

Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów

Piotr Siuda

Być fanem¹ – to powszechnie występujący kolokwializm. Można być fanem jakiejś drużyny piłkarskiej, fanem dobrej kuchni, polityka, a nawet górskiego bądź nadmorskiego krajobrazu. Jednym słowem używamy pojęcia fan w całej mnogości kolorów i odcieni, opisując za jego pomocą wiele różnorodnych zjawisk. To niewątpliwie błąd – fani to bowiem specyficzny odłam odbiorców kultury popularnej, specyficzna publiczność różnorodnych tekstów medialnych. Wielbiciele są niezwykle zaangażowani w odbiór, mają „ogromną wiedzę na temat produktu, którym są zafascynowani, wynikającą z tak zwanego wielokrotnego odczytania. Fan to ktoś, kto obcuje z wielbionym tekstem nie raz, nie dwa czy trzy, ale kilkadziesiąt czy nawet więcej razy, często czerpiąc przyjemność z czegoś, co na zwykłym odbiorcy nie robi większego wrażenia (przykładowo uwielbienie dla jakichś detali czy konkretnych postaci). Fan dąży do intensyfikacji swojej przyjemności poprzez wtórną produkcję – jest nie tylko konsumentem, ale i twórcą tekstów opartych na oryginalnym”². Wielbiciel jest również prospołeczny, często tworzy specyficzne wspólnoty z innymi odbiorcami, podobnie mocno jak on zainteresowanymi danym produktem medialnym³.

Fani interesują się serialami, filmami, książkami. Spotkać można wielbicieli powieści o nastoletnich czarodziejach, maniaków wymachujących dziwnymi, świecącymi mieczami oraz poprzebieranych w czarne stroje, których maski tak modulują głos do dźwięcznego basu, aby upodobnić przebranego do postaci z pewnego bardzo popularnego filmu. Najwięcej jest jednak fanów różnorodnych seriali – ci stanowią wręcz fanowską awangardę. Zaznaczyć należy, że w sferę kultury popularnej wpisana jest synergia tekstów i produktów, dlatego trudno jest mówić o tym, że fan danego serialu odrzuci powstałe na jego podstawie filmy, książki, komiksy, kubki, t-shirty oraz inne produkty, którymi może przyozdobić swoje ciało, mieszkanie bądź samochód. Bardziej prawdopodobne jest, że będzie uwielbiał wszystko, co jest związane z danym popkulturowym zjawiskiem. Ważne jest jednak to, że seriale mają najwięcej fanów w tym sensie, że najczęściej produktem oryginalnym, rzec można źródłowym, a więc takim, za którym rusza produkcja medialna i materialna, jest właśnie serial. W tym sensie także wielbiciele filmów, książek i innych tekstów są fanami serialowymi, o ile na podstawie oryginalnego kinowego przeboju czy nośnego bestsellera powstaje jakiś telewizyjny tasiemiec. Dodać

¹ Pojęcia fan używam zamiennie z określeniem wielbiciel.

² P. Siuda, *Polski antyfan. Patrząc na fanizm, nie zapomnijmy o antyfanizmie*, „Kultura Popularna” 2008, nr 3, s. 33.

³ Por. tegoż, *Fani jako specyficzna subkultura konsumpcji. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi*, [w:] „Czas ukoj nas?”. *Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*, red. nauk. W. Muszyński, Toruń 2008, s. 60–71.

należy, że dzieje się tak bardzo często. Przedstawione w tekście rozważania pokazują, jak zmieniały się akademickie poglądy na temat fanów, jak ewoluowała naukowa refleksja nad tym specyficznym typem odbiorców, szukając przyczyn owej zmiany zarówno w ewolucji poglądów na temat kultury popularnej oraz jej odbiorców, jak również w zmianie *widoczności* fanów. Co rozumiem pod pojęciem widoczności, wyjaśnione zostanie później.

Obraz fana w obszarze nauk społecznych zmienia się jak w kalejdoskopie. Bardzo trudno jest go jednoznacznie zdefiniować. Charakterystyki, podane w pierwszym akapicie, to tylko ogólne ramy tego, jak fana się rozumie. Różni badacze mają swoje pomysły na to, jak go zdefiniować – każdy z nich zwraca uwagę na inne cechy (spośród tych wymienionych wyżej) jako szczególnie ważne, a także przydaje im różne znaczenia. Pomimo chaosu związanego z różnym patrzeniem na fanów, da się wyróżnić pewne zbieżne sposoby ich ujmowania. Oficjalnie nie tworzą one żadnych szkół, tekst nie ma zatem na celu ich opisania, stanowi raczej próbę uporządkowania badań z tego zakresu, wskazania pewnych trendów i zmian. Aby lepiej zobrazować owe trendy, określam je mianem fal badań, które następowały po sobie, począwszy od pierwszych analiz fanów po czasy współczesne. W tekście podejmuję próbę ich wyodrębnienia, wskazania przyczyn ich wzbudzenia, przybliżonych ram chronologicznych i podstawowych założeń, przedstawienia głównych akademików reprezentujących każdą z nich. Fale jak to fale – pod wpływem wielu czynników i warunków bywają różne – jedne są większe, drugie mniejsze, jedne posuwają się z większą werwą niż inne, jedne trwają dłużej, inne krócej, niektóre mogą na siebie zachodzić, inne przeciwnie. Podobnie fale badań fanów – są one mocno zróżnicowane. Stanie się to jasne, kiedy dokładniej przyjrzymy się każdej z nich.

Fala dewiacji

Fala dewiacji istniała praktycznie od momentu podjęcia naukowych rozważań na temat fanów. Celem periodyzacji można podać tutaj umowną datę. Jest ona nie tyle związana z opublikowaniem jakiegoś tekstu, lecz z zaistnieniem pierwszych społeczności fanowskich (fandomów). Zapoczątkował je ruch fanów fantastyki naukowej funkcjonujący w pierwszej połowie XX w. w USA. Fani sci-fi zaczęli nabierać wyrazistości w latach trzydziestych. Jednym z pionierów owego ruchu był Hugo Gernsback, pisarz i założyciel pierwszego magazynu science fiction „Amazing Stories” (1926). Zachęcał on czytelników tego pisma do nadsyłania do redakcji listów komentujących zamieszczane tam treści. Fani nie tylko jednak wyrażali opinie, ale zaczęli się wymieniać adresami, które Gernsback publikował. Wkrótce też zaczęli do siebie pisać listy lub – jeśli mieszkali dostatecznie blisko – spotykać się osobiście⁴. Za datę początkową ruchu fantastyki (a tym samym datę początkową fali dewiacji) uznać można rok 1939. Wówczas to został zorganizowany pierwszy zjazd fanów – Światowy Konwent Science Fiction⁵.

W okresie panowania fali dewiacji fan był w niesławie, postrzegany przez pryzmat stereotypów, mówiących o niezwykle patologicznym odbiorze, był wręcz takim, który wymagał opieki psychiatrycznej. W okresie pierwszej fali wielbicieli kojarzono z niedojrzałością, dziecinnieniem, nieporadnością życiową. Postrzegano ich jako dewiantów, osoby antyspołeczne, mające trudności z nawiązywaniem kontaktów towarzyskich, seksualnych, niepotrafiące znaleźć pracy, czyli po prostu nieumiejące poradzić sobie w życiu. Jednym słowem – o fanach pisano bardzo źle.

Dla przykładu, Stephan Hinerman w artykule traktującym o wielbicielach Elvisa Presleya pokazuje kilka przykładów radykalnych

⁴ Por. J.M. Verba, *Boldly Writing. A Trekker Fan and Zine History, 1967–1987*, Minnetoka 2003.

⁵ Por. P. Siuda, *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów*, [w:] *Człowiek a media. Obserwacje – wizje – obawy*, red. nauk. W. Gruszczyński, A. Hebda, Warszawa 2007, s. 143–157.

zachowań fanowskich⁶. Wśród nich między innymi skłonności do kolekcjonowania przedziwnych rzeczy związanych z królem rocka. Jego wielbiciele kupują setki gadżetów oraz pamiątek – obok oficjalnego obiegu rzeczy, takich jak t-shirty, zdjęcia, kubki itp., funkcjonuje również podziemny (niewspierany przez oficjalnego dystrybutora pamiątek Graceland Enterprises Inc.) rynek sprzedaży pamiątek o wiele bardziej intymnych, takich jak chociażby fiolki z potem Elvisa, jego brodawki czy obcięte paznokcie⁷. Zbieranie takich pozostałości nie jest jednak najbardziej radykalnym przejawem fanatyzmu maniaków Presleya. Według Hinermana znacznie ciekawsze pod tym względem są różnorakiej treści fantazje. Tych jest naprawdę wiele, jeśli weźmiemy pod uwagę to, co fani sobie wyobrażają – Elvis jako partner seksualny, jako objawienie, jako ktoś, kto doradza, wspiera, wybiera kogoś i naznacza jako osobę godną kontaktu – to wszystko przypadki dość powszechnie opisywane w literaturze (jak zauważa Hinerman). W wyjaśnieniu ich przyczyn autor nawiązuje do freudowskiej psychoanalizy, która fantazje traktuje jako możliwość ucieczki od represjonującego superego, czyli od uciskającej każdego kultury. Człowiek, nie mogąc zaspokoić pragnień oraz poskromić lęków związanych z trudami życia codziennego oraz ze śmiercią, ratuje się ucieczką w świat fantazji. Jego wytwory pozwalają na utrzymanie spójności własnej osobowości oraz zapobiegają obniżeniu samooceny, szczególnie w sytuacjach uznanych za traumatyczne. Bardzo często taka jest również rola fantazji z udziałem Elvisa, czego dowodzi przytaczany przez Hinermana przykład kobiety, której poród odbierał król. W momencie rozwiązania była ona w bardzo trudnej sytuacji życiowej. Miała już dwoje dzieci, ojciec tego w drodze opuścił ją, a rodzice, przeciwni narodzinom kolejnego potomka, odwrócili się od niej. Ła-

two wyobrazić sobie traumę, jaką przechodziła kobieta, oraz zrozumieć, dlaczego za wszelką cenę chciała usprawiedliwić narodzenie kolejnej pociechy. Jej sposobem na poradzenie sobie z sytuacją była ucieczka w świat fantazji, w której sam Elvis legitymizuje poród i błogosławi nowo narodzonego chłopca⁸. Oczywiście rozważania o fantazjach fanów Elvisa zastosować można do wielbicieli innych zjawisk medialnych. Dość znane i powszechnie opisywane są przypadki erotycznych fantazji fanów serialu *Star Trek*, uprawiających seks z ulubionymi bohaterami. Ogólnie Hinerman przedstawia niezbyt ciekawy obraz – wielbiciel to ktoś, kto zmuszony jest kompensować swoje życiowe traumy, ktoś, kto potrzebuje pomocy i kogo można określić dwoma słowami – chory psychicznie. Musi takim być, skoro nie mogąc poradzić sobie z trudną sytuacją życiową, zmuszony jest do ucieczki w świat fantazji.

John Tulloch i Henry Jenkins doskonale opisali, w jaki sposób fani byli postrzegani w środowiskach akademickich w okresie, który określam jako pierwszą falę. W książce zatytułowanej *Science Fiction Audiences* wspomniani autorzy skupiają się na wielbicielach seriali science fiction jako awangardzie wszelkich środowisk fanowskich. Podkreślają, że już od momentu zaistnienia w latach sześćdziesiątych fani ci byli postrzegani jako dewianci. Dla przykładu, na określenie wielbiciela *Star Treka* ukuto nawet pogardliwy termin *Trekkie*, mający określać go jako wcieleńnię wszystkiego, co złe w kulturze masowej, a więc ślepego konsumeryzmu, obsesyjnego zainteresowania trywialnymi rzeczami, braku chęci rozwoju intelektualnego, odwrotu od rzeczywistości w świat ułud. Sami fani sprzeciwiali się stereotypowemu obrazowi ucieleśnionemu w nazwie *Trekkie* i stworzyli nazwę *Trekker*. O ile pierwszy termin reprezentował stereotypy narzucone grupie z zewnątrz, termin drugi miał odnosić się do obrazu bardziej

⁶ S. Hinerman, „I’ll Be Here With You”: *Fans, Fantasy and the Figure of Elvis*, [w:] *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, ed. by L.A. Lewis, London–New York 1992, s. 128.

⁷ J. Windsor, *Identity Parades*, [w:] *The Cultures of Collecting*, ed. by J. Elsner, R. Cardinal, London 1994, s. 58.

⁸ S. Hinerman, „I’ll Be Here With You”..., s. 107–134.

pozytywnego, tworzonego przez samych wielbicieli. Mimo tego akademickie rozważania o fanach *Star Treka* nie miały wiele wspólnego z owym pozytywnym obrazem. Akademiicy, tacy jak chociażby Robert Jewett, John S. Lawrence i Harvey Greenberg, korzystali ze swojego naukowego autorytetu, aby umacniać patologiczny obraz maniaków amerykańskiego serialu o gwiazdnej wędrowce oraz fanów seriali sci-fi w ogóle. Pokazywano ich jako narwanych kultystów, opisywano jako zainteresowanych niezwykle banalnymi tekstami⁹.

Joli Jenson w artykule zatytułowanym *Fandom as Pathology* twierdzi, że fanów traktowano tradycyjnie na dwa sposoby – przesmiewczo oraz jako przejaw patologii, ich zachowanie ujmując jako nieumiarkowane, będące na pograniczu obłędu. Autorka dowodzi, że takie przedstawianie wywodziło się z wszechobecnej w środowisku naukowym (ale także w mediach) krytyki nowoczesności. Fani stali się dla akademików wszystkim tym, czego należy się w związku z nią bać. Dlatego byli traktowani jako jedni z niebezpiecznych „obcych” nowoczesnej rzeczywistości. „My” jesteśmy rozsądni i poważni, „oni” zaś są niewiedzeni i histeryczni. „My”, czyli profesoria, studenci, ludzie poważni i czytani, jesteśmy zdrowi, „oni”, czyli fani, to osoby społecznie dysfunkcyjne. „My”, przedstawiciele klasy wyższej, interesujemy się kulturą wysoką, rzeczami wartymi tego, żeby się nimi interesować, jesteśmy poważni i racjonalni, „oni” interesują się kulturą popularną, są przy tym przesadnie emocjonalni w wyrażaniu uczuć. Jenson pokazuje zatem, że traktowanie wielbicieli jako odbiorców patologicznych nosi znamiona próby ochrony i utrzymania podziału między kulturami klasowymi, co jest z kolei odpowiedzią na strach związany z no-

woczesnością. „My”, czyli przedstawiciele klasy wyższej, w przeciwieństwie do „nich”, klasy niższej, jesteśmy bardziej odporni na zagrożenia z nią związane¹⁰. John Storey, streszczając artykuł Jenson, dobrze podsumowuje jej wywody. W oczach naukowców (należących do pierwszej fali): „ruch fanów stanowi wyraźny (patologiczny) objaw rzekomej kulturowej, moralnej i społecznej niemocy, która jest bez wątpienia następstwem przekształcenia społeczeństwa wiejskiego i rolniczego w społeczeństwo przemysłowe i miejskie”¹¹. Naukowcy ci bali się nowoczesności, twierdząc, że przynosi ona atomizację, alienację, rozproszenie więzi społecznych, uformowanie fragmentarycznej, niekompletnej jaźni człowieka. Jenson pokazuje, że takie pojmowanie jednostki przekładało się na to, co pisano o fanach. Chodzi o różnorakie psychologizujące wersje krytyki społeczeństwa nowoczesnego, podkreślające, że bycie wielbicielem to po prostu rodzaj psychologicznej kompensacji – to beznadziejna, w swoich skutkach, próba wyrównania braków współczesnego życia¹².

Fala dewiacji jest zatem fanom bardzo nieprzychylna. Bernard Scharratt, pisząc o wiedzy fanów na temat ich ulubionego tekstu¹³ (niewątpliwie ogromnej), nazywa ją pseudowiedzą – taką, która zastępuje wiedzę o świecie rzeczywistym, czyli zrozumienie społecznych i ekonomicznych struktur, które zwykle wyzyskują ludzi i nimi manipulują. Teksty kultury popularnej są dla fanów remedium, uspokojeniem, pozwalają złudnie wejść w siły kontrolujące świat, a tymczasem tak naprawdę zaciemniają obraz¹⁴. Jeszcze dalej w krytyce fanów idzie Jay Goulding. W książce *Empire, Aliens and Conquest* o wielbicielach seriali science fiction pisze w duchu szkoły frankfurckiej. Bezpośrednio

⁹ J. Tulloch, H. Jenkins, *Science Fiction Audiences. Watching Doctor Who and Star Trek*, London and New York 1995, s. 14–15.

¹⁰ J. Jenson, *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*, [w:] *Adoring Audience...*, s. 10–16.

¹¹ J. Storey, *Studia kulturowe i badania kultury popularnej*, Kraków 2003, s. 117.

¹² J. Jenson, *Fandom as Pathology...*, s. 16–18.

¹³ Pod pojęciem tekstu rozumiem wszelkie popkulturowe produkcje, takie jak filmy, seriale, książki itd.

¹⁴ J. Tulloch, H. Jenkins, *Science Fiction...*, s. 16–17.

nawiązując do teorii Theodora Adorno, widzi w serii odcinków danego programu pseudindywidualizację opartą tak naprawdę na standaryzacji, której jedynym celem jest wsparcie przemysłu kulturalnego. Seriale stają się częścią szerszego systemu oszustwa, mającego na celu pomoc w racjonalizowaniu sprzeczności i nierówności współczesnych społeczeństw oraz utrzymaniu władzy klas rządzących. Seriale promują seksizm, kapitalizm, indywidualizm, konsumeryzm – w tym sensie zniewalają oglądających, uniemożliwiają bunt. Dla przykładu, *Star Trek* staje się dla Gouldinga tekstem racjonalizującym amerykański imperializm. Autor stawia zatem na podkreślanie kontroli społecznej, której mają służyć produkcje kultury popularnej. Widzami poddawany owej kontroli są zniewoleni, manipulowani, bezwolni fani – pierwsi w szeregu wielu ofiar przemysłu kulturalnego¹⁵.

Skąd wziął się ten charakterystyczny dla fali dewiacji negatywny sposób ujmowania wielbicieli? Pisać w ten sposób było bardzo łatwo, czerpiąc inspirację z popularnych wówczas poglądów na kulturę popularną, ukazujących jej odbiorców jako biernych i pasywnych. Natchnienie znaleźć można było w poglądach frankfurczyków czy badaczy im podobnych. Szkoła frankfurcka, na czele z Theodorem Adorno, Maxem Horkheimerem czy Herbertem Marcuse, sytuowała odbiorców jako ofiary manipulowane przez przemysł kulturalny, mający utrwalić istniejące nierówności społeczne oraz przekonać ludzi do pragnienia zaspokajania potrzeb fałszywych – takich, dla których remedium była konsumpcja¹⁶. Frankfurczycy twierdzili, że współczesna kultura promuje ją do granic absurdu, a przy tym indoktrynuje ludzi tak, aby posuwali się do coraz bardziej skrajnych aktów z nią związanych. Adorno ciekawie pisał o muzyce popularnej, przedstawiając ją jako rozrywkę dla in-

fantylnych i dziecięcych, tak zwanych regresywnych odbiorców. Według myśliciela owa muzyka opiera się na powtarzalnych schematach oraz tylko pozornej indywidualizacji (właśnie taką indywidualizację widział w serialach sci-fi Goulding). Każda piosenka zdaje się być inna, ale tak naprawdę jest niezwykle podobna. Popowi przeciwstawiał muzykę poważną – oryginalną, nieprzewidywalną, prawdziwą sztukę dla elit. Szkoła frankfurcka (przede wszystkim Herbert Marcuse) rozwijała również koncepcję fałszywych potrzeb¹⁷. Według niej ludzie mają potrzebę bycia twórczymi i niezależnymi, autonomicznie kontrolującymi swoje życie. Nie może ona być jednak realizowana wskutek istnienia potrzeb fałszywych – tych tworzonych przez wszechwładny przemysł kulturalny, które domagają się ciągłego zaspokajania przez nieustanne kupowanie i wymianę rzeczy, opierając się na zasadzie fetyszyzmu towarowego. Dla przykładu: potrzebą prawdziwą jest potrzeba wolności – we współczesnym kapitalistycznym społeczeństwie jest ona zastępowana fałszywą potrzebą wolności wyboru konsumowanych dóbr, co jest oczywistym praniem mózgu, jaki serwuje przemysł kulturalny. Dyktatu fałszywych potrzeb nie da się pokonać, gdyż manipulowane przez nie jednostki nie zauważają korzyści, jakie przyniosłoby wyzwolenie się z ich kieratu.

Poglądy podobne do frankfurczyków przedstawiali chociażby Dwight MacDonald – podkreślający bezwolność i zatomizowanie masowej publiczności – czy Richard Hoggart, brytyjski badacz kultury, który w swojej najbardziej znanej pracy *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, opublikowanej po raz pierwszy w 1957 r., opisywał wpływ importu amerykańskiej popkultury na angielską klasę robotniczą¹⁸. Określił go mianem *połyskliwego barbarzyństwa*, będącego przyczyną wszystkiego, co złe. Raz jeszcze obraz odbiorców

¹⁵ J. Goulding, *Empire, Aliens and Conquest*, Toronto 1985.

¹⁶ Por. D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1995, s. 15–49.

¹⁷ Por. H. Marcuse, *Człowiek jednowymiarowy*, Warszawa 1991, s. 13–27.

¹⁸ R. Hoggart, *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, Warszawa 1976.

kultury masowej jawił się jako obraz manipulowanej i indoktrynowanej masy.

Temu, że o fanach pisano źle, sprzyjała również ich mała *widoczność*. Co to znaczy? To, że istniało niewiele zjawisk medialnych, które miały wielbicieli. I, co niezwykle ważne, w okresie pierwszej fali fanów nie traktowano w kontekście wspólnotowym, lecz jednostkowym. Ukazywaniu ich jako patologicznych jednostek sprzyjało to, że społeczności wielbicieli – fandomy – były zorganizowane zdecydowanie słabiej niż później. W latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych występowało zdecydowanie mniej zjawisk medialnych mających własne fandomy niż w latach kolejnych, fani organizowali mniej konwentów (zjazdów) oraz tworzyli mniej własnych tekstów (tzw. *fanfiction*). Aby zostać prawdziwym wielbicielem, należało wykazać się nie małym zaangażowaniem i uporem, poza tym było się ograniczonym tylko do jednego gatunku czy tekstu, co niejako z definicji sytuowało fana jako niezwykle ekscentrycznego odbiorcę. Właśnie z tych względów, opisując wielbicieli, skupiano się raczej na jednostkach – podkreślając ich poddanie dyktatowi producentkiemu, eksponując ich jako osoby zmanipulowane i infantylne.

Fala oporu

Zupełnie inaczej do fanów podchodzili przedstawiciele drugiej fali – fali oporu. Przewartościli oni widzenie wielbicieli i podeszli do nich odmiennie niż poprzednicy. Już nie manipulowana i patologiczna jednostka, ale aktywny, twórczy, opierający się producentom fan, członek wspólnoty tworzącej własną kulturę. Za początek drugiej fali przyjmę rok 1992 – wówczas to ukazały się dzieła dla niej kluczowe, radykalnie odcinające się od wcześniejszych ujęć.

Szukając przyczyn zmiany, zastrzec należy, że przedstawiciele fali oporu mało mieliby zapewne do powiedzenia, gdyby nie zmienili się sami fani, gdyby nie zaczęli być oni bar-

dziej widoczni. W latach osiemdziesiątych jasne stało się, że coraz więcej zjawisk medialnych cieszy się znaczną liczbą wielbicieli. Co równie ciekawe, literackie opowiadania fanów stawały się coraz bardziej kompleksowe, niekoniecznie związane już tylko z jednym tekstem popkulturowym. Wielbiciele zaczęli tworzyć tzw. *cross overs*, czyli historie mieszające dwa lub więcej filmów czy seriali. Od początku lat dziewięćdziesiątych na fanów znaczny wpływ wywarło nowe, interaktywne, przestrzenne medium – internet. Interakcje wielbicieli zaczęły przenosić się z drukowanych *zinnów* (gazetki fanowskie) do elektronicznej sieci, zaczęli oni komunikować się w ramach grup usenetowych czy forów. Zaczęli zatem kolonizować cyberprzestrzeń, tworząc nowe miejsca rozwoju swoich zainteresowań, służące zarówno zażartym dyskusjom na temat ulubionych tekstów, ale także wymianie własnej, amatorskiej twórczości¹⁹. Skoro coraz więcej zjawisk medialnych miało swoich fanów, skoro zaczęli oni korzystać z najnowocześniejszych technologii i organizowali się coraz lepiej, skoro zaczęli pisać i produkować coraz więcej amatorskich tekstów – naukowcy doszli do wniosku, że nie może to być aż tak ekscentryczny i dewiacyjny oraz tak bardzo manipulowany odłam odbiorców popkultury.

Przedstawiciele fali oporu czerpali natchnienie z zupełnie innych źródeł naukowych niż poprzednicy. Takich, które odchodziły od ciągłych utyskiwań związanych z manipulowaniem, biernością oraz pasywnością odbiorców. Przykładów znaleźć można wiele. Choćby badania Dicka Hebdige'a, podkreślającego, że publiczność nie konsumuje w sposób bierny i bezrefleksyjny, lecz aktywny. Korzystając z dostępnych popularnych tekstów kulturowych, odwołuje się do własnych wyobrażeń oraz doświadczeń życiowych. Na przykład robotnicy używają amerykańskiej popkultury, aby opierać się, wprawdzie niezbyt radykalnie, kulturze klasy średniej i wyższej – używają jej po prostu jako duchowej obrony przeciwko

¹⁹ Por. F. Coppa, *A Brief History of Media Fandom*, [w:] *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet. New Essays*, ed. by K. Hellekson, K. Busse, Jefferson, N.C. 2006, s. 41–59.

własnemu podporządkowaniu²⁰. Poglądy Hebdige'a zdecydowanie różniły się od tych ukazujących kulturę masową jako coś oglupiającego, a jej odbiorców jako zmanipulowane marionetki. Wraz z rozwojem teoretycznej refleksji nad kulturą popularną oraz jej odbiorcami pojawiało się coraz więcej zwolenników mniej negatywnego na nich społgądania. Dialogowe podejście, reprezentowane chociażby przez Barkera, sytuowało odbiorców gdzieś pośrodku – jako tych poddanych władzy przemysłu kulturalnego, ale jednocześnie wywierających nań pewne wpływy²¹. Generalnie w ostatnich trzech dekadach w naukach społecznych pojawia się coraz więcej literatury podkreślającej możliwość przeciwstawiania się i oporu publiczności medialnej. Ien Ang w swej najbardziej znanej pracy pokazała, jak amerykańskie opery mydlane w rodzaju *Dallas* są otwarte na różnorakie interpretacje publiczności²².

Z modelem pasywnych konsumentów kultury masowej zrywali przedstawiciele Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) działającego przy Uniwersytecie w Birmingham. Wczesne prace powstające w ramach Centrum, dotyczące przede wszystkim subkultur, podkreślały ich zdolność przeciwstawiania się i podważania dominujących ideologii – takie ujmowanie sprawy było zdecydowanie odmienne od wcześniejszych modeli krytyki kultury masowej²³. Sprzeciwiał się im chociażby wybitny przedstawiciel CCCS Stuart Hall ze swoją koncepcją przeciwstawnego dekodowania czy też David Morley, który w pracach *The Nationwide Audience* czy *Family TV: Cultural Powers and Domestic Leisure* zaprzeczał pasywności i bierności odbiorców²⁴. Wymienieni wyżej badacze reprezentują podejście,

według którego publiczność jest świadoma, korzysta z mediów dla własnych celów, stawia opór lub reinterpretuje przekazy rozpowszechniane przez producentów kulturalnych.

Wśród badaczy drugiej fali szczególnie znaczenie zyskał Michael de Certeau, który wyróżnił z jednej strony potężne siły produkcyjne, medialne, popkulturowe, z drugiej zaś ciągle stawiających im opór konsumentów prowadzących działalność, którą nazwać można wtórną produkcją. Francuski myśliciel twierdził, że na polu kultury konsumpcja jest zawsze w opozycji do produkcji, że pole to jest obszarem nieustającej walki. Ścierają się na nim producencki nakaz mówiący, co i jak ma być odczytane, z taktykami konsumentów reinterpreting teksty po swojemu. Stąd różnorakie odczytania nieautoryzowane, niewychodzące ze strony twórców, krytyków, naukowców itd. Według de Certeau odbiorcy kultury są jak kłusownicy (*poachers*) przemierzający się po rozległych kniejach należących do producentów kulturalnych, polujący na ich terenie dla własnych korzyści. Odbiorcy dopasowują odbierany tekst do siebie, są aktywni, tworzą wręcz własną kulturę z elementów upolowanych i przetworzonych z oficjalnych przekazów medialnych²⁵.

Przedstawionymi wyżej teoriami inspirowali się właśnie badacze fali oporu. Zaczęli oni zwracać uwagę na fanów nie tylko w jednostkowym znaczeniu, ale w kontekście wspólnotowym, podkreślając, że fani tworzą społeczność (fandomy), w których podejmują różnorakie działania. Przejawy aktywności, na których skupiali uwagę reprezentanci drugiej fali, miały zaświadczyć, że fan to ktoś, kto nie jest potulną owieczką prowadzoną na pastroszku producenckiego ucisku (tą metaforą

²⁰ Por. D. Hebdige, *Hiding in the Light. On Images and Things*, London–New York 1988, s. 75.

²¹ Por. D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1995, s. 200–202.

²² I. Ang, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London 1989.

²³ Ch. Harris, *A Sociology of Television Fandom*, [w:] *Theorizing Fandom. Fans, Subculture and Identity*, ed. by Ch. Harris, A. Alexander, Cresshill, N.J. 1998, s. 42–43.

²⁴ Por. A. Szkudlarek, *Cultural Studies – brytyjska teoria krytyczna*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2001, s. 182–191.

²⁵ A. Ćwikiel, *Między narracją a serializacją: fenomen Star Trek*, [w:] *Między powtórzeniem a innowacją. Serijność w kulturze*, pod red. A. Kisielewskiej, Kraków 2004, s. 266–268.

świetnie podsumować można przytaczane wyżej poglądy różnych badaczy, którzy zainspirowali przedstawicieli fali oporu). Podkreślano zatem, że fani organizują konwenty, piszą *fanfiction*, amatorsko tworzą, wydają ziny, organizują akcje protestu w sprawach związanych z ulubionym tekstem – wszystko w ramach społecznego, krytycznego i produktywnego tworzenia znaczeń odmiennych od tych, które chcieli narzucić producenci. Fani stali się dla reprezentantów fali oporu ucieleśnieniem „walki” prowadzonej w partyzanckim niemal stylu, ciągle podminowującej producenckie pozycje (znów metafora mająca oddać esencję poglądów, którymi inspirowali się przedstawiciele drugiej fali). Badanie fanów zaczęło być postrzegane jako opowiedzenie się za słuszną, lepszą, wartościowszą stronę konfliktu, za tymi, których producencki reżim chciałby widzieć jako uciśnionych, manipulowanych, bezwolnych, potulnie zgadzających się ze wszystkim, co się im podsuwa.

Reprezentanci drugiej fali pokazywali, że fani takimi nie są, jak choćby John Fiske w artykule *The Cultural Economy of Fandom* zamieszczonym w zbiorze *Adoring Audience* z 1992 r. Książka ta była ważną publikacją, z której powiało świeżością rozpędzającą nową falę (znalazło się w niej również kilka innych ciekawych pod tym względem tekstów). Nie sposób w krótkim sprawozdaniu opisać wpływ, jaki na badania fanów wywarł John Fiske – wybitny przedstawiciel *cultural studies*, którego twórczość stanowi istotny łącznik między wywodzącymi się z Birmingham wcześniejszymi badaniami poświęconymi publiczności telewizyjnej czy subkulturom a badaniami fanów. W książkach, publikowanych jeszcze przed 1992 r., Fiske wielokrotnie rozważał się nad oporem konsumentów kultury popularnej. W *The Cultural Economy of Fandom* nie kładzie on co prawda aż takiego nacisku na sprzeciwianie się producenckiemu uciskowi, jak miało to miejsce we wcześniej-

szych pracach, ale klimat podziału na „tych, co na górze” i na „tych, co na dole” oraz ciągłej ich walki jest wyczuwalny, ot choćby w definicji fandomu. Fiske pisze: „fandom [...] z jednej strony stanowi intensyfikację kultury popularnej tworzonej poza kulturą oficjalną i zazwyczaj występującej przeciwko niej, z drugiej zawłaszcza i przetwarza określone wartości i cechy kultury oficjalnej, przeciw której występuje”²⁶. Znaczenie artykułu z całą pewnością jest niewątpliwe, Fiske przedstawił w nim bowiem „bogata gamę narzędzi dla wyjścia poza patologiczne modele fandomu i ruchu w kierunku rozwoju bardziej afirmatywnego podejścia do kultury fanowskiej i jej praktyk”²⁷.

W takiej pozytywnej i podkreślającej opór tradycji mieściła się wydana również w 1992 r. książka *Textual Poachers* autorstwa Henry’ego Jenkinsa²⁸. Autor ten uznawany jest dzisiaj niewątpliwie za guru, najbardziej wpływowego i najznakomitszego badacza kultur fanowskich. Jak zobaczymy, ma on swój udział również w fali trzeciej, ale tutaj zatrzymamy się na stwierdzeniu, że był jednym z czołowych przedstawicieli i twórców fali oporu. Jenkins sytuował wielbicieli nieco inaczej niż Fiske, który uważał, że działalność fanowska w pewnym sensie wyraża to, w jaki sposób my wszyscy konsumujemy teksty medialne. Oczywiście, wielbicieli cechuje znacznie silniejszy opór wobec producenta niż przeciętnych odbiorców, ale tendencje zachodzące w fandomie są odzwierciedleniem tendencji ogólnych – tak mówił Fiske. Jenkins chciał widzieć w fanach awangardę zaangażowaną w nowatorski sposób odbioru, grupę odróżniającą się od odbiorców przeciętnych niezwykle radykalizmem oporu. Wielbiciele różnili się od odbiorcy „normalnego” – byli w swoim odbiorze o wiele bardziej społeczni, krytyczni i produktywni. Inna, obok Jenkinsa, twierdząca tak przedstawicielka drugiej fali to Camille Bacon-Smith, która zasłynęła dziełem *Enterpri-*

²⁶ J. Fiske, *The Cultural Economy of Fandom*, [w:] *Adoring Audience...*, s. 34.

²⁷ H. Jenkins, *Kulturowa ekonomia fandomu szesnaście lat później*, „Kultura Popularna” 2008, nr 3, s. 31.

²⁸ Tenże, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York–London 1992.

ing Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth²⁹, w którym zdała sprawozdanie z realizowanych metodą etnograficzną badań mających podkreślić czy wręcz wynosić na piedestał wspólnotowy charakter fanowskich działań. Jeszcze inni reprezentanci to Roberta Pearson, autorka książki *Cult Television*³⁰, Constance Penley, która wydała *NASA/TREK: Popular Science and Sex in America*³¹, oraz John Tulloch.

Opisując drugą falę, należy poczynić jeszcze jedno „zastrzeżenie” badawcze, dotyczące tego, dlaczego w ogóle się ona ujawniła. Jej wzbudzenie mogło być spowodowane tym, że wielu badaczy ją reprezentujących, i to tych najznakomitszych, oprócz tego, że zawodowo zajmowało się nauką, było jednocześnie członkami jakichś społeczności fanowskich. Jenkins to znany fan *Star Treka*, Tulloch – serialu *Doktor Who*, Penley uwielbia produkcje science fiction. Zaangażowani równie mocno w działalność naukową, jak i w działalność związaną z przynależnością do danego fandomu, badacze ci rozwijali specyficzne stanowisko badawcze. Mówili o tym, że fanom należy umożliwić mówienie za siebie, warto zatem opierać się na podejściu, które nazwać można wewnętrznym, wsłuchującym się w głos wielbicieli, zwracającym uwagę na to, co też oni mają do powiedzenia o sobie samych³². Jenkins zasłynął z ukucia pojęcia aka-fan, będącego kombinacją dwóch słów – akademik i fan. Oznacza ono specyficzne usytuowanie badacza wobec badanego zjawiska. Aka-fan to ktoś, kto pisze zarówno jako akademik, jak i jako fan. Jako ten pierwszy ma dostęp do różnych teorii kultury popularnej, do literatury oraz warsztatu naukowego, który ułatwia mu zgłębianie społeczności fanowskich. Jako fan ma natomiast akces do społeczności, jej tradycji i wiedzy, co również znacząco ułatwia ba-

dania. Jenkins oczywiście świadomy jest niebezpieczeństw wiążących się z lansowaniem przez siebie podejściem, zagrożeń związanych z nadmiernym utożsamieniem się z badanymi. Twierdzi jednak, że praktycznie każda pozycja, z której przystępuje się do badań, niesie ze sobą niebezpieczeństwa związane z jej wpływem na ich przebieg oraz ostateczny wynik.

Uogólniając założenia fali oporu, napisać można, że fan zaczął być postrzegany jako ktoś więcej niż tylko fascynat i konsument pochłaniający w nadmiarze. Bycie wielbicielem nabrało znaczenia jako kolektywna taktyka, jako wspólnotowy wysiłek tworzenia społeczności interpretujących teksty inaczej niż zczyliby sobie producenci. Badanie fanów nabrało zatem ideologicznego kolorytu – zaczęli oni być widziani jako sprawnie wymykający się z uścisków dominującej ideologii odłam publiczności. Zmęczeni ciągłym utyskiwaniem badaczy, którzy inspiracje czerpali z poglądów odwołujących się do frankfurckich tradycji, przedstawiciele fali oporu postanowili, mówiąc kolokwialnie – nie dać się. Sami wielokrotnie będąc fanami, postanowili bronić swoich środowisk, inspirację i oparcie znajdując w coraz popularniejszych teoriach sławiących opór odbiorców mediów oraz w rosnącej wyrazistości i sile fanów. Radykalne podejście, które zaproponowali, miało być jakby na przekór tym obowiązującym dotychczas, tym, które ujmowały fanów jako „innych”, manipulowanych i zdzieciniałych. Przedstawiciele drugiej fali uznali, że radykalność będzie najlepszym sposobem walki z promowanymi do tej pory spojrzeniami. Zamiast radykalnego manipulowania, radykalny opór. Zamiast zniesienia dwubiegunowego podziału na uciskających (producentów) i uciskanych (fanów) zmieniali tylko rolę tych drugich, przedstawiając ich jako walczących z dyktatem

²⁹ C. Bacon-Smith, *Enterprising Woman: television fandom and the creation of popular myth*, Philadelphia 1992.

³⁰ *Cult Television*, ed. S. Gwenllian-Jones, R.E. Pearson, Minneapolis, London 2004.

³¹ C. Penley, *NASA/TREK. Popular Science and Sex in America*, London–New York 1997.

³² Por. S. Green, C. Jenkins, H. Jenkins, *Normal Female Interest in Men Bonding: Selection from The Terra Nostra Underground and Strange Bedfellows*, [w:] *Theorizing Fandom...*, s. 9–38.

pierwszych, i co ważne, walczących dość skutecznie. Patrząc na fanów, chciano zatem o sto osiemdziesiąt stopni odwrócić dominujące dotychczas spojrzenie.

Fala głównego nurtu

Trzecia fala – fala głównego nurtu – nie była już tak radykalna. Nadciągnęła ona niedługo po fali drugiej, trudno właściwie powiedzieć kiedy – obydwie w pewnym sensie nakładają się na siebie, zachodzą, mają podobne źródła, a także reprezentują je podobni myśliciele. Za symboliczną datę przyjmuję rok 2006 – rok ukazania się książki Jenkinsa zatytułowanej *Kultura konwergencji*³³. Jakie są główne założenia tej fali?

Jak już wspomniałem, na pewno nie tak radykalne, jak pierwszej czy drugiej. Stara się ona znieść dwubiegunowy podział na „złych” producentów i „dobrych” fanów. Przedstawiciele fali oporu patrzyli na tych ostatnich jak na tkwiących w okopach, niestrudzonych w bojach z producentami opozycjonistów i buntowników. Fala głównego nurtu rysuje obrazek wielbicieli idących z producentami ręka w rękę, podpisujących z nimi pokojowe porozumienia. Już nie ma potrzeby toczyć z twórcami wojny, zrozumieli oni bowiem swoje błędy i postanowili się naprawić, już nie chcą fanów do niczego przymuszać ani wywierać na nich presji mającej na celu doprowadzenie do wchłaniania wszystkiego, co się serwuje. Dziś producent zaczyna wsłuchiwać się w głos wielbicieli, zaczyna na nich spoglądać jak na publiczność głównego nurtu, publiczność priorytetową. Fani zaczynają reprezentować w pewnym sensie to, co czynią wszyscy konsumenci pochłaniający teksty kultury popularnej. Stają się w związku z tym barometrem, którym marketingowcy mierzą nastroje odbiorców. Spece od PR widzą w wielbicielach prosumentów, a więc aktywnych konsumentów, którzy dzięki swojej działalności

wspierać mogą markę medialną w sposób, w jaki nie uczyni tego żadna reklama. Dziś fan – oddany i wierny konsument – staje się kimś, na kogo warto uważać, z kim warto się liczyć i o kogo trzeba dbać i zabiegać. Społeczności wielbicieli zaczynają być sytuowane na piedestale uwagi i wychwalane. W sposób ciekawy przedstawił to Henry Jenkins we wspomnianej wyżej *Kulturze konwergencji*. Swoją drogą, autor ten od czasów drugiej fali wyraźnie złagodniał i w swoich rozważaniach na tematy fanowskie wskoczył na falę trzecią.

Skąd się ona wzięła? Z postępującej ewolucji poglądów dotyczących odbiorców kultury popularnej, którzy dalej postrzegani są jako aktywni, w żadnym natomiast wypadku jako bierni czy manipulowani. Duże znaczenie ma tutaj wspomniany wyżej fakt, że przemysł kulturalny zaczyna traktować fanów jako znaczących przedstawicieli aktywnych prosumentów. Znaczenie ma również to, że wielbiciele stale się zmieniają. Dzięki internetowi stali się jeszcze bardziej widoczni, a przy tym jeszcze aktywniejsi. Wraz z nadejściem elektronicznej sieci zyskali świetne narzędzie ułatwiające im życie³⁴ – wcześniej, aby stać się członkiem danej społeczności, należało albo zostać przez kogoś wprowadzonym, albo udać się na koncert, aby poznać kogoś, kto podziela zainteresowania. W dobie e-sieci wystarczy po prostu „wygooglować” to, co trzeba, przyłączyć się do istniejących grup czy forów, zacząć czytywać zamieszczone w sieci *fanfiction*.

Co niezwykle ważne, dziś obserwujemy zjawisko mieszania się fanów, co również wzmacnia ich widoczność. Jak nigdy dotąd, można być wielbicielem wielu zjawisk równocześnie, co więcej, można to podkreślać w swojej twórczości czy postawie. Owo mieszanie jest oczywiście następstwem wykorzystania sieci – gdzie łatwiej, jak nie w internecie znaleźć można jakiś fandom sąsiadujący z naszą społecznością, gdzie łatwiej zaznajo-

³³ H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, Warszawa 2007.

³⁴ Por. P. Siuda, *Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, pod red. M. Sokołowskiego, Toruń 2008, s. 239–256.

mieć się z jakimiś innymi tekstami, gdzie w końcu, jak nie w sieci, łatwiej zostać członkiem innej społeczności. Zostać członkiem i zintensyfikować swoją działalność – na to z całą pewnością internet pozwala. Fani produkują jak nigdy dotąd – sieć aż roi się od literackich opowiadań i *e-zinów*. Powstają także nowe, ściśle związane z rozwojem technik cyfrowych oraz internetu produkcje – wielbiciele kręcą filmy, produkują teledyski, własną muzykę. Przy użyciu oprogramowania pozwalającego manipulować zdjęciami czy grafiką, tworzą niezwykle wyrafinowane kompozycje wizualne. Ponadto elektroniczna sieć daje fanom niespotykaną dotychczas wolność związaną z wyborem obiektu czy obiektów fascynacji, z określeniem poziomu swojego zaangażowania oraz partycypacji. Generalnie wielbiciele stali się ważną częścią produktywnej i aktywnej społeczności internautów i w związku z tym weszli niejako do głównego nurtu odbiorców kultury popularnej – stali się bardzo widoczni. Można zatem powiedzieć, że rację miał Fiske, spierając się z Jenkinsem i twierdząc, że tak naprawdę wszyscy jesteśmy fanami, w tym sensie, że ci ostatni reprezentują powszechne strategie radzenia sobie z tekstami kultury popularnej.

Badacze drugiej fali zwracali uwagę na takie przejawy aktywności wielbicieli, które miały ich ulokować w społeczności oraz świadczyć o oporze. Badano konwenty, zbiorowe akcje protestacyjne, produkcję *fanfiction*. Rzadko w twórczości przedstawicieli fali oporu możemy spotkać osoby, które tylko uwielbiają jakiś tekst, przyswajają go z zapalem, rozmawiają na jego temat z innymi i nie angażują się w żadne inne działania. Przedstawiciele trzeciej fali mówią, że tego rodzaju zachowanie to też istotny element bycia fanem, że wcale nie trzeba brać udziału w spotkaniach czy amatorsko tworzyć. Twierdzi się, że dotychczasowe badania skupiały się zatem tylko

na bardzo wąskiej grupie wielbicieli, pomijając tych mniej zaangażowanych. W wypadku fali głównego nurtu pole badań rozrasta się zatem, staje bardziej skomplikowane, poszerza swój horyzont³⁵.

Fala trzecia znowu (podobnie jak fala pierwsza) docenia fana jako jednostkę – zaczyna się go badać jako indywidualność, podejmując rozważania nad jego motywacjami i psychologią. Obszarem badań coraz częściej zaczyna być stosunek wielbiciela jako jednostki do obiektu jego fascynacji. Rozważania na ten temat znaleźć można w książce Mata Hillsa *Fan Cultures*³⁶. Z kolei Cornel Sandvoss w dziele *Fans: The Mirror of Consumption*³⁷ podjął temat specyficznej emocjonalnej inwestycji, jakiej dokonuje fan, wiążąc się z obiektem swojej miłości, oraz zastanawiał się, jaki ma ona wpływ na konstruowanie jego kulturowej tożsamości. Sandvoss znacząco zawęził definicję fana, sprowadzając go do osoby, która dokonuje takiej właśnie emocjonalnej konsumpcji, która staje się podstawą związku z danym tekstem.

Zwrócenie się w stronę takiego indywidualnego podejścia znów związane jest z wykorzystaniem przez wielbicieli elektronicznej sieci. W niej to bowiem można być fanem na sposób bardzo indywidualistyczny, wystarczy tylko zadeklarować swoje przywiązanie do jakiegoś tekstu bądź tekstów. Nie trzeba uczestniczyć w społeczności czy rozmawiać z innymi, można tylko obserwować, być lurkerem (osoba, która obserwuje działania innych w sieci, sama nie ujawniając swojej obecności), ba, można nawet nie mieć świadomości, że w internecie znaleźć możemy innych fanów, można w końcu być członkiem jakiejś jednej społeczności oraz partycypować na uboczu innej lub być wielbicielem wielu zjawisk – jednym słowem – możliwości są niewyczerpane. Epoka sieciowego indywidualizmu znalazła swoje odbicie w badaniach fanów.

³⁵ J. Gray, C. Sandvoss, C.L. Harrington, *Why Study Fans?*, [w:] *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*, ed. by J. Gray, C. Sandvoss, C.L. Harrington, New York–London 2007, s. 7–10.

³⁶ M. Hills, *Fan Cultures*, New York 2002.

³⁷ C. Sandvoss, *Fans: The Mirror of Consumption*, Bodmin 2005.

Podsumowując dokonania fali głównego nurtu, można powiedzieć, że na poziomie mikro zajęto się fanem jako jednostką oraz kształtowaniem jego tożsamości związanym z przywiązaniem do obiektu zainteresowania. Na poziomie makro zaś najnowsze badania wielbicieli uznają, że są oni powiązani z szerszymi strukturami społecznymi, lecz odchodzą od skupiania się na kwestiach hegemonii klasowych, manipulacji i ogłupiania bezbronnej masy odbiorców. Dziś uznaje się ważną rolę, jaką odgrywają fani w społecznych, kulturowych i ekonomicznych przekształceniach naszych czasów. Zupełnie inaczej patrzy się zatem na celowość badań. Fani nie są tylko i wyłącznie autotelicznym ich obiektem, którego istotność zawarta jest sama w sobie. Ponieważ są znaczącą częścią odbiorców oraz pod wieloma względami reprezentują wszystkich konsumentów, poprzez naukowe odkrywanie wielbicieli chce się poznać prawa rządzące współczesną popkulturą oraz codziennym życiem ludzi. Z tego też względu fani jak nigdy dotąd zasługują na naukowe zgłębianie oraz analizowanie.

Podsumowanie

Rekapitulując, pierwsza fala – fala dewiacji – trwała najdłużej, od początku naukowej refleksji nad fanatycznymi wielbicielami, aż do początku lat dziewięćdziesiątych. Była to jednak fala stosunkowo spokojna – zainteresowanie fanami nie było tak wielkie, jak później, w pierwszym okresie badań o wielbicielach pisano niewiele, co wynikało zapewne z mniejszej ich wówczas widoczności. Ważniejsze jest jednak to, że pisano o nich źle. Czerpiąc inspirację z krytyki kultury masowej, której tradycja wywodzi się chociażby od szkoły frankfurckiej, fanów przedstawiano jako dziwaków, nieprzystosowanych do życia wyalienowanych ekscentryków, nierzadko manipulowanych przez wszechwładny przemysł kulturalny, który pragnąc zrobić z nich idealnych konsumentów, wzbudza zainteresowanie trywialnymi treściami i banalnymi tekstami. Druga fala – fala oporu – opisywała społeczności wielbicieli pod zupełnie innym kątem. Jej przedsta-

wiciele zaczęli czerpać natchnienie z innych niż poprzednicy inspiracji, tych podkreślających możliwość walki i oporu, negocjowania kulturowych znaczeń zarówno przez grupy, jak i jednostki. Ujęcia te podkreślały, że zastępowanie znaczeń oferowanych przez kulturę popularną znaczeniami własnymi może skutkować szczególnego rodzaju siłą, która jest remedium na ucisk i hegemonię dominującej ideologii. Przejście to wywarło wielki wpływ na badania fanów, umożliwiło zastąpienie pierwszej fali falą drugą. Spowodowało rozmycie się poglądów traktujących wielbicieli jako dziwaków i ekscentryków mających poważne problemy ze swoim życiem. Uczyniło łatwiejszym docenianie ich jako odbiorców, którzy w szczególny sposób opierają się producentom oraz tworzą własne znaczenia czy wręcz własną kulturę. Dużą rolę w zaistnieniu drugiej fali odegrało również dalsze zwiększanie się widoczności fanów. Nieco mniej radykalne spojrzenie, można powiedzieć, że znajdujące się gdzieś pośrodku dwóch pierwszych ujęć, przyniosła trzecia fala badań – fala głównego nurtu, podkreślająca ogromne zróżnicowanie i rozwój środowisk fanowskich. Sytuuje ona wielbicieli w głównym nurcie kultury popularnej, podkreśla ich wagę jako barometru wskazującego nastroje ogółu odbiorców oraz mówi o tym, że fani mają ogromne znaczenie dla producentów kulturalnych, wynikające ze względów marketingowych. Wielbiciele zostali docenieni jako ważny typ publiczności, co więcej, badacze trzeciej fali wskazują, że będą oni zyskiwali na znaczeniu, coraz trudniej będzie też odróżnić ich od przeciętnych odbiorców – wszyscy staną się w pewnym sensie fanami.

Oczywiście fala głównego nurtu to ta najmłodsza wiekiem i obecnie wznosząca się najwyżej, dominująca nad innymi. Z tego względu zdecydowanie najtrudniej jest o niej coś powiedzieć i dokładnie ją scharakteryzować. Fala pierwsza i druga „płyną” już dość długo, dlatego zdecydowanie łatwiej analizować ich założenia, wskazywać przedstawicieli, ramy chronologiczne itp. W wypadku fali trzeciej z czasem z całą pewnością nabierze się do niej dystansu i dzięki temu łatwiej będzie można ją

scharakteryzować. Być może ułatwi jej opisanie również to, że wzbije się nad nią prawdopodobnie kolejna, czwarta fala. Przewidywać można bowiem, że fala głównego nurtu nie będzie wiecznie dominować. Jak widzieliśmy, tekst wyraźnie wskazał, jak bardzo różne są podejścia w badaniach fanów i jak często się one zmieniają. Gdyby pojawiła się fala kolejna (na razie taka perspektywa się jednak nie rysuje – przede wszystkim ze względu na nowość fali trzeciej), wzbudzona nieznanymi jeszcze przemianami, z pewnością ułatwiłoby to nam zdystansowanie się i lepsze opisanie tej dominującej obecnie, czyli fali głównego nurtu.

Przytaczana w tekście historia fanów związana jest bardzo mocno ze zwiększającą się ich widocznością spowodowaną między innymi wykorzystaniem elektronicznej sieci. Aby nie być posądzonym o nieścisłość, zaznaczyć należy, że historia owa omawiana jest przede wszystkim z perspektywy amerykańskiej oraz brytyjskiej. Przytaczane procesy i zmiany dotyczące wielbicieli oddają to, co działo się i dzieje z nimi również w innych krajach. Szczególnie najnowsza historia (choć nie tylko), ta która bezpośrednio wiąże się z narodzinami internetu, doskonale oddaje naturę zmian, jakim podlegają fani na całym świecie. W Polsce wielbiciele istnieli również w okresie komunizmu (choćaby fandomy fantastyki), ale wyrazistości nabrali dopiero po transformacji, od razu zaczerpnęli z zachodnich wzorców, aktywnie

zaistnieli w elektronicznej sieci. W obszarze badań akademickich, choć są one w naszym kraju naprawdę znikome, zaczęliśmy właściwie od fali drugiej. W okresie komunizmu nie istniała praktycznie żadna naukowa refleksja nad fanami. Jednak nawet dzisiaj na palcach jednej ręki policzyć można badaczy zajmujących się wielbicielami – nawet tych, którzy mogą być uznani za przedstawicieli fali oporu, nie mówiąc już o fali głównego nurtu.

W Polsce, jak i na całym świecie, dość powszechnie funkcjonuje potoczne wyobrażenie fana. Jest ono jednak często niewyraziste, mgliste oraz nieprecyzyjne. Akademickie badania wielbicieli są również dość zagmatwane, a to z tego powodu, że proponują bardzo różne sposoby patrzenia na ten specyficzny odłam publiczności medialnej. Życia nie ułatwia wcale badaczom fakt, że jedne fale są aktualnie „na topie”, a czas innych przeminął i są one wyciszone i spokojne. Wszystkie fale bowiem dalej współistnieją, często się przenikają i nakładają. Fala trzecia oddziałuje obecnie najmocniej, ale nie znaczy to, że po innych nie ma już żadnego śladu. Wszystko to powoduje, że podejmując badania na temat fanów, należy unikać pułapki opierania się tylko i wyłącznie na założeniach jednaj fali – należy być zawsze świadomym tego, że fanów można analizować z bardzo różnych perspektyw, a dokładniej mówiąc – z perspektywy trzech fal badań.

◀ |||| Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów

From deviation to mainstream – evolution of fan studies

Piotr Siuda

SŁOWA KLUCZOWE

fan, fani, fandom, fan studies, cultural studies, ewolucja badań fanów

KEY WORDS

fan, fans, fandom, fan studies, cultural studies, fan studies evolution

STRESZCZENIE

Obraz fana zmienia się na obszarze nauk społecznych jak w kalejdoskopie. Nie dość, że bardzo trudno jest jednoznacznie go zdefiniować, określić jego cechy konstytutywne, to jeszcze najróżniejsi teoretycy mają swoje na ten temat pomysły – często bardzo się różniące. Istnieje cała gama sposobów opisywania tego, kim jest fan oraz określania na ile jego aktywność ma charakter wspólnotowy, a jeśli jest taka w stopniu znaczącym, to co tak naprawdę skłania go do tworzenia społeczności i jakie one są. Pomimo całego chaosu związanego z różnym patrzaniem na fanów, da się wyróżnić pewne zbieżne sposoby ich ujmowania. Oficjalnie nie tworzą one żadnych szkół, tekst nie ma zatem na celu ich opisanie, stanowi raczej próbę uporządkowania badań z tego zakresu, wskazania pewnych trendów i zmian. Aby lepiej zobrazować owe trendy, autor określa je mianem fal badań, fal, które następowały po sobie, począwszy od pierwszych analiz fanów po czasy współczesne. W tekście podejmuje się próbę ich wyodrębnienia, wskazania przybliżonych ram chronologicznych, głównych założeń, przedstawienia głównych akademików je reprezentujących oraz przyczyn wzbudzenia każdej z nich.

ABSTRACT

Views on fans are changing rapidly. Not only is it hard to define a fan and pinpoint his characteristics but also different researchers have their own ideas about them. Ideas which very often differ considerably. There exists a multitude of ways to describe a fan, to decide whether his activities are communal, and if they are – what is the strength of this communal engagement and what makes fans create communities. Despite the chaos regarding ways of defining fans, one can distinguish certain description similarities. Officially, there are no schools, therefore, the article does not wish to characterize them. The goal of the author is rather to put fan studies in order, to pinpoint certain trends and changes. The author calls them waves of research. Waves which have been coming one after another since the beginning of fan studies. The article indicates chronological periods of waves, their main assumptions, points at main researchers representing every single one.