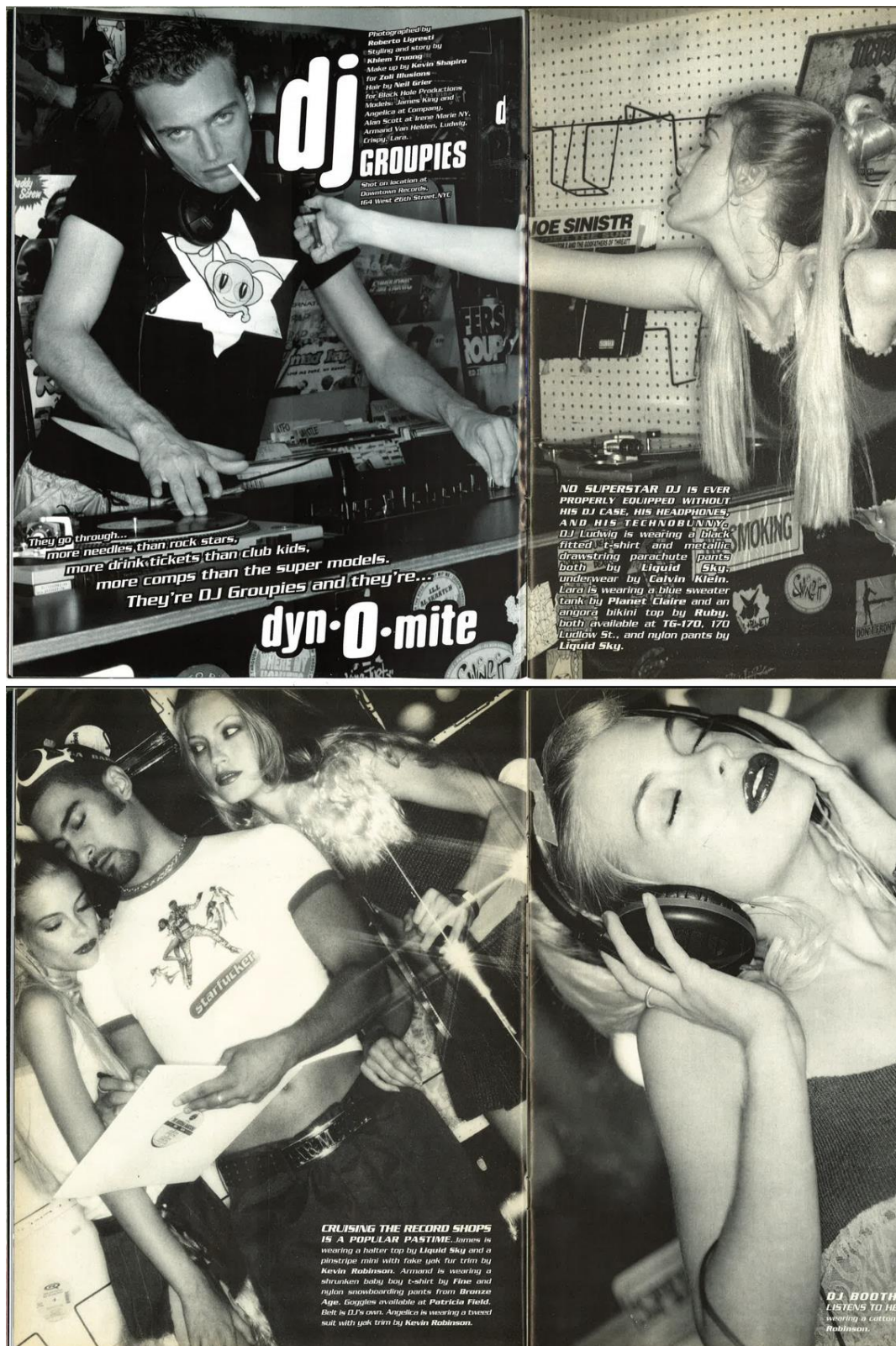
Na czele kolejnej generacji stają po prostu inni celebryci – didżeje i modelki⁴²³. Kobiety przyjmują raczej pasywną rolę – nawet jeśli mają talent, zawsze idzie on w parze z konwencjonalnie piękną powierzchownością, która zapewnia im możliwość szybszego awansu społecznego. W najgorszym wypadku zostają one zredukowane do roli *groupies* – fanek wielbiących twórców nowego gatunku muzycznego, jak w fashion story *DJ Groupies*, w której jako jeden z didżejów występuje znany twórca muzyki tanecznej – Armand van Helden (Fot. 28.). Na płaszczyźnie wizualnej kobiety zahipnotyzowane muzyką (co ponownie wskazuje na jej zdolność do wprowadzania w narkotyczny trans) odpalają papierosa pracującemu za konsolą mężczyźnie lub wieszają się na ramionach didżeja w oczekiwaniu na upragniony autograf.

⁴²¹ Project X, nr 20.pdf, s. 13.

⁴²² K. Westcott, *World's best-known protest symbol turns 50*, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7292252.stm [dostęp: 13.02.2023].

⁴²³ W „Project X” 37 o dyskryminacji płciowej związanej z byciem didżejką opowiada Michele Sainte. Krótki wywiad nie pojawia się jako samodzielny tekst, lecz jako składnik rubryki „Xtras”. Zob. Project X, nr 37.pdf, s. 6.

Fot. 28. DJ Groupies (fragmenty).



Źródło: Project X, nr 31.pdf, s. 13–14.

W muzyce nienormatywności pojawiają się sporadycznie – bardziej jako interesujące osobliwości niż stała część nowego świata, co było podstawą budowania (sub)kultury club kids. Przykładem może być artykuł *Queens are in the House* dotyczący karier muzycznych drag queens⁴²⁴. Nienormatywną ikoną nowego „Project X” staje się RuPaul, którego singiel i album są reklamowane na łamach „Project X” dwukrotnie.

Jedynym miejscem, w którym spuścizna club kids zostaje wykorzystana, czy nawet eksplorowana głębiej, są fashion stories numerów PX 25–37, które stylistycznie łączą estetykę club kids i przełomu milleniów (dzisiaj określaną jako Y2K). Po stronie estetyki Y2K widzimy fascynację obniżonymi stanami spodni często z lakierowanej skóry, bluzkami odsłaniającymi brzuch, wykonanymi z syntetycznych tkanin w żywych kolorach, do których dodany został efekt metalicznego połysku. Pojawiają się również charakterystyczne futrzane bolerka, okulary o wąskim prostokątnym kroju z kolorową tintą oraz elementy wyszywane cekinami lub inkrustowane kryształkami Swarovskiego. Z kolei wydaje się, że nawiązaniem do (sub)kultury club kids jest ogólne przerysowanie tych stylizacji oraz makijaż, który oparty zostaje na zasadzie kontrastu – często wykorzystując bardzo jasny kolor podkładu łączony z intensywnymi kolorami cieni i pomadek, tworząc nienaturalny, prawie cyrkowy efekt.

Fot. 29. Space out with Verushka (fragmenty).

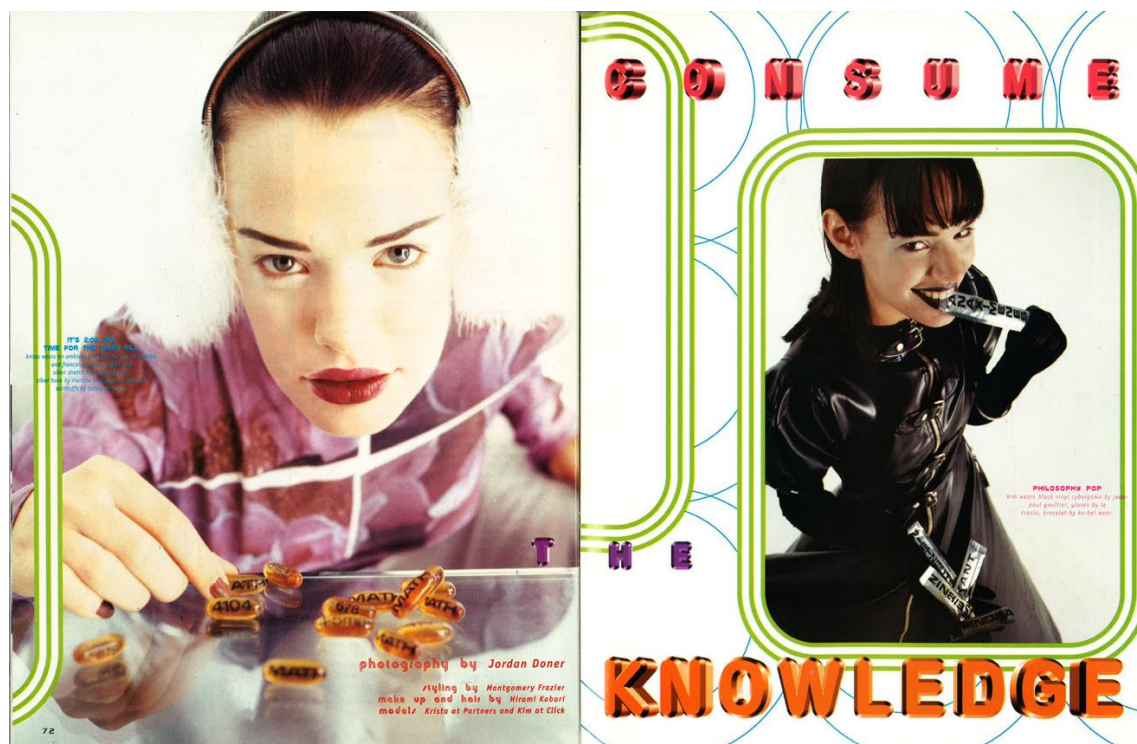


Źródło: Project X, nr 34.pdf, s. 43–47.

⁴²⁴ Project X, nr 36.pdf, s. 19.

Motyw fantastyczny projektowany przez teksty nawiązujące do przyszłości, chociaż zachęcający do eksploracji nowych światów, wprowadza też pewnego rodzaju niepokój przed tym, co ma nadejść. Dla przykładu *Glacial Effect* (pol. lit. *Efekt lodowcowy*), ukazuje modelkę dryfującą w stanie nieważkości lub odpychaną przez cyfrowe krople wody zawieszone w powietrzu, a pochodzące – jak można się domyślać z tytułu tekstu – z topniejących lodowców⁴²⁵. Z kolei inny tekst *UFO Abduction* (pol. *Kosmiczne uprowadzenie*) ukazuje modelkę próbującą wydostać się z czarno-białej płaszczyzny wizualnej wytworzonej przez kosmitów⁴²⁶. Przyszłość jest również miejscem, w którym stosowanie wszelkiego rodzaju substancji odurzających staje się elementem rzeczywistości, jak np. w fashion story *The Season of the Chemical Lounge* (pol. *Pora na salonik chemiczny*), którego bohaterowie w laboratorium próbują otrzymać ecstazy dla dobrej zabawy po południu⁴²⁷. Z kolei inny tekst – *Consume Knowledge* (pol. *Konsumuj wiedzę*) stanowi fantazję na temat przyswajania nauki, która w przyszłości może być dostępna za pomocą tabletek, batonów lub iniekcji podstawowych wiadomości. Warto zauważyć również, że w motywie futurystycznym stylizacjom towarzyszą również bronie jako narzędzie obrony przed nowym, fascynującym światem.

Fot. 30. *Consume Knowledge* (fragmenty)



⁴²⁵ Project X, nr 37.pdf, s. 33–36.

⁴²⁶ Tamże, s. 12–14.

⁴²⁷ Project X, nr 34.pdf, s. 33–35.

4. PODSUMOWANIE – „PROJECT X” JAKO TOŻSAMOŚĆ ROZBITA

Podstawowym wnioskiem, jaki można postawić na podstawie analizy ilościowej „Project X” jest ten, iż redakcja czasopisma nigdy nie miała spójnej wizji, w jakim kierunku poprowadzić swoje medium. W trakcie prawie 7-letniej działalności w magazynie odnaleźć można dziesięć kategorii przekazów dziennikarskich: STYL, MUZYKA, ROZRYWKA, AKTUALNOŚCI, NOWE MEDIA I SZTUKI WIZUALNE, POLITYKA I SPRAWY SPOŁECZNE, KULINARIA, PODRÓŻE i SPORT. Ta, która pozostawała najważniejsza z punktu widzenia przeprowadzonych badań – CLUB KIDS I ŻYCIE NOCNE AMERYKI – była trzecią pod względem liczby zakodowanych przekazów (153 teksty). Dodatkowo analiza ilościowa opublikowanych w tej kategorii tekstów wsparta analizą powierzchni treści ukazała, że zainteresowanie tematyką związaną z club kids było redukowane po wejściu czasopisma na rynek prasy komercyjnej, co zostało również ogłoszone przez redakcję w numerze 24 za pomocą tekstu *On Your Target Market, Get Set, Go*. To rozdzieliło w przeprowadzonym badaniu działalność czasopisma na dwa okresy – jako medium bezpośrednio związane z club kids (PX 1–24) i jako medium, w którym tematyka związana z (sub)kulturą pozostawała tematem pobocznym (PX 25–37).

Jednocześnie *On Your Target Market, Get Set, Go* wskazuje również chęć ustanowienia periodyku jako medium reklamowego, co potwierdziła również analiza powierzchni treści „Project X”, zwłaszcza w przypadku numerów 24 i 25, które są prawie w połowie wypełnione przekazami komercyjnymi. Odzwierciedlenie potrzeby posiadania stałego przychodu od reklamodawców w „Project X” widoczne było pod względem jakościowym zarówno w publikacji bezpośrednich treści autopromocyjnych, jak też przez stosowanie ukrytych form reklamy – takich jak adwertoriale, a w przypadku autopromocji umieszczanie artykułów sugerujących, że znane osobistości (np. Madonna) czytają czasopismo, a nawet pragną je wykupić. Innym zabiegiem było stosowanie przekazów podprogowych, gdzie treści autopromocyjne wpisane były szarymi literami jako element tła pod właściwym tekstem artykułu. Dodatkowo, redakcja zamieszczała specjalny kwestionariusz, który miał służyć głównie lepszemu doborowi treści reklamowych w piśmie, choć reklamowany był jako próba ustanowienia zainteresowań czytelniczych.

Inkorporacja różnych koncentrów tematycznych „Project X” związana była z polityką otwartego naboru treści do czasopisma, jak i z wysoce indywidualistycznym nastawieniem club kids. Dominująca kategoria STYLU obejmująca głównie *fashion stories*, stanowiące formę narracyjną wyrażoną głównie za pomocą obrazu, była rozwijana pod opieką redaktorki naczelnej „Project X” – Julie Jewels. Celebiantka i dziennikarka, uznająca zagadnienia związane z prezentacją za istotne, od pierwszego numeru określała magazyn jako nowojorskie „Vanity *nie*-Fair”⁴²⁸, nawiązując do tytułu czasopisma poświęconego stylowi, ale również implikując, że treści „Project X” stanowią zaprzeczenie konwencjonalnego magazynu o stylu. STYL był dominującą kategorią przekazów czasopisma już w pierwszym numerze, następnie w numerach 11, 13–18 oraz 24–31. Ostatnie dwa numery „Project X” wykazują z kolei, iż STYL prawdopodobnie byłby jednym z dwóch koncentrów tematycznych czasopisma w dalszej fazie rozwojowej, funkcjonując obok kategorii MUZYKA.

Z kolei CLUB KIDS I ŻYCIE NOCNE AMERYKI stanowiło w głównej mierze przedmiot zainteresowania lidera club kids – Michaela Aliga. Jako promotor imprez rozwijał on swoją kronikę towarzyską „Club Rub”, stanowiącą podsumowanie wydarzeń na nowojorskiej scenie klubowej, dodatkowo publikując również teksty dotyczące życia poszczególnych club kids, kultywując zarazem ich skandaliczne osoby celebryckie, jak i utrwalając przemoc wewnątrzrodowiskową, która stała się jednym z motywów silnie zarysowanym w pracy.

POLITYKA I SPRAWY SPOŁECZNE były z kolei polem publicystyki Rudolfa Pipera – właściciela i impresario klubowego, który zapoczątkował działalność club kids w klubie Tunnel. Zaangażowanie R. Pipera dotyczyło przede wszystkim walki o zniesienie restrykcyjnego prawa mającego na celu wcześniejsze zamykanie nowojorskich klubów nocnych i walki o wolności osobiste club kids. Jego aktywność na łamach „Project X” sprowadzała się również do funkcji opiekuńczej – informowania, przestrzegania club kids przed potencjalnymi zagrożeniami w przystępny sposób. Swoje teksty autor często oznaczał jako „ogłoszenia społeczne” (ang. PSA – *Public Service Announcement*), jak w numerze pierwszym, gdzie wykorzystywał mangowe ilustracje wypadku samochodowego, aby przestrzec club kids przed skutkami prowadzenia pod wpływem alkoholu. Również w numerze pierwszym, czwartym i ósmym namawiał club kids do praktykowania bezpiecznego seksu, tworząc nawet własną recenzję dmuchanych lalek wraz z ich zaletami.

⁴²⁸ Project X, nr 1.pdf, s. 3.

W świetle przeprowadzonych analiz wydaje się, że R. Piper, chociaż mający potencjalnie pozytywny wpływ na kreację club kids, również kultywował przemoc wewnątrzśrodowiskową w grupie swoich podopiecznych. Dwukrotnie zaatakował Mykulla Tronna po tym, jak ten skrytykował rozprowadzanie w klubie Tunnel „Hate Magazine”. Nie apelował również do club kids o zaprzestanie nadużywania substancji odurzających, wręcz przeciwnie – utwierdzał ich w przekonaniu, że jest to normalny element rzeczywistości klubowej, co stoi w sprzeczności z jego późniejszymi świadectwami odcięcia się od grupy (głównie od M. Aliga) ze względu na rosnące uzależnienie.

Wysoce zindywidualizowana działalność redakcji czasopisma stoi w przeciwieństwie do kreowania spójnej i przemyślanej wizji retorycznej club kids. W przypadku odniesień do teorii E.G. Bormanna, można powiedzieć, że personalne fantazje o sławie nadpisane były na kanwie sagi retorycznej jej dotyczącej. Działanie jednostkowe pozostawało ważniejsze od kreowania świadomości grupowej, co znalazło odzwierciedlenie w niespójnej wizji czasopisma. Jednocześnie odejście od głównej grupy docelowej i wyjście na rynek komunikacji międzygrupowej, stały się katalizatorami końca „Project X”. Biorąc pod uwagę, iż zarówno z materiałów historiograficznych, jak i źródłowych jasno wynika, że stan psychiczny M. Aliga pogarszał się ze względu na rosnące uzależnienie od narkotyków, co osłabiało redakcję, należy zadać pytanie, czy przejęcie „Project X”, które nastąpiło w numerze 24 i dostosowanie periodyku do wizji redaktorki naczelnej Julie Jewels było wrogiem względem innych club kids?

Na podstawie przeprowadzonej analizy, wydaje się, że J. Jewels pozostawała otwarta na elementy nietuzinkowej estetyki club kids, w tym futurystycznej estetyki Y2K, którą rozwijała wspólnie z Ernim Glamem. Kontynuowała ona również pracę z didżejem Keokim, rozwijając tematykę muzyczną czasopisma, w którą nie była w pełni zaangażowana. Ostatecznie J. Jewels nie zareagowała również na zawłaszczenie swojej pracy w narracji masowej poświęconej club kids, zwłaszcza że to jej wysiłek został pominięty w zachowanych nagraniach talk-shows, w dramatyzacjach filmowych, jak i w dużej mierze przy promocji archiwum numerów „Project X” w kanale „Peeew!”.

Pamiętam, kiedy poszłam do mojego pierwszego klubu. Miałam zaledwie trzynaście lat, skończyłam właśnie ósmą klasę i byłam gotowa na podbój całego świata. Wtedy chyba nie można było powiedzieć, że naprawdę pasuję do innych dzieci, które uważały, że moje fioletowe, zamszowe szpilki na platformie od Charlesa Jourdana, które nosiłam zbyt często na WF, to przesada (ale szczerze mówiąc, to był mój „look”); nie trzeba dodawać, że po prostu nie pasowałam.

I wtedy znalazłam „Celebrity Club” w piwnicy klubu Tunnel. Tej nocy myślałam, że Larry Tee to największy zakapior, jaki kiedykolwiek używał miksera, a club kids, takie jak Dean Bowery, były takie szykowne. Oczywiście wiele osób się z tym nie zgadzało. Niektórzy wciąż wspominają stare

dobrze czasy w Area – klubie, który nadał ton całej polityce aksamitnych lin⁴²⁹ lat 80-tych. A poza tym jest jeszcze naprawdę stara szkoła, wiecie – ci, którzy pamiętają Larry’ego Levana z Paradise Garage i „prywatny pokój” Lizy Minelli w Studio 54. Ale ci z nas, którzy do 1980 roku mieli godzinę policyjną o jedenastej, mają inne standardy tego, co „tworzy” klub. Kryteria nowej szkoły różnią się w zależności od wybrzeża. Niektórzy przysięgają lojalność didżejom, niektórzy nagłośnieniu i wystrojowi, a inni cekinowym dziwadłom, które kręcą się z handlarzami narkotyków po łazienkach⁴³⁰.

Wypowiedź J. Jewels sugeruje, iż uważała, że przynależy do grona club kids i dzięki nim znalazła bezpieczną przestrzeń interakcji. Polecając najważniejsze miejsca zabaw w numerze 33, napisała na koniec: „Disco 2000, Nowy Jork. Sprawdźcie rubrykę »Michael Alig’s Club Rub« w każdym numerze »Project X«”⁴³¹, chociaż w tym okresie imię i nazwisko M. Aliga zostało usunięte z nazwy sekcji (ostatni raz pojawia się w PX 24).

J. Jewels próbowała również podtrzymać prowadzenie „Club Rub” początkowo z pomocą J.St. Jamesa („Project X” 25–28), następnie usprawiedliwiając jej brak we wstępie numeru 29 i deklarując, że powróci ona w kolejnym wydaniu⁴³² oraz umożliwiając M. Aligowi powrót do jej pisania, tak długo, jak pozwolił mu na to jego stan psychofizyczny (czyli do numeru 36, z przerwą w numerze 34).

Od samego początku celem J. Jewels było, aby „Project X” był sukcesem komercyjnym, a M. Aliga – aby czasopismo pozostało wydawnictwem (sub)kulturowym. J. Jewels chciała być częścią club kids, natomiast projektowane przez nich idee nie mogły być dostosowane do jej osoby celebryckiej. Jest to widoczne bezpośrednio w jednym z nagrań Nelsona Sullivana stanowiącym zapis przyjęcia gwiazdkowego club kids. Uczestnicy, zachwyceni tym, że otrzymali farbę do czernienia zębów, zaczęli natychmiast jej używać. M. Alig namawiał do tego również J. Jewels, która starała się zmusić do oszczędzenia swojego wizerunku, ale przez prawie 20 minut trwania filmu nie była w stanie tego zrobić⁴³³. Starając się raczej emulować styl kojarzony z okresem studyjnym Hollywood (do lat 50. XX wieku) niż próbować wpasować się w kontrestetykę club kids, J. Jewels nie mogła być osobą, która poprowadzi periodyk w takim kierunku.

⁴²⁹ J. Jewels odwołuje się tutaj do idei ekskluzywności klubów, w których wejście często blokowane było poroczykami z aksamitną liną, odpinaną, aby wpuścić wyselekcjonowanych gości.

⁴³⁰ Project X, nr 33.pdf, s. 18.

⁴³¹ Tamże.

⁴³² Project X, nr 29.pdf, s. 6. J. Jewels uzasadniała brak rubryki zbyt dużą liczbą wydarzeń, która spowodowała, że osoby pełniące funkcje reporterskie nie zdążyły przed deadlineem przekazać relacji z zabaw.

⁴³³ *Michael Alig and Keoki's Little Christmas Party (the long version)*, <https://youtu.be/ZLhhKefDBfY?si=xgfbFTa90f-7E5-3> [dostęp: 15.12.2023].

Fot. 31. Julie Jewels przesyłająca świąteczne życzenia w reklamie klubu The World



Źródło: Project X, nr 6.pdf, s. 17.

Kluczowym celem pracy było odnalezienie motywów i typów fantastycznych wpisujących się w ramy teorii symbolicznej konwergencji stworzonej przez E.G. Bormanna oraz odtworzenia cyklu trwania wizji retorycznej club kids.

Wyniki analizy ilościowej, połączonej z jakościową analizą wyselekcjonowanych tekstów pozwoliły potwierdzić, że club kids jako grupa starali się emulować motywy i typy fantastyczne czerpane z szeroko rozumianej kultury *celebrity*, w tym doprecyzować, iż nie była to jakakolwiek jej forma. Przede wszystkim club kids czerpali z historii tzw. „celebutants”, których dzisiaj określilibyśmy jako celebrytów – osób znanych z tego, że posiadają umiejętność przyciągnięcia uwagi medialnej (często również posiadających znaczące zaplecze finansowe niepozyskane własnym wysiłkiem).

Cykl wizji retorycznej *celebrity* rozpoczynał się od procesu transformacji, która wymagała porzucenia dawnego wizerunku i życiorysu na rzecz wytworzenia nowej,

interesującej osoby scenicznej. Naturalnym narzędziem pomocy w tym procesie stał się więc drag łączący w sobie elementy stylizacji, jak i sposób performowania danej osoby. Typem fantastycznym reprezentującym motyw transformacji w pracy stał się Richie Rich, którego historia od odkrycia na scenie klubowej w San Francisco po migrację do Nowego Jorku była regularnie i dokładnie dokumentowana przez „Project X”.

W wyniku analizy „Project X” udało się również ustalić, iż to co E.G. Bormann określałby jako podtrzymywanie świadomości na temat danej osoby nie istniał w klasyczny sposób na nowojorskiej scenie klubowej. Gwiazdy znajdowały się zawsze w cyklu budowania lub schyłku swojej kariery. Można wnioskować, iż miało to związek z dynamiczną naturą szybko zmieniającej się sceny lub – co bardziej prawdopodobne – żądzą skandalu, który pozostawał dla club kids znacznie bardziej interesujący niż długoterminowe pozostawanie w pamięci publiczności.

Typem reprezentującym upadłą gwiazdę w „Project X” jest M. Alig, którego kroniki uzależnienia od narkotyków regularnie dokumentowane były za pośrednictwem „Project X”. Analiza materiałów źródłowych pozwoliła również ukazać, że pomimo usilnych starań zabiegania o uwagę innych club kids oraz insynuacji podjęcia prób samobójczych, nie otrzymał on wsparcia ze strony grupy, czego konsekwencją było również morderstwo na Andre „Angelu” Melendezie.

W toku analizy ujawniono także silnie zarysowaną obecność motywu przemocowego wśród club kids. Ten rodzaj przemocy można podzielić na dwa główne motywy – przemoc zewnątrzśrodowiskową i wewnątrzśrodowiskową. W wypadku przemocy zewnątrzśrodowiskowej funkcję antybohatera pełniła administracja Nowego Jorku, zwłaszcza burmistrz Ed Koch oraz świat normatywny, co w tym drugim przypadku jest wskazaniem na istnienie kolejnej sagi retorycznej, tym razem szerzej wpisanej w historię asymilacji osób nienormatywnych.

Motyw przemocy wewnątrzśrodowiskowej, obecny na scenie club kids od początku istnienia „Project X”, sprowadzał się do kultuwowania niechęci czy złośliwości wewnątrz grupy. Głównym prowodyrem tego typu negatywnych zachowań był M. Alig, gdyż większość tego typu oczerniających tekstów pojawiła się w jego rubryce „Club Rub”. Inne podobne teksty nie były podpisywane, biorąc jednak pod uwagę obiekty zainteresowania, odzwierciedlają one najczęściej uczucia autora już wyrażone w jego kronice towarzyskiej. Ofiarami ataków M. Aliga, zwłaszcza w ostatniej fazie funkcjonowania periodyku, byli wszyscy club kids – nawet ci, którzy starali się nieść mu pomoc jak wspomniana przez niego Jenny Talia. Na podstawie dostępnych materiałów źródłowych możliwe było ustalenie, że

paranoiczna wizja lidera club kids była utrzymywana właściwie do samego końca, chociaż na samym początku działalności periodyku, chociaż na początku osoby takie jak Mykull Tronn czy DJ Keoki starali się kontrolować tego typu toksyczne zachowania. W późniejszym okresie trudno ustalić, czy dominującą postawą była bierność wobec tracącego kontrolę nad własnym życiem M. Aliga, czy wręcz przeciwnie, chęć sprawienia, by prowadzący „Club Rub” wciąż mógł czuć się ważną częścią redakcji periodyku. Za tym drugim wnioskiem przemawia wspierająca postawa J. Jewels. Niestety brak radykalnej interwencji poza zmianą grupy odbiorczej „Project X” i brak spójnej konkurencyjnej wizji dla club kids z nową, silną postacią leaderską doprowadził do końca (sub)kultury, a w szerszym kontekście do tragicznego zabójstwa Andre „Angela” Melendez, o którym w 37 numerach „Project X” nie pojawia się nawet pojedyncza wzmianka. To z kolei potwierdza świadectwa zawarte w książce J.St. Jamesa i dokumentach filmowych, takich jak *Glory Daze. The Life and Times of Michael Alig*, że A. Melendez był traktowany przedmiotowo przez M. Aliga i jego najbliższych współpracowników – pełnił on funkcje jedynie dealera narkotykowego i w zamian za dostarczenie tego typu substancji mógł uczestniczyć w zabawach club kids.

Głównym adresatem niechęci M. Aliga był inny club kid – James St. James, który został wytypowany zarówno jako ofiara przemocy wewnątrzśrodowiskowej, jak i degenerat, którego szereg problematycznych zachowań, w tym romanse z nieletnimi, próby samobójcze, uzależnienie od uwagi innych oraz narkotyków zostały wyeksponowane w „Project X”. Łącząc opisy fantastyczne dotyczące J.St. Jamesa z własnymi świadectwami M. Aliga dotyczącymi jego rosnącego uzależnienia od narkotyków, warto zaznaczyć, iż być może sylwetka J.St. Jamesa stanowiła formę autorefleksji nad życiem samego M. Aliga i jego własnym cyklem upadku projektowanym na swojego rzekomego przyjaciela.

Kolejnym motywem wskazanym w pracy jest motyw powrotu do dzieciństwa – widoczny zwłaszcza w przekazach reklamowych autorstwa club kids. Tego typu płaszczyzny wizualne stosowały we wczesnych iteracjach wizerunki z kreskówek lub ikonografii dziecięcej, a w późniejszym – wizerunki młodzieży nawiązujące do sloganów reklamowych (w tym ogłoszeń publicznych).

Ostatnim z wytypowanych motywów był motyw technologicznej przyszłości, który widoczny był w późniejszej działalności „Project X”. Jako element procesu dystansowania się od club kids redakcja czasopisma zaczęła kierować uwagę w stronę kolejnego trendu – rave’ów i muzyki techno. Konsekwencją tego zjawiska była projekcja fantazji dotyczącej

nadchodzącego końca millenium i początku nowego wieku, który wypełniony był treściami, gdzie bohaterowie muszą walczyć o przetrwanie w nieprzyjaznym (często cyfrowym), kosmicznym świecie. Dodatkowa analiza motywu pozwoliła wykazać, że sama idea tego, co oferowała przyszłość, kierowana muzyką techno, nie była skonkretyzowana – miała ona tylko przynieść pokój i równość – zapewnienie, które później zostało również powtórzone przy promocji muzyki trance.

ZAKOŃCZENIE – CLUB KIDS. NIEWYGODNY FRAGMENT QUEERUJĄCEJ HISTORII?

Analiza periodyku „Project X” wykazała, że problematyczność działań club kids wynikała częściowo z przyzwolenia na kultywowanie zachowań przemocy wewnątrzśrodowiskowej, które w dużej mierze stały udziałem M. Aliga, jak i późniejszą zbrodnię dokonaną przez lidera club kids. Kłopotliwa pozostaje również sensacjonalizacja zdarzenia przez reprezentantów club kids związanych ze studiem filmowo-telewizyjno-streamingowym World of Wonder, którego produkcje wykorzystywane były wielokrotnie jako źródła faktograficzne w poniższej dysertacji ze względu na niewątpliwą wartość związaną z dokumentowaniem i utrwalaniem życia (sub)kultury. Założycielami WoW są Fenton Bailey i Randy Barbato, którzy obecnie (2024 rok) znani są przede wszystkim jako producenci najpopularniejszego programu telewizyjnego poświęconego rywalizacji drag queens o koronę dla najlepszej performerki – *RuPaul’s Drag Race*.

W trakcie głównych sezonów programu i jego spin-offów treści związane z club kids pojawiały się przynajmniej kilkakrotnie, pomimo tego, że jak wynika zarówno z biografii RuPaula, jak i z zapisków „Project X” – drag queen i M. Alig byli ze sobą skonfliktowani. W sezonie 4. styl jednej z uczestniczek – Vivacious był hybrydą nowojorskiego club kid i uczestniczki sceny balowej, co zostało uwypuklone w narracji programu. Z kolei w sezonie 9. drag queens rywalizowały ze sobą na wybiegu w kategorii stroju i makijażu inspirowanego club kids, co poprzedzone było krótkim wprowadzeniem do historii (sub)kultury. Z kolei uczestniczki *RuPaul’s Drag Race: All Stars*⁴³⁴ musiały napisać własną zwrotkę piosenki *Money, Success, Fame, Glamour* – znanej z ekranizacji powieści Jamesa St. Jamesa *Party Monster*, której autorami był zespół The Pop Tarts – tworzony przez założycieli WoW⁴³⁵.

Prezerwacja spuścizny club kids przez World of Wonder miała polegać na ponownym opisanu historii club kids, usunięciu jej co bardziej problematycznych fragmentów oraz obarczeniu M. Aliga całością winy za negatywny odbiór (sub)kultury. Z tego względu w dziwiącym sezonie *RuPaul’s Drag Race* mowa jest głównie o pionierskim wpływie club kids na historię mniejszości LGBT+, natomiast w *All-Stars* tekst piosenki,

⁴³⁴ Jest to spin-off programu, w którym performerki drag, które przegrały poprzednie edycje głównego sezonu programu, mają szansę ponownie stanąć w szranki o koronę dla najlepszej drag queen (z wyjątkiem sezonu 7, w którym zwyciężczynie poprzednich edycji rywalizowały o koronę dla najlepszej z najlepszych).

⁴³⁵ The Pop Tarts: “Money, Success, Fame, Glamour” music video, <https://www.youtube.com/watch?v=nTE6uox7CdM> [dostęp: 10.10.2022].

który głosił, iż „żyjemy w wieku, w którym pogoń za wartościami innymi niż pieniądze, sukces, sława i przepych została skompromitowana lub zniszczona”⁴³⁶ zostaje usunięty.

Poza RuPaulem, dla WoW pracuje również J.St. James. W 2023 roku jego główną rolą było prowadzenie podcastu *Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond*⁴³⁷), w którym jako goście (podobnie jak w dokumentach filmowych studia) często pojawiają się osoby związane z (sub)kulturą club kids.

Obecnie wydaje się jednak, że w wyniku zmian społecznych i naświetlenia dyskursu dotyczącego niesprawiedliwości systemu amerykańskiego prawa, wymierzonego głównie przeciwko mniejszościom etnicznym, wizja club kids nie stanie się produktem dla coraz bardziej uświadomionej w kwestiach dyskryminacyjnych publiczności masowej, zwłaszcza z powodu lekceważącego tonu, który nadało sprawie WoW.

Proces prezerwacji spuścizny club kids został zapoczątkowany przez WoW na początku lat 90. F. Bailey i R. Barbato jako pierwsi wykorzystali nagrania wideo Nelsona Sullivana, amerykańskiego dokumentalisty nowojorskiego życia nocnego⁴³⁸, na potrzeby dokumentu filmowego *Nelson Sullivan's World of Wonder* z 1994 roku⁴³⁹. Znaczna część z nich stanowi zapisy wydarzeń organizowanych przez club kids lub tych, w których brali oni udział. Po morderstwie dokonanym na A. Melendezie w 1996 roku *World of Wonder*, nie czekając na wyniki śledztwa, rozpoczęło produkcję dokumentu filmowego o M. Aligu – *Party Monster: The Shockumentary* (1998) – świadczy o tym fakt, iż w części nagrań M. Alig pojawia się jeszcze w cywilnym stroju i podważa fakt, że zabił „Angela”, następnie w stroju więziennym opowiada w czasie dokonanym o swojej zbrodni. Pięć lat później *World of Wonder* wyprodukowało również film fabularny *Party Monster* (2003) na podstawie książki J.St. Jamesa *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*, podobnie jak pisarz wysoce romantyzując zabójstwo (w filmowej dramatyzacji z głowy zamordowanego A. Melendesa sączy się krew, która przemienia się w brokat) i tagując plakaty reklamujące jako „Dobry. Zły. Pełen zabawy”. Fabuła (podobnie zresztą jak książka, na podstawie której powstała) kładzie nacisk na ukazanie J.St. Jamesa jako pierwszego club kid, który mentorował M. Aliga, ale został zepchnięty w cień przez „imprezowego potwora”, niszcząc nie tylko

⁴³⁶ *Party Monster*, reż. Fenton Bailey, Randy Barbato, USA 2003.

⁴³⁷ Zob. *Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond*, <https://podcasts.apple.com/us/podcast/night-fever/id1584126843> [dostęp: 10.10.2022].

⁴³⁸ N. Sullivan zmarł w 1989 roku w wyniku komplikacji związanych z AIDS. Zob. *Nelson Sullivan Biography*, [b.d.], <https://nelsonsullivan.com/nelsonbio.html> [dostęp: 4.07.2022]. Obecnie archiwum filmowe dokumentalisty dostępne jest w serwisie YouTube. Zob. *5ninthavenueproject*, <https://www.youtube.com/user/5ninthavenueproject> [dostęp: 13.08.2021].

⁴³⁹ *Nelson Sullivan's World of Wonder*, reż. Fenton Bailey, Randy Barbato, USA 1994.

karierę J.St. Jamesa, ale nowojorskie życie nocne w ogóle. Nie odnosząc się nigdy bezpośrednio do konkurencyjnego i krytycznego względem club kids filmu fabularnego *Shampoo Horns*, twórcy *Party Monster* zapożyczają wydłużoną sekwencję narkotycznej wizji, w której J.St. James śni o najwspanialszym przyjęciu, na którym „Angel” zostaje opuszczony na anielskich skrzydłach z sufitu klubu (w *Shampoo Horns* Junkie Jonathan widzi M. Aliga i innych club kids zasiadających do ostatniej wieczerzy jak na obrazie Leonarda da Vinci) oraz zabiegi łamania czwartej ściany⁴⁴⁰, kiedy główni bohaterowie *Party Monster* (fikcyjne wersje M. Aliga i J.St. Jamesa) chcą wyjaśnić wydarzenia rozgrywające się w filmie. Oglądając ekranizację powieści J.St. Jamesa po raz pierwszy po wyjściu z więzienia, M. Alig stwierdza, iż czuje się „w lekko samobójczym nastroju”, kiedy autor z dumą oznajmia, że fabularna wersja wydarzeń jest tą, przez pryzmat której M. Alig jest teraz rozpoznawany⁴⁴¹. Ekipa studia World of Wonder wraz z J.St. Jamesem była obecna podczas zwolnienia M. Aliga z aresztu w maju 2014 roku, próbując nagrać materiał do sequełu dokumentu filmowego *Party Monster: The Shockumentary*, który jak twierdził M. Alig, miał zostać opublikowany dopiero po jego śmierci⁴⁴². Sam M. Alig dawał wielokrotnie upust swojej frustracji wobec nadpisywania swojej spuścizny przez WoW i związane z nim podmioty, dlatego też starał się opowiedzieć swoją wersję historii club kids i nocnego życia Nowego Jorku w swoim internetowym vlogu „Peeew!”⁴⁴³.

Zrealizowana w 2021 roku przez amerykańską stację telewizyjno-streamingową FX, odpowiedzialną również za serial telewizyjny *Pose* stanowiący dramatyzację wydarzeń na scenie (sub)kultury balu, *Pride*⁴⁴⁴ jest sześcioczęściową serią godzinnych dokumentów filmowych stanowiącą próbę podsumowania historii społeczności queerujących w Ameryce od lat 50. XX wieku do czasów współczesnych. Narracja czwartego odcinka *Pride*, poświęconego latom 80., zbudowana jest wokół nagrań wideo N. Sullivana. Nagrania dotyczące club kids nie zostają uwzględnione w programie. Co więcej, w tym samym odcinku M. Musto opowiada o latach 80. w East Village, kiedy miasto pełne było połączonych ze sobą „plemion”. Wśród nich dziennikarz wymienia plemiona modowe, artystyczne i oddane nocnej scenie miasta. M. Musto, który najpierw sam ogłosił „śmierć śródmieścia”, a następnie uczestniczył w działalności club kids, pomija ten wątek; podobnie

⁴⁴⁰ „Łamanie czwartej ściany” odnosi się do sytuacji, w której postaci fikcyjne bezpośrednio angażują się w interakcję z widownią, łamiąc w ten sposób symboliczną „czwartą ścianę” – wyimaginowaną barierę, która oddziela świat przedstawiony od rzeczywistości widowni.

⁴⁴¹ *Glory Daze: The Life and Times of Michael Alig*, reż. Ramon Fernandez, USA 2015.

⁴⁴² *Glory Daze*, dz. cyt.

⁴⁴³ *Peeew!*, <https://www.youtube.com/@ThePeeew> [dostęp: 30.10.2021].

⁴⁴⁴ *Pride* (Seria TV), FX Network, USA 2021.

jak była drag queen i club kid Lahoma van Zandt (John Witherspoon) oraz Fenton Bailey. Kolejne odcinki *Pride* odziewają się również od problematycznej spuścizny club kids.

„Wszystko, co chciałam robić, to tworzyć muzykę elektroniczną i ubierać się w stroje club kids” – deklarowała w 2015 roku Lady Gaga, opisując swoje inspiracje przy tworzeniu albumu *ArtPop*⁴⁴⁵. Komercyjna porażka płyty sprawiła, że cztery lata później napisała na Twitterze – „nie pamiętam ARTPOPU”⁴⁴⁶, chociaż stroje club kids inspirowane estetyką „zrób-to-sam” nadal stanowią elementy jej garderoby (ostatnio w trakcie promocji albumu *Chromatica*, którego wizualia mogłyby stanowić jeden z futurystycznych edytoriali „Project X”). Jej trasy koncertowe nie są widowiskami, a „balami”, co nawiązuje z kolei do omówionej w pracy harlemskiej (sub)kultury. Gwiazda pojawiła się również jako honorowa członkini jury w dziewiątym sezonie *RuPaul’s Drag Race* – tym samym, w którym na wybiegu prezentowane były stroje inspirowane club kids⁴⁴⁷. Jednakże ze względu na kontrowersyjną postawę jednej z uczestniczek odcinka – Valentiny, która chciała wykonać *lip-sync* piosenki podczas eliminacji z nałożoną na usta maską, zainteresowanie historią (sub)kultury pozostało drugorzędne.

W dniu 29 grudnia 2020 roku Ernie Glam, współprowadzący z M. Aligiem vlog internetowy „Peeew!”, zamieścił w serwisie YouTube 565. odcinek programu pod tytułem *RIP Michael Alig* (pol. *Spoczywaj w spokoju Michaelu Aligu*). Prowadzący poinformował o śmierci M. Aliga w wyniku przedawkowania narkotyków podczas świąt Bożego Narodzenia, wyrażając nadzieję, że lider club kids odnalazł w końcu spokój ducha, a jego śmierć przyniesie poczucie zamknięcia pewnego etapu rodzinie A. Melendeza⁴⁴⁸. Być może odejście M. Aliga otworzy nowy rozdział pamięci o club kids, skupiając się na pozostałych uczestniczących w (sub)kulturze, którzy nie brali też bezpośredniego udziału w problematycznych działaniach związanych z utrwalaniem jej pamięci. Tego typu nadzieję przejawia Walt Paper, który w 2019 roku opublikował album poświęcony sztuce club kids – „New York: Club Kids”, a w 2023 roku przygotowywał się do wydania własnych wspomnień o (sub)kulturze, które mają zmienić jej dotychczasową narrację⁴⁴⁹.

⁴⁴⁵ LADYGAGAVEVO. *Lady Gaga – #VevoCertified Part 4: Lady Gaga on ArtPop*, 12.01.2015, <https://www.youtube.com/watch?v=FT9aLRRXA6k> [dostęp: 4.12.2023].

⁴⁴⁶ Lady Gaga, *i don't remember ARTPOP*, 11.11.2019, <https://twitter.com/ladygaga/status/1193991726043545600> [dostęp: 30.12.2023].

⁴⁴⁷ Odcinek w serwisie Netflix został przetłumaczony jako *Klubowe dzieciaki*, ja zostaję jednak przy oryginalnej nazwie.

⁴⁴⁸ „Peeew!”, #565: *RIP Michael Alig*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ry1iwVsIs-k>. [dostęp: 28.07.2021].

⁴⁴⁹ waltcassidy, <https://www.instagram.com/p/CvvkWlru1gj/?igsh=b3BpaWY1Y3FjYTVs> [dostęp: 28.09.2023].

Fot. 32. Jeden z założycieli studia World of Wonder w reklamie produktów fanowskich zespołu The Fabulous Pop Tarts na łamach „Project X”.



Źródło: Project X, nr 24.pdf, s. 36.

SPIS FOTOGRAFII, TABEL I WYKRESÓW

Fotografie

- Fot. 1. Hibiscus z The Cockettes.
- Fot. 2. Wczesne stroje club kids.
- Fot. 3. Późniejsze stroje club kids.
- Fot. 4. Klara beztroska kura – jedna z maskotek club kids
- Fot. 5. Zrzut ekranu przedstawiający pracę w programie MAXQDA Analytics Pro 2024.
- Fot. 6. Alternatywny sposób kodowania w celu wyliczenia powierzchni, jaką zajmowały główne grupy kodów w „Project X”.
- Fot. 7. Detal okładki „Project X”, nr 7.
- Fot. 8. *Uniforms Hit the Runway* (fragment).
- Fot. 9. „Project X” Pin-up Person (Mykul Tronn).
- Fot. 10. *Uprise = A New State of Fashion* (fragmenty).
- Fot. 11. Infografika *Charm Report. Why Lola Gets What Lola Wants...*
- Fot. 12. Adwertorial *Kanae & Onyx. A Taste Sensation.*
- Fot. 13. Detal logo „Project X”.
- Fot. 14. Adwertorial autopromocyjny *On your Target Market, Get set, Go!*
- Fot. 15. Fotorelacja *At the Love Ball.*
- Fot. 16. Infografika *Our Beloved Mayor Koch for a Safer New York.*
- Fot. 17. Publikacja *Tronned in the Year 2022!*
- Fot. 18. Fotostory *The Tortures of Beauty.*
- Fot. 19. *Drag, Drag, Drag* (fragment).
- Fot. 20. *Narodziny gwiazdy* z udziałem Richiego Richa
- Fot. 21. Reklama mini-albumu Richiego Richa *Love You a Million.*
- Fot. 22. *How to Expose and Accessorise!*
- Fot. 23. *The Love Connection* (fragment).
- Fot. 24. Jedno z zestawień „przed i po” na łamach „Project X”.
- Fot. 25. „Koło zapalenia wątroby”.
- Fot. 26. Reklama Disco 2000.
- Fot. 27. Reklama klubu The Tunnel (1995).
- Fot. 28. *DJ Groupies* (fragmenty)
- Fot. 29. *Space out with Verushka* (fragmenty).
- Fot. 30. *Consume Knowledge* (fragmenty).
- Fot. 31. Julie Jewels przesyłająca świąteczne życzenia w reklamie klubu The World.
- Fot. 32. Jeden z założycieli studia World of Wonder w reklamie produktów fanowskich zespołu The Fabulous Pop Tarts na łamach „Project X”.

Tabele

- Tab. 1. Kategorie interakcji R. Balesa (pary przeciwstawne lub uzupełniające się zostały oznaczone tym samym kolorem).
- Tab. 2. Różnice pomiędzy subkulturami i postsubkulturami.
- Tab. 3. Podstawowe terminy i płaszczyzny analizy w gramatyce wizualnej.
- Tab. 4. Kody formalne wykorzystane w analizie „Project X”.
- Tab. 5. Kategorie przekazów reklamowych w „Project X”.
- Tab. 6. Numery tematyczne „Project X”.
- Tab. 7. Okładki magazynu „Project X”.
- Tab. 8. Tabloidowe jedynki jako reklamy wydarzeń club kids.
- Tab. 9. Przykłady prześladowania J.St. Jamesa na łamach „Project X”.
- Tab. 10. Przykłady reklam substancji odurzających w „Project X”.
- Tab. 11. Zestawienie wczesnych reklam klubu Tunnel.
- Tab. 12. Reklamy imprez Disco 2000 (wybór).

Wykresy

- Wykr. 1. Kategorie tematyczne tekstów dziennikarskich „Project X” w ujęciu ilościowym (zestaw 37 numerów).
- Wykr. 2. Kategorie tematyczne przekazów reklamowych „Project X” w ujęciu ilościowym (zestaw 37 numerów).
- Wykr. 3. Powierzchnia publikacji w trzech głównych kategoriach „Project X” (w objętości zakodowanej powierzchni numeru).
- Wykr. 4. Powierzchnia publikacji w sześciu dodatkowych kategoriach „Project X” z wyłączeniem kategorii sportowej (w objętości zakodowanej powierzchni numeru).
- Wykr. 5. Powierzchnia treści reklamowych w poszczególnych numerach „Project X” (w objętości zakodowanej powierzchni numeru).
- Wykr. 6. Tematyka przekazów reklamowych „Project X” (stosunek wyliczony na podstawie sumy jednostkowych reklam danej kategorii w wydaniu do wszystkich zakodowanych przekazów reklamowych w wydaniu).
- Wykr. 7. Daty wydań „Project X” określone przez redakcję periodyku.
- Wykr. 8. Zmiany ceny „Project X” (w amerykańskich dolarach).

BIBLIOGRAFIA

Project X

- Project X, nr 1, <http://www.projectxarchive.com/issue1.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 2, <http://www.projectxarchive.com/issue2.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 3, <http://www.projectxarchive.com/issue3.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 4, <http://www.projectxarchive.com/issue4.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 5, <http://www.projectxarchive.com/issue5.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 6, <http://www.projectxarchive.com/issue6.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 7, <http://www.projectxarchive.com/issue7.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 8, <http://www.projectxarchive.com/issue8.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 9, <http://www.projectxarchive.com/issue9.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 10, <http://www.projectxarchive.com/issue10.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 11, <http://www.projectxarchive.com/issue11.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 12, <http://www.projectxarchive.com/issue12.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 13, http://www.projectxarchive.com/issue13_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 14, <http://www.projectxarchive.com/issue14.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 15, http://www.projectxarchive.com/issue15_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 16, http://www.projectxarchive.com/issue16_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 17, http://www.projectxarchive.com/issue17_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 18, http://www.projectxarchive.com/issue18_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 19, http://www.projectxarchive.com/issue19_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 20, http://www.projectxarchive.com/issue20_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 21, http://www.projectxarchive.com/issue21_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 22, http://www.projectxarchive.com/issue22_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 23, http://www.projectxarchive.com/issue23_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 24, http://www.projectxarchive.com/issue24_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 25, http://www.projectxarchive.com/issue25_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 26, http://www.projectxarchive.com/issue26_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 27, http://www.projectxarchive.com/issue27_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 28, http://www.projectxarchive.com/issue28_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 29, http://www.projectxarchive.com/issue29_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 30, <http://www.projectxarchive.com/issue30.pdf> [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 31, http://www.projectxarchive.com/issue31_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 32, http://www.projectxarchive.com/issue32_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 33, http://www.projectxarchive.com/issue33_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].
- Project X, nr 34, <http://www.projectxarchive.com/issue34.pdf> [dostęp: 1.01.2021].

Project X, nr 35, http://www.projectxarchive.com/issue35_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].

Project X, nr 36, http://www.projectxarchive.com/issue36_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].

Project X, nr 37, http://www.projectxarchive.com/issue37_merged.pdf [dostęp: 1.01.2021].

Literatura przedmiotu

Abjorensen N., *Historical Dictionary of Popular Music*, Rowman & Littlefield Publishing Group, Lanham 2017.

Baker G., *Rainbow Warrior. My Life in Color*, Chicago Review Press Incorporated, Chicago 2019.

Baker P., *Fantabulosa: A Dictionary of Polari and Gay Slang*, Continuum International Publishing, Londyn 2002.

Bales R.F., *A Set of Categories for the Analysis of Small Group Interaction*, "American Sociological Review" 1950, Vol. 15, No. 2, April, <https://www.jstor.org/stable/2086790> [dostęp: 3.05.2023].

Bartel J., *From A to Zine. Building a Winning Zine Collection in your Library*, American Library Association, Chicago 2004.

Basiuk T., *Queerowanie po polsku*, „Furia Pierwsza. Literackie Feministyczne Czasopismo Lesbijskie” 2000, nr 7(1), seria „Zeszyty Gender Studies”, https://zbioryspoleczne.pl/jednostki/PL_1053_002_003_0006 [dostęp: 7.06.2022].

Bates B.R., Condit C.M., *Rhetorical Methods of Applied Communication Scholarship*, [w:] *Routledge Handbook of Applied Communication Research*, red. L.R. Frey, K.N. Cissna, Routledge, Nowy Jork 2009.

Bormann E.G., Cragan J.F., Shields D.C., *An Expansion of the Rhetorical Vision Component of the Symbolic Convergence Theory: The Cold War Paradigm Case*, "Communication Monographs" 1996, Issue 63(1), DOI: 10.1080/03637759609376371.

Bormann E.G., Cragan J.F., Shields D.C., *In Defense of Symbolic Convergence Theory: A Look at The Theory and Its Criticisms After Two Decades*, "Communication Theory" 1994, No. 4, DOI: 10.1111/j.1468-2885.1994.tb00093.x.

Bormann E.G., *Fantasy & Rhetorical Vision. Ten Years Later*, "Quarterly Journal of Speech" 1982, Vol. 68, No. 3.

Bormann E.G., *Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality*, "Quarterly Journal of Speech" 1972, Vol. 58, Issue 4.

Bormann E.G., *Small Group Communication. Theory and Practice. Third Edition*, Wydawnictwo Harper & Row, Nowy Jork 1990.

Bormann E.G., *Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation*, "Journal of Communication" 1985, Vol. 35, Issue 4.

Burroughs W.S., *Pedał*, Wydawnictwo Phantom Press International, Gdańsk 1993.

- Butler J., *Bodies That Matter. On the Discursive Limits of "Sex"*, Routledge, Nowy Jork–Londyn 1993.
- Butler J., *Uwikłani w płęć*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2008.
- Chorążki W., *Polska prasa alternatywna (trzecioobiegowa) lat 1990–1995*, [w:] *Polska prasa alternatywna (trzecioobiegowa) lat 1990–1995*, red. W. Chorążki, W. Kajtoch, P. Kulig, Ł. Marciszewski, P. Płaneta, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1996.
- Crisp Q., *The Last Word: An Autobiography*, MB Books LLC, Bethesda 2017.
- Crisp Q., *The Naked Civil Servant*, Penguin Books, Nowy Jork 1997.
- Dobek-Ostrowska B., *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001.
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1999.
- Duda A., *Prasa kobieca – między advertorialem a informacją. Analiza zawartości i odbioru advertoriali miesięcznika „Claudia”*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2015, nr 3.
- Duncombe S., *Notes from the Underground. Zines and the Politics of Alternative Culture*, Microcosm Publishing, Bloomington–Portland 2008.
- Dynes W.R., Johansson W., *Encyclopedia of homosexuality. Volume II*, Routledge Revivals, Routledge, Nowy Jork–Londyn 2016.
- Encyclopedia of Identity. Volume 1*, red. R.L. Jackson II, Wydawnictwo SAGE Publications, Inc. Thousand Oaks, California 2010.
- Filipiak M., *Od subkultury do kultury alternatywnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999.
- Fischer W.R., *Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument*, “Communication Monographs” 1984, Vol. 51, Issue 1, DOI: 10.1080/03637758409390180.
- Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, tłum. A. Gierczak, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 2003.
- Fleischman M., *Inside Studio 54*, Rare Bird Books, Los Angeles 2018.
- G. Kress, Leeuwen Th. van, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Universitas, Kraków 2013.
- G. Kress, Leeuwen Th. van, *Reading Images. The Grammar of Visual Design. 3rd Edition*, Routledge, Oxon–Nowy Jork 2021.
- Gatien P., *The Club King: My Rise, Reign, and Fall in New York Nightlife*, Wydawnictwo Little A, Nowy Jork 2020 [ebook], <https://a.co/d/bN2m10j>.
- Gelder K., *Subcultures. Cultural Histories and Social Practice*, Routledge, Nowy Jork 2007.
- Goode E., *Drugs in American Society. Ninth Edition*, McGraw–Hill Education, Nowy Jork 2015.

- Griffin E., *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. O. i W. Kubińscy, M. Kacmajor, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2003.
- Gunn J., *Refiguring Fantasy: Imagination and Its Decline in U.S. Rhetorical Studies*, "Quarterly Journal of Speech" 2003, Vol. 89, No. 1, February, DOI: 10.1080/00335630308168.
- Haden-Guest A., *The Last Party. Studio 54, Disco, and the Culture of the Night*, Open Road Integrated Media, Nowy Jork 2014.
- Hamilton-Mason J., Tourse R.W.C., Wiewiorski N.J., *Systemic Racism in the United States. Scaffolding as Social Construction*, Springer, Szwajcaria 2018.
- Hilliard III A.G., *The Meaning of KMT (Ancient Egyptian) History for Contemporary African American Experience*, "Phylon" 1992, t. 49, nr 1/2, <https://doi.org/10.2307/3132613> [dostęp: 16.09.2022].
- hooks b., *Is Paris Burning?* [w:] *Black Looks. Race and Representation*, South End Press, Boston 1992.
- Hopfinger M., *Kultura: scalanie i wybór*, [w:] *Perspektywy badań nad kulturą*, red. R.W. Kluszczyński, A. Zeidler-Janiszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2008.
- Hughes L., *Autobiography: The Big Sea (Collected Works of Langston Hughes Volume 13)*, red. L. Hughes, J. McLaren, University of Missouri Press, Columbia 2002.
- Idzik J., Klepka R., *O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata?* [w:] *Medialne obrazy świata*, t. 2: *Polityka i bezpieczeństwo w relacjach medialnych*, red. R. Klepka, J. Idzik, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2019.
- James J. St., *Disco Bloodbath: A Fabulous but True Tale of Murder in Clubland*, Simon & Schuster, Nowy Jork 1999.
- Jawłowska A., *Drogi kontrkultury*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1975.
- Kiełdanowicz M., *Interakcjonizm w komunikologii – dramaturgiczna koncepcja życia społecznego Ervinga Goffmana*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 82–92.
- Kjellman A., Ehrsten M., *A Theory of Homo Entreprenaurus*, "Research on Technological Innovation, Management and Policy" 2005, Vol. 9, DOI:10.1016/S0737-1071(05)09012-8.
- Kochanowski J., *Spektakl i wiedza. Perspektywa społecznej teorii queer*, Wydawnictwo „Wschód-Zachód”, Łódź 2009.
- Krakowska J., *Odmieńca rewolucja. Performans na cudzej ziemi*, Wydawnictwo Karakter, Kraków 2020.

- Krzekotowski M., *Project X jako oficjalny periodyk amerykańskiego ruchu club kids – analiza zawartości czasopisma w kontekście historii subkultury*, Uniwersytet Łódzki 2017 (manuskrypt w posiadaniu autora).
- Krzemiński I., *Spółeczna historia homoseksualności. Ruch wyzwolenia (szkic do problematyki)*, [w:] *Queer Studies. Podręcznik kursu*, red. J. Kochanowicz, M. Abramowicz i R. Biedroń, Kampania Przeciw Homofobii, Warszawa 2010.
- Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów. Wersja 1.1. Przewodnik dla studentów*, <https://polona.pl/item/1386401> [dostęp: 2.11.2021].
- Lisowska-Magdziarz M., *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych. Od teorii do schematu analitycznego*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, Kraków 2018.
- Lisowska-Magdziarz M., *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Lucas S.E., *Reviewed Work(s): The Force of Fantasy: Restoring the American Dream by Ernest Bormann*, "Rhetoric Society Quarterly" 1986, Vol. 16, No. 3, Summer, <https://www.jstor.org/stable/3885719> [dostęp: 24.05.2022].
- Mizielińska J., *Płeć, ciało, seksualność. Od feminizmu do teorii queer*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 2006.
- Muggleton D., *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Musto M., *Fork on the Left, Knife in the Back*, Open Road Media, Nowy Jork 2014.
- Owen F., *Clubland. The Fabulous Rise and Murderous Fall of Club Culture*, Broadway Books, Nowy Jork 2004.
- Pęczak M., *Mały słownik subkultur młodzieżowych*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 1992.
- Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Wydawnictwo Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983.
- Preston JR C.T., Shields D.C., *Fantasy Theme Analysis in Competitive Rhetorical Criticism*, "The National Forensic Journal" 1985, No. 3.
- Ranke K., *Problems of Categories in Folk Prose (Translation by Carl Lindhal)*, "Folklore Forum" 1981, Vol. 14, Issue 1, <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/1737> [dostęp: 14.04.2023].
- RuPaul, *Lettin' It All Hang Out: An Autobiography*, Wydawnictwo Hyperion, Nowy Jork 1995.
- Saussure F. de, *Kurs językoznawstwa ogólnego*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1961.

- Schmitz U., *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT / Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.
- Sears C., *Electric Brilliancy: Cross-Dressing Law and Freak Show Displays in Nineteenth-Century San Francisco*, “WSQ: Women’s Studies Quarterly” 2008, t. 36, nr 3–4, <https://doi.org/10.1353/wsqr.0.0108> [dostęp: 16.06.2022].
- Stöckl H., *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wydawnictwo ATUT / Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.
- The Encyclopedia of Homosexuality. Volume II*, red. W.R. Dynes, W. Johansson, Routledge, Nowy Jork–Londyn 2016.
- Warhol A. & Hackett P., *POPism. The Warhol Sixties*, Penguin Books, Londyn 2007.
- Watson S., *Factory Made. Warhol and the Sixties*, Pantheon Books, Nowy Jork 2007.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Snopek J., Furman W., *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014.
- Worsowicz M., *Gatunki prasowe. Poradnik dla uczniów i nie tylko*, Drukarnia Cyfrowa i Wydawnictwo „Piktor”, Łódź 2006.
- Worsowicz M., *Gatunki w dziennikarstwie poradnikowym (na przykładzie prasy). Część I*, „Acta Universitatis Lodzensis Folia Litteraria Polonica” 2018, nr 2(48).
- Wróblewski M., *Kultura i hegemonia: Antologia tekstów szkoły z Birmingham*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2012.
- Wrzesień W., *Krótką historia młodzieżowej subkulturowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Materialy wideo i audio

- 5ninthavenueproject*, <https://www.youtube.com/user/5ninthavenueproject> [dostęp: 13.08.2021].
- American Masters: Andy Warhol*, reż. Ric Burns, USA 2006.
- Blackface and Hollywood – African American Film History – Documentary*, https://www.youtube.com/watch?v=tf4OKW_fqYU [dostęp: 16.06.2022].
- Blitzed! The 80s Blitz Kids Story*, reż. Bruce Ashley, Michael Donald, Wielka Brytania, 2020.
- Club Kids fashion show Joan Rivers*, <https://youtu.be/iNh11OFgZBw> [dostęp: 1.07.2023].
- Fun Moments with James St. James (Lisa E and Michael Musto too)*, <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=HwH7AsTrqmY> [dostęp 23.12.2023].
- GG Allin FINAL INTERVIEW 1993 Michael Alig Jane Whitney FULL Show*, <https://youtu.be/btDnJ7T9FD4> [dostęp: 1.07.2023].
- Glory Daze: The Life and Times of Michael Alig*, reż. Ramon Fernandez, USA 2015.

How Do I Look?, reż. Wolfgang Busch, USA 2006.

James St James' Transformations,
<https://www.youtube.com/watch?v=3CdJXLSYBTQ&list=PLhgFEi9aNUb0YV46x-Wbd3LveF5PmhhVO> [dostęp: 10.10.2022].

James St. James Exclusive Interview with Walt Cassidy, <https://www.youtube.com/watch?v=-l2O7uLEnrY> [dostęp: 13.03.2023].

James St. James on 'Hey Qween' with Jonny McGovern,
<https://www.youtube.com/watch?v=J3pgs-EjF84> [dostęp: 2.10.2022].

Jose & Luis – Queen's English Music Video,
<https://youtu.be/kv4nCDbdBV8?si=YnrJE2uLLKZhAT9B> [dostęp: 28.08.2023].

Lady Gaga, #VevoCertified Part 4: Lady Gaga on ArtPop,
<https://www.youtube.com/watch?v=FT9aLRRXA6k> [dostęp: 4.12.2023].

Leigh Bowery on the Clothes Show 1988 (Full),
<https://www.youtube.com/watch?v=om0MrCOXPcE> [dostęp: 28.12.2023].

Lesbian Waterbed – Wha's Best (Club Mix) (Vocals by Michael Alig),
<https://www.youtube.com/watch?v=v901hpFbGeY> [dostęp: 1.12.2023].

Limelight, reż. Billy Corben, USA 2011.

Madonna – 2012 Super Bowl Halftime Show,
<https://youtu.be/ucdaEjd1Y4A?si=V23KRmzUh8j19TL2> [dostęp: 27.11.2020].

Michael Alig & NYC Club Kids on Geraldo 1994 "Beyond the Glitz & Glamour",
<https://youtu.be/sajRVAak3rY?si=iUVNwnEZYbWbRwgM> [dostęp: 1.07.2023].

Michael Alig and Keoki's Little Christmas Party (the long version),
<https://youtu.be/ZLhhKefDBfY?si=xgfbFTa90f-7E5-3> [dostęp: 15.12.2023].

Michael Alig NYC Club Kids on Geraldo April 17, 1990,
https://www.youtube.com/watch?v=jhTpRKA_qvY [dostęp: 10.10.2022].

Michael Alig's Outlaw Party at McDonald's in 1989 – unedited,
https://youtu.be/zlW8jHqFSi8?si=izctCItG2_88EFgS [dostęp: 10.10.2022].

Negro Comedy Relief in Cartoons with Felix the Cat in Tee Time & Black Natives,
<https://youtu.be/4n8NCOR7yrl?si=W2HhLnug8khWBOAG> [dostęp: 15.12.2023].

Nelson Sullivan's World of Wonder, reż. Fenton Bailey, Randy Barbato, USA 1994.

New York Club Kids on Phil Donahue talkshow 1993 (complete TV show),
<https://youtu.be/lnSZqNGJtk> [dostęp: 1.07.2023].

Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond – Luis "Xtravaganza" Camacho,
<https://podcasts.apple.com/ph/podcast/night-fever/id1584126843> [dostęp: 2.10.2022].

Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond – Rudolf Piper,
<https://podcasts.apple.com/pl/podcast/night-fever/id1584126843?i=1000538254088>
[dostęp: 10.10.2022].

Paris Is Burning, reż. Jennie Livingston, USA 1990.

Party Monster, reż. Randy Barbato, Fenton Bailey, USA 2003.

Party Monster: The Shockumentary, reż. Randy Barbato, Fenton Bailey, USA 1998.

Peeew! #122: Shampoo Horns and the appeal to Kenny Kenny,
<https://www.youtube.com/watch?v=RSPyMyjae2U> [dostęp: 2.09.2022].

Peeew! #127: Shampoo Horns, Boy George Part 2 and Gitsie,
<https://www.youtube.com/watch?v=T1WQFQXmEzk> [dostęp: 2.09.2022].

Peeew! #128: Club kid photographers and sex with Peter Gatten,
<https://www.youtube.com/watch?v=PPFIH1u4M4Q&t=46s> [dostęp: 23.11.2021].

Peeew! #192: The first issue of Project X magazine,
<https://www.youtube.com/watch?v=JkHJYf2wi-I> [dostęp: 10.10.2022].

Peeew! #494: The missing Project X issue, <https://youtu.be/n-ynxhDq9rU?si=A8bsRRauVQZVOsAq> [dostęp: 28.12.2023].

Peeew! #565: RIP Michael Alig,
<https://www.youtube.com/watch?v=Ry1iwVsIs-k> [dostęp: 28.07.2021].

Pose (serial), FX Network, USA 2018–2020.

Pride (serial dokumentalny), FX Network, USA 2021.

Screamin' Rachel – Murder in Clubland, <https://www.youtube.com/watch?v=yOjkyknKJ2c> [dostęp: 10.06.2023].

Strike a Pose, reż. Ester Gould, Reijer Zwaan, Holandia 2016.

Studio 54, reż. Matt Tyrnauer, USA 2018.

Susane Bartsch: On Top, reż. Anthony Caronna, Alexander Smith, USA 2017.

The Blitz Kids Documentary (2005), <https://vimeo.com/119569896> [dostęp: 1.09.2020].

The Cockettes, reż. Bill Weber, David Weissman, USA 2002.

The Pop Tarts: "Money, Success, Fame, Glamour" music video,
<https://www.youtube.com/watch?v=nTE6uox7CdM> [dostęp: 10.10.2022].

The Queen, reż. Jack Doroshov, USA 1968.

To Wong Foo, Thanks for Everything! Julie Newmar, reż. Beeban Kidron, USA 1995.

Pozostała netografia

A History of the Drug War, <https://drugpolicy.org/issues/brief-history-drug-war> [dostęp: 1.09.2022].

AIDS: The End of the Beginning,
<https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/library/national/science/aids/123087sci-aids.html> [dostęp 2.10.2022].

Altman L.K. , *New Homosexual Disorder Worries Health Officials*,
<https://www.nytimes.com/1982/05/11/science/new-homosexual-disorder-worries-health-officials.html> [dostęp 1.10.2022].

Andy Warhol. *Marilyn Diptych 1962*, <https://www.tate.org.uk/art/artworks/warhol-marilyn-diptych-t03093> [dostęp 2.12.2023].

Banshee, Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/banshee> [dostęp: 15.11.2023].

bartschland, <https://www.instagram.com/bartschland/?hl=en> [dostęp: 10.10.2022].

Bollen C., *Michael Alig*, <https://www.interviewmagazine.com/culture/michael-alig> [dostęp: 10.10.2022].

Carl Franzoni, *Last of the Freaks*,
<https://web.archive.org/web/20060621124240/http://www.scrammagazine.com/franzoni> [dostęp: 31.08.2022].

Club Kids Kill an Angel (Written Confession to the NYPD), The Smoking Gun,
<https://www.thesmokinggun.com/file/club-kids-kill-angel> [dostęp: 2.10.2022].

Comer R., *Michael Tronn*, <http://aumag.org/2010/07/06/michael-tronn/> [dostęp: 10.10.2022]

Current Trends Mortality Attributable to HIV Infection/AIDS – United States, 1981–1990,
<https://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/00001880.htm> [dostęp: 1.10.2022].

Deis R., *The Birth and Death of “the Hippies”*, <http://www.thisdayinquotes.com/2010/09/birth-and-death-of-hippies.html> [dostęp: 1.09.2022].

Drug Enforcement Administration Museum, <https://museum.dea.gov/exhibits/online-exhibits/cannabis-coca-and-poppy-natures-addictive-plants/coca> [dostęp: 3.12.2023].

Dziwaczyć, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/dziwaczyc.html> [dostęp: 28.08.2023].

Edytorial, <https://sjp.pl/edytorial> [dostęp: 3.12.2023].

Frederick’s of Hollywood, <https://www.fredericks.com> [dostęp: 1.01.2022].

Granath O., *With Andy Warhol 1968*,
<https://www.modernamuseet.se/stockholm/en/exhibitions/andy-warhol-other-voices-other-rooms/with-andy-warhol-1968-text-ol/> [dostęp: 2.09.2023].

Green J., *Paris Has Burned*, <https://www.nytimes.com/1993/04/18/style/paris-has-burned.html> [dostęp: 9.07.2022].

Gross D. M., Scott S., *Proceeding with Caution*,
<https://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,155010,00.html> [dostęp: 1.02.2023].

Hochswender W., *Vogueing Against AIDS: A Quest for ‘Overness’*,
<https://www.nytimes.com/1989/05/12/nyregion/vogueing-against-aids-a-quest-for-overness.html> [dostęp: 24.09.2022].

- How To Identify Which Big Sad Eye Paintings Are Which (Links)*,
<https://whyimnotanartist.net/2016/01/14/how-to-identify-which-big-sad-eye-paintings-are-which-links/> [dostęp: 24.09.2022].
- Hunter M., *400 Guests Invited, but No Congressmen*,
<https://www.nytimes.com/1971/06/13/archives/400-guests-invited-but-no-congressmen.html> [dostęp: 1.07.2022].
- Idle, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/idle.html>. [dostęp: 18.09.2022].
- Johnson D., *Spandau Ballet, the Blitz kids and the birth of the New Romantics*,
<https://www.theguardian.com/music/2009/oct/04/spandau-ballet-new-romantics> [dostęp: 1.09.2020].
- Johnson Th.R., *Black-on-Black Racism: The Hazards of Implicit Bias: How the politics of respectability twists society*, <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2014/12/black-on-black-racism-the-hazards-of-implicit-bias/384028/> [dostęp: 23.08.2023].
- Kagan J., Kelman H.C., Stone P.J., Maher B.A., *Robert Freed Bales Faculty of Arts and Sciences – Memorial Minute*, <https://news.harvard.edu/gazette/story/2006/04/robert-freed-bales/> [dostęp: 11.03.2023].
- Krach A., *Club Kids Take Manhattan: A Conversation with Manuel Toledano, director of “Shampoo Horns”*, <https://www.indiewire.com/1998/03/club-kids-take-manhattan-a-conversation-with-manuel-toledano-director-of-shampoo-horns-83047/> [dostęp: 2.09.2022].
- La Dolce Musto*, <https://www.villagevoice.com/category/vv-the-front-archives/la-dolce-musto/> [dostęp: 1.07.2023].
- Lady Gaga, *i don't remember ARTPOP*,
<https://twitter.com/ladygaga/status/1193991726043545600> [dostęp: 30.12.2023].
- Lisa Edelstein, <https://www.imdb.com/name/nm0249046/> [dostęp: 23.12.2023].
- Lugen M., *The Day Disco Died: Remembering the Unbridled Chaos of “Disco Demolition Night”*,
<https://edm.com/features/remembering-disco-demolition-night-1979> [dostęp: 3.12.2023].
- Lynch J., *On This Day In Billboard History: Madonna Brought the Transcendence of ‘Vogue’ to No. 1*, <https://www.billboard.com/pro/madonna-vogue-number-one/> [dostęp: 27.11.2020].
- Mark Delong Photography, *What it Takes to Create a Full Fashion Story*,
<https://www.markdelong.com/blog/how-to-create-a-fashion-story> [dostęp: 3.12.2023].
- McLaren M., *Deep in Vogue*, <https://genius.com/Malcolm-mclaren-deep-in-vogue-lyrics> [dostęp: 22.08.2021].
- Merriam-Webster Dictionary, *celebutante*, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/celebutante> [dostęp: 24.12.2023].

- Michael Alig Hate Magazine Before Project X Ultra Rare Club Kids Zine Tunnel*, <https://www.worthpoint.com/worthopedia/michael-alig-hate-magazine-before-27187463> [dostęp: 1.01.2022].
- Mother NYC, *Excerpts From the Idle Sheets*, <http://www.mothenyc.com/verbal/marcel.html> [dostęp: 18.09.2022].
- Movement Advanced Projects, *Gay/Trans Panic Defense Bans*, https://www.lgbtmap.org/equality-maps/panic_defense_bans [dostęp: 22.09.2022].
- Musto M., *NY Mirror*, <https://www.villagevoice.com/ny-mirror-221/> [dostęp: 10.10.2022].
- Musto M., *Source comes forward with shocking new claims about infamous 'Club Kid' murder*, <https://www.queerty.com/source-comes-forward-shocking-new-claims-infamous-club-kid-murder-20220705> [dostęp: 23.11.2023].
- Nelson Sullivan Biography*, <https://nelsonsullivan.com/nelsonbio.html> [dostęp: 4.07.2022].
- Night Fever. Nightlife Legends of the '70s, '80s, '90s and Beyond*, playlista, <https://podcasts.apple.com/us/podcast/night-fever/id1584126843> [dostęp: 10.10.2022].
- Ogunnaike L., *Disco Legend, but No Feathers*, <https://www.nytimes.com/2003/09/16/movies/disco-legend-but-no-feathers.html> [dostęp: 10.10.2022].
- P.T. Barnum*, <https://www.britannica.com/biography/P-T-Barnum> [dostęp: 23.12.2023].
- Petridis A., *Disco Demolition: the night they tried to crush black music*, <https://www.theguardian.com/music/2019/jul/19/disco-demolition-the-night-they-tried-to-crush-black-music> [dostęp: 3.12.2023].
- Queer*, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/queer.html> [dostęp: 28.05.2022].
- Queer*, <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=queer> [dostęp: 28.05.2022].
- QuickFacts: New York; United States*, <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/NY,US/RHI125222> [dostęp: 20.07.2021].
- Richie Rich – Love You A Million*, <https://www.discogs.com/release/481045-Richie-Rich-Love-You-A-Million> [dostęp: 25.12.2023].
- Roberts S., *The 1989 Elections: The New York Vote; Almost Lost at the Wire*, <https://www.nytimes.com/1989/11/09/nyregion/the-1989-elections-the-new-york-vote-almost-lost-at-the-wire.html> [dostęp: 13.03.2023].
- Stanowisko Polskiego Towarzystwa Seksuologicznego na temat zdrowia osób o orientacji homoseksualnej*, <https://pts-seksuologia.pl/sites/strona/59/stanowiskopts-na-temat-zdrowia-osob-o-orientacji-homoseksualnej> [dostęp: 20.04.2022].
- Stanowisko PTS ws. sytuacji społecznej, zdrowotnej i prawnej osób transpłciowych*, <https://pts-seksuologia.pl/sites/strona/83/stanowisko-pts-ws-sytuacji-spoecznej-zdrowotnej-i-prawnej-osob-transpłciowych> [dostęp: 20.04.2022].

Style Icons of Yore: Julie Jewels, <https://malcriada.net/post/14403744647/style-icons-of-yore-julie-jewels> [dostęp: 28.12.2023].

Sullivan J., *2 Men Plead Guilty in Killing of Club Denizen*, <https://www.nytimes.com/1997/09/11/nyregion/2-men-plead-guilty-in-killing-of-club-denizen.html> [dostęp: 29.12.2023].

Tagawa B., *When cross-dressing was criminal: Book documents history of longtime San Francisco law*, <https://news.sfsu.edu/when-cross-dressing-was-criminal-book-documents-history-longtime-san-francisco-law> [dostęp: 17.06.2022].

Terminus, <https://oxford.pwn.pl/szukaj/terminus.html> [dostęp: 23.09.2022].

Terrebonne J., *6 Objects That Tell the Fabulous Story of Studio 54*, <https://galeriemagazine.com/story-behind-studio-54-brooklyn-museum/> [dostęp: 3.12.2023].

The City; 2 Studio 54 Owners Admit Tax Evasion Wrong Man Shot By Officer in Holdup State Guard Held In Shooting at Bar Drug Program Audit, <https://www.nytimes.com/1979/11/03/archives/the-city-2-studio-54-owners-admit-tax-evasion-wrong-man-shot-by.html> [dostęp: 10.12.2023].

The X-Files, <https://www.imdb.com/title/tt0106179/episodes/?season=1> [dostęp: 11.11.2023].

To catch/capture a lightning in a bottle, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/catch%2Fcapture%20lightning%20in%20a%20bottle> [dostęp: 25.05.2022].

Top 10 Public-Service Announcements, https://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1920454_1920455_1920452,00.html [dostęp: 31.12.2023].

Wall K., Clerici C., *Welcome to Giptown, the last 'freakshow' town in America*, <https://www.theguardian.com/us-news/2015/feb/26/welcome-to-giptown-the-last-freakshow-town-in-america> [dostęp: 30.05.2022].

waltcassidy, <https://www.instagram.com/p/CvvkWlru1gj/?igsh=b3BpaWY1Y3FjYTVs> [dostęp: 28.09.2023].

Westcott K., *World's best-known protest symbol turns 50*, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7292252.stm [dostęp: 13.02.2023].

What Is Queer Nation?, <https://www.newsweek.com/what-queer-nation-202866> [dostęp: 20.05.2022].

Where did "I scream, you scream, we all scream for ice cream" Come From?, <https://culinarylore.com/food-history:i-scream-you-scream-ice-cream/> [dostęp: 31.12.2023].

Willingham A.J., *Y2K aesthetics are so hot right now – and so is the era's existential dread*, <https://edition.cnn.com/2022/12/29/us/y2k-nostalgia-millennium-style-angst-cec/index.html> [dostęp: 10.11.2023].

Wirusowe zapalenia wątroby, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/wirusowe-zapalenia-watroby;3996698.html> [dostęp: 27.05.2022].

WW2: Eight months of Blitz terror, <https://www.bbc.co.uk/teach/the-blitz-eight-months-of-terror/z7dyxyc> [dostęp: 1.09.2020].