

Tomasz Żaglewski

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Kulturoznawstwa

WPROWADZENIE DO FANTROPOLOGII

Małgorzata Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących. Część I: Społeczność i wiedza*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2017, ss. 190.

Co najmniej od końca lat 90. ubiegłego wieku w obszarze zachodniego medioznawstwa i badań nad kulturą popularną mówić można o swoistym zwrocie fanowskim. Postać fana – szczególnie zaangażowanego odbiorcy/konsumenta popularnych tekstów kultury – stała się niezwykle poręczną figurą dla badaczy zajmujących się tematyką nowych mediów oraz rozwijanej przez nie kultury uczestnictwa, rozumianej tutaj jako technologicznie zapośredniczone (i niejako wymuszone) bardziej aktywne postawy odbiorcze. Kanwą tego rodzaju myślenia stała się oczywiście książka *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* Henry’ego Jenkinsa, która nie tylko zapoczątkowała modę na sięganie po zaproponowane w niej ujęcie transmedialnej kultury uczestnictwa, ale też postawiła w centralnym punkcie tego zagadnienia właśnie fanów, określając ich mianem awangardy transmedialnej epoki.

Nazwanie Jenkinsa samotnym wieszczem współczesnego namysłu nad zjawiskiem fanizmu i praktyk fanowskich byłoby jednak zbyt daleko idącym uproszczeniem. Po pierwsze, jak słusznie zresztą podkreśla autorka recenzowanej publikacji, *Kultura konwergencji* nie jest pracą *stricte* akademicką, jest raczej zbiorem popularnonaukowych esejów, zdominowanych przez nader deterministyczną perspektywę technologiczno-korporacyjną. Po drugie, książkę Jenkinsa poprzedza co najmniej kilka bardziej zaawansowanych poznawczo prac naukowych, z których przynajmniej jedną – *Playing with Power in Movies, Television and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* Marshy Kinder – można by wręcz uznać za fundamentalny model teoretyczny, do którego Jenkins dodaje jedynie ów komponent nowomiedialny. Książka Kinder – wydana pierwotnie w 1991 roku, a zatem na długo przed proklamowaniem „nowomiedialnej rewolucji” – stanowi

propozycję rzeczywiście nader zbieżną z późniejszymi koncepcjami konwergencji czy transmedialności. Posługując się jedynie odmienną terminologią (zamiast kluczowych dla Jenkinsa opowieści transmedialnych pojawiają się tutaj tzw. supersystemy rozrywkowe), Kinder trafnie opisuje kulturę popularną jako zjawisko oparte na nieustającej koordynacji pomiędzy medialną ofertą a praktykami odbiorczymi (i nie tylko) jej adresatów. Kluczowe jest tu jednak rozpoznanie autorki (sytuujące ją w obrębie postbirminghamowskiej retoryki), iż relacje pomiędzy rozrywkowymi supersystemami (multi-medialnymi katalogami produktów i usług towarzyszących danej marce, np. kreskówce *Wojownicze Żółwie Ninja*) a gronem ich najbardziej zagorzałych konsumentów nie muszą ograniczać się jedynie do praktyk czysto pasywnych, mogą także generować bardziej twórcze „zabawy” z tekstem i wokół tekstu.

Nie jest to jednak koncepcja zasadniczo rewolucyjna, biorąc pod uwagę jej bliskość z klasycznym rozpoznaniem Michela de Certeau zawartym w jego książce *Wynaleźć codzienność* czy też tekstach przedstawicieli Brytyjskich Studiów Kulturowych. Oddając sprawiedliwość Jenkinsowi, warto wspomnieć tutaj także o jego starszej pozycji – *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* – z 1992 roku, w której medioznawca, silnie posiłkując się rozpoznaniem de Certeau, przedstawiał fanów telewizyjnego serialu *Star Trek* właśnie jako forpocztę kultury uczestnictwa. Całą dekadę lat 90. wraz z początkiem XXI wieku (za sprawą głośnej książki Matta Hillsa *Fan Cultures* wydanej w 2002 r.) można by zatem

określić mianem ponownego odkrywania „zaangażowanego odbioru” jako fundamentu dla kultury nowych mediów, w której i tym razem postać fana tekstów popularnych okazała się nad wyraz poręcznym instrumentem analitycznym.

Przeżywająca swój największy rozkwit na początku XXI wieku fantropologia (rodzaj antropologicznego spojrzenia na kulturę fanowskie w kontekście praktyk wykorzystywania przez nich narzędzi multimedialnych) zaznaczyła swoją obecność na polskim gruncie przede wszystkim dzięki licznym artykułom Piotra Siudy, które znalazły swoistą konkluzję w wydanej przez badacza w 2012 roku monografii *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*. Publikację tę trudno uznać jednak za „klasyczne” rozpoznanie kultury fanowskiej, jako że Siudę bardziej interesuje tutaj prosumpcyjny – a zatem w znacznej mierze postfanowski – aspekt kultury uczestnictwa. Recenzowaną publikację Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz *Fandom dla początkujących. Część I: Społeczność i wiedza* można z pełnym przekonaniem nazwać zatem pierwszym w Polsce kompleksowym omówieniem zjawiska fanizmu wraz z licznymi jego podkategoriami i aspektami.

Sama autorka już na początku swojej książki dość jasno definiuje jej cel:

Fan studies w Polsce dopiero zaczynają się rozwijać. W tym właśnie ma pomóc ta książka. To rezultat moich zainteresowań badawczych, które zawsze prowadziły do pytania, co ludzie robią z mediami i jaki nadają im sens. Wynika także z fascynacji fandomem jako jednym z najciekawszych, najbardziej wywrotowych i twórczych zja-

wisk we współczesnych mediach. Dlatego wyjątkowo porzucam typowe dla prac naukowych bezosobowe ujęcie: w tej książce mówię w pierwszej osobie i nie ukrywam osobistego zaangażowania¹.

Na książkę Lisowskiej-Magdziarz warto spojrzeć zatem pod dwoma kątami: jako postulowane powyżej „rozpoznanie” stanu *fan studies* oraz głównego przedmiotu ich zainteresowania, czyli właśnie fanów, oraz jako na pracę *aca-fanowską* sytuującą się w kontekście metodologicznych ograniczeń i możliwości tak zwanej fantropologii. Jeśli chodzi o ujęcie pierwsze, to autorka wywiązuje się z postawionego sobie celu wzorowo. *Fandom dla początkujących* jest książką, która może imponować kompletnością i systematycznością prezentowanego wywodu. Lisowska-Magdziarz w sposób spójny, i najczęściej wyczerpujący, odnosi się do właściwie wszystkich kluczowych zagadnień związanych ze wspólnotami fanowskimi i ich badaniem – są tutaj zatem zawarte zarówno rozpoznania o charakterze terminologiczno-definicyjnym (dotyczące kategorii fana, fandomu, ale także partycypacji jako kluczowego „desygnatu” wspólnot fanowskich), jak i omówienia problematyki bardziej szczegółowej, a nie mniej ważnej (choćby katalogu fanowskich praktyk, opisu relacji fandomów lokalnych i globalnych czy wreszcie dzisiejszego statusu fandomów polskich). Wszystkie te ustalenia zawarte w kolejnych rozdziałach dają czytelnikowi uporządkowany

i satysfakcjonujący obraz fandomu jako zjawiska kulturowego, ekonomicznego i technologicznego. W związku z tym *Fandom dla początkujących* bez najmniejszych wątpliwości uznać można za opracowanie podręcznikowe, z którego korzystać powinni zarówno studenci, jak i wykładowcy szeroko pojętych studiów medioznawczych.

Niewątpliwą zaletą prezentowanego tu wywodu jest jednak także jego właściwe uwrażliwienie na dokonujące się przecież w obrębie najnowszych, nowo-medialnych *fan studies* przeformułowań kluczowych koncepcji i terminów, jak „fani” czy „uczestnictwo”. Sprawilo mi zatem osobistą przyjemność odnalezienie w recenzowanej książce nawiązań do Mirka Tobiasa Schäfera i jego wciąż nie dość dobrze znanej w Polsce książki *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. To bowiem właśnie na jej łamach dokonuje się, na co zwraca uwagę także Lisowska-Magdziarz, zasadnicze przewartościowanie idei „fanizmu” jako metafory dla uczestnictwa w kulturze nowych mediów, gdzie – jak pisze Schäfer – obserwować możemy rozłam na partycypację eksplicytną (wywodzącą się z fanowskich ideałów zaangażowanej konsumpcji i kreatywności) oraz implicytną (często stanowiącą dziś po prostu pochodną technologicznych interfejsów, na czele z popularnym kciukiem symbolizującym polubienie danej treści na Facebooku). Tego rodzaju zdefiniowanie zachowań swoiście postfanowskich wprowadza zupełnie nową perspektywę zarówno dla samych fantropologów, jak i medioznawców chcących używać figury fana jako idealnego uczestnika kultury partycypacji.

¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących. Część I: Społeczność i wiedza*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2017, s. 6.

Chciałbym jednakże zwrócić jeszcze uwagę na drugi ze wspomnianych wyżej aspektów omawianej publikacji – mianowicie jej usytuowanie w kontekście obecnej kondycji światowych *fan studies*. Opracowanie Lisowskiej-Magdziarz stanowi bowiem rzetelnie zrekonstruowaną perspektywę historyczno-teoretyczną, lecz jednocześnie – o czym lojalnie uprzedza przecież sama badaczka we wstępie książki – jest to praca w rzeczywistości „fanowska”, czyli przygotowana przez tak zwanego aca-fana (akademika otwarcie manifestującego swoją fanowską promiencję). W zakresie globalnych dyskusji na temat *fan studies* kwestia wspomnianego osobistego zaangażowania badacza w dany obiekt popularny lub fandom wzbudza żywe dyskusje, porównywalne do antropologicznych dysput na temat obserwacji uczestniczącej, dotyczącej faktycznego włączenia się obserwatora do kultury opisywanych plemion. Oba te zagadnienia mają zresztą bardzo podobne punkty odniesienia, zrównując w pewnym sensie pytanie o konsekwencje mocnego osobistego zaangażowania Bronisława Malinowskiego z zaangażowaniem badacza, śledzącego reakcje i praktyki fanów dotyczące kolejnego sezonu serialu *Twin Peaks*. W ciągnącej się dyskusji na temat przewagi/ograniczeń *fan studies* uprawianych z pozycji włączonego w struktury fandomu aca-fana książka Lisowskiej-Magdziarz udowadnia, iż osobiste przywiązanie niekoniecznie oznaczać musi „sprofilowanie” pracy akademika:

Fandom dla początkujących piszę z punktu widzenia akafana: medioznawczyni, która osobiście zaangażowała się w procesy komunikacyjne między fanami i może o nich opowiadać w rezultacie paru lat czytania,

oglądania, zadawania pytań i odpowiadania na nie, a jednocześnie jako zaangażowana, poszukująca podobnych sobie fanka niektórych książek czy seriali. Występuję także w roli członkini wspólnoty akademickiej, która, moim zdaniem, powinna przyznać fandomowi należne mu miejsce w badaniach nad kulturą partycypacji. Nie znaczy to jednak, że wymogi metodologicznej rzetelności przestają mnie niepokoić. Dlatego na czas pisania *Fandomu* nieco odsuwam się od przedmiotu badań, by go zobaczyć niejako z zewnątrz. Świadomie, celowo powstrzymuję się na czas prowadzenia analizy od własnego aktywnego udziału w fandomowych procesach komunikacyjnych, żeby nie analizować tego, do wytworzenia czego sama się przyczyniam.

Przyznać należy, iż tego rodzaju „dystansujący” wysiłek odnosi zamierzony skutek na łamach recenzowanej publikacji. A mimowolnie przebijające się „osobiste” uwagi czy komentarze autorki dodają jedynie, w mojej ocenie, autentyzmu lekturze i czynią ją bardziej interesującą.

Fandom dla początkujących to w mojej opinii książka udana oraz ważna. Z pewnością wypełnia ona lukę w polskim piśmiennictwie naukowym, tworząc kompleksowy przegląd najważniejszych haseł i zagadnień fantropologii. Jednocześnie jednak jest to pozycja, która powinna zwrócić uwagę nie tylko aca-fanów, lecz także innych przedstawicieli kierunków humanistycznych, zajmujących się kulturą współczesną. Zrozumienie tejże jest bowiem w wielu przypadkach niemożliwie, jeśli badacz nie wyposaży się wcześniej w odpowiednie narzędzia i wiedzę, służące zrozumieniu fanowskich wspólnot i praktyk towarzyszących wielu dzisiejszym popkulturowym fenomenom.

Bibliografia

de Certeau M., *Wynaleźć codzienność. Sztuka działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.

Jenkins H., *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York 1992.

Jenkins H., *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York University Press, New York 2006.

Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

Kinder M., *Playing with Power in Movies, Television and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, University of California Press, Berkeley 1991.

Lisowska-Magdziarz M., *Fandom dla początkujących. Część I: Społeczność i wiedza*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2017.

Siuda P., *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2012.