

Fan labor jako praca. Ekonomia fandomu w dobie Internetu

Agnieszka Urbańczyk

TEKSTY DRUGIE 2018, NR 5, S. 276–289

DOI: 10.18318/td.2018.5.16

Praca finansowana ze środków budżetowych na naukę w latach 2015-2019 w ramach programu „Diamentowy Grant”.

Hierarchia w fandomie

Na przełomie lat 80. i 90. brytyjskie studia kulturowe zainteresowały się specyficzną, aktywną formą odbioru. Jako że myśl szkoły z Birmingham opierała się na założeniach politycznego charakteru życia codziennego i podkreślała podmiotowość odbiorcy, rodzące się *fan studies* skupiły się przede wszystkim na wyeksponowaniu emancypacyjnego charakteru działalności fanów, którzy zamiast biernie chłonać komunikaty medialne i dawać im się formować, sami zaczęli je przekształcać. Podstawowe paradygmaty dla dyscypliny ustanowił John Fiske w *The Cultural Economy of Fandom*, nadając dyskusji o fanach ton utrzymujący się po dziś dzień. Celem niniejszego artykułu jest próba rewizji pochodzących od Fiske’a podstawowych tez *fan studies* dotyczących emancypacyjnego charakteru wszelkiej produkcji fanowskiej i jej esencjalnie niezarobkowego charakteru. Zmiana realiów i przeniesienie się aktywności fandomów do Sieci, traktowanej zazwyczaj jako narzędzie demokratyzacji, spowodowało stopniową hierarchizację środowiska

Agnieszka Urbańczyk

– mgr, doktorantka na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego. Interesuje się *fan studies*, szeroko pojętą politycznością kultury popularnej (w szczególności *science fiction*), biopolityką i teologią polityczną. Kontakt: agnieszka.urbanczyk@op.pl

i utrwalenie się podziałów, w wyniku których pozycja ekonomiczna nie poprawiła się.

Fiske wyjaśniał w swoim głośnym artykule, że recepcja może wiązać się z kilkoma poziomami produkcji. Pierwszy z nich, kluczowy dla studiów kulturowych w ogóle, to produkcja semiotyczna kultury popularnej; w koncepcji badacza kultura popularna nie jest bowiem bytem o esencjalnych cechach, definiowanym przez formy transmisji, skalę czy jakość. „Kultura popularna”, dowodzi Fiske, „wytwarzana jest przez ludzi z produktów przemysłu kulturowego; musi być zatem rozumiana w kategoriach *p r o d u k c j i*, nie recepcji”¹.

W ramach produkcji semiotycznej odbiorca konstruuje znaczenia i włącza je do swojej społecznej tożsamości na podstawie przekazu masowego; według Fiske’a *de facto* dopiero w momencie aktywnego odbioru powstaje kultura popularna. Fani są w tej sferze jednak szczególnie twórczy, nie tylko bowiem w samotności konstruują kulturę popularną, ale dokonują eniuncji (drugiego poziomu produkcji), wytwarzając znaczenia i dzieląc się nimi z innymi². Najistotniejszy jednak dla *fan studies* jest trzeci, najbardziej uchwytny poziom produkcji – *p r o d u k c j a t e k s t u a l n a*. Tym terminem Fiske określił wszystkie formy twórczości zakorzenionej w dziele z obiegu oficjalnego, które pozostawiają po sobie jakiś tekst kultury, czy to w postaci rysunku, czy wideo, czy opowiadania³. Termin *fan labor*⁴ oznacza właśnie tego typu działalność. Jest ona niezwykle zróżnicowana, poczynając od twórczości literackiej wykorzystującej postaci, miejsca czy wydarzenia wytworzone przez kogoś innego (fanfikcji⁵) i ilustracji (*fanartu*), przez kreatywny montaż scen czy

1 J. Fiske *The cultural economy of fandom*, w: *The Adoring Audience*, ed. by L.E. Lewis, Routledge, New York 1992, s. 37.

2 Zob. tamże, s. 37-38.

3 Henry Jenkins, jeszcze wyraźniej wiążąc twórczość fanowską z politycznością i podpierając się kategoriami wprowadzonymi przez de Certeau, nazwał ją „ktusownictwem tekstualnym”. Zob. H. Jenkins *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York 1992.

4 Termin *fan labor* nie ma odpowiednika w polskiej literaturze przedmiotu. Z uwagi na to, że słowo „praca” ma inne konotacje niż *labor* (praca jako trud, móżół, robocizna, wysiłek), w niniejszym tekście zachowane zostaje sformułowanie oryginalne.

5 „Fanfikcja” to słowo funkcjonujące w niektórych opracowaniach jako próba spolszczenia angielskiego terminu *fan fiction*. „Fanfikcja” rzadko pojawia się w dyskursie fanowskim, który chętniej posługuje się oryginalnym terminem bądź kalkami jego derywatów: „fanfik” (*fanfic*) i „fik” (*fic*). Pozostałe pojawiające się w tekście nazwy aktywności fanowskich nie mają w ogóle polskich odpowiedników. Praca fanowska to zespół praktyk cechujących się zaskakującym uniwersalizmem. Rodzimy fandom – a przynajmniej jego część podejmująca się *fan labor* –

kadrów (*vidding* i *fanvid* jako jego efekt), fanowskie utwory muzyczne (*filk*), szycie kostiumów i odgrywanie w nich swoich ulubionych postaci (*cosplay*), po praktyki takie jak tworzenie specjalnych mieszanek herbat, które mają oddać charakter danego bohatera, miejsca, fikcyjnej rasy czy odcinka serialu (*tea-blending*). Wytwory *fan labor* wielokrotnie dorównują poziomem czy walorami estetycznymi twórczości obiegu oficjalnego; Fiske wskazuje jednak na dwie kluczowe różnice natury ekonomicznej. Po pierwsze, fani nie produkują dla zysku, często nawet dokładając do swojego hobby z własnej kieszeni. Po drugie, w konsekwencji, ich teksty nie powstają dla rynku masowego i adresowane są do wąskiej społeczności. Jedyńm zyskiem w tym ujęciu staje się poprawa pozycji społecznej w obrębie fandomu i budowanie statusu w grupie.

Fandom może być traktowany jako struktura alternatywna do podzielnego klasowo społeczeństwa, heterotopia, przestrzeń, w której wykluczeni dostali możliwość wypowiadać się i tworzyć na równych prawach. Nie można jednak zapominać o tym, że on również ma swoją hierarchię, swoich wykluczonych i uprzywilejowanych, a struktura ta nie jest wcale tak dynamiczna, jak chcieliby teoretycy. Fandom szybko zaczął się krystalizować jako społeczeństwo w mikroskali; uzyskał zatem swoje własne instytucje i autorytety. Jeśli nawet zignorować silnie sformalizowaną praktykę przyznawania przez fandom nagród nie tylko pisarzom, ale i społecznościom fanowskim, pozostają mniej formalne formy wartościowania fanów i ich działalności. Popularna w środowisku strona TVTropes oferuje np. „rekomendacje fanfików” (*fanfic recs*), czyli listy polecanych i – z pozycji autorytetu – uznanych za wartościowe opowiadań fanowskich⁶. Pozycja społeczna na forach internetowych jest w dużej mierze związana z wiekiem użytkownika, liczbą wytwarzanych przez niego postów i tym, od jak dawna jest zaangażowany w danej grupie. Doskonałym przykładem tego typu hierarchizacji jest poświęcone fanfikcji (przede wszystkim związanej z *Harrym Potterem*) polskie forum Mirriel⁷, na którym każdy może się zarejestrować i uczestniczyć w dyskusjach. Istnieją

korzystając z największych anglojęzycznych portali i z nich przejmując terminologię i modele zaangażowania, w bardzo małym stopniu różni się od swoich zachodnich odpowiedników, które stara się naśladować. W wypadku polskiego (silnie sfeminizowanego) środowiska podejmującego się tworzenia fanfikcji czy *fanartu* trudno mówić o wyraźnej specyfice lokalnej i jej wpływie na poruszane przeze mnie zagadnienia.

6 Zob. <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/FanficRecommendations> (19.09.2017).

7 Zob. <http://forum.mirriel.net/> (19.09.2017).

jednak działały, takie jak zawierający treści przeznaczone dla dorosłych *Zakazany las*, które nie są ogólnodostępne. Uzyskanie wstępu do *Zakazanego lasu* nie jest proste, ponieważ moderatorzy weryfikują liczbę i – ocenianą arbitralnie – dojrzałość wypowiedzi bądź publikowanej twórczości kandydata i nawet przedstawienie dokumentu potwierdzającego pełnoletniość nie ma wpływu na ich decyzję. Pozwolenie na korzystanie z działu staje się synonimem awansu społecznego, na który trzeba wcześniej zapracować.

Tendencja do hierarchizacji niewątpliwie była w fandomie obecna od samego początku jego istnienia, początkowo wiążąca się z płcią⁸ (czynnik ten, jak postaram się wykazać, wciąż odgrywa istotną rolę w wypadku prawa do zarobku). Można jednak zaobserwować jej nasilenie wraz z przejściem od komunikacji analogowej do nowych mediów. Fiske swoje koncepcje tworzył w momencie przejściowym, gdy Internet nie odgrywał jeszcze tak istotnej roli dla fanów. Demokratyzacja przyniesiona przez Sieć paradoksalnie doprowadziła do wytworzenia wąskich elit. Gdy powstawały fanzyny, ich obieg był stosunkowo niewielki a publiczność nieliczna. W gruncie rzeczy dostęp do wytworów publikowanych w *zinie* miało kilka do kilkuset osób prenumerujących pismo lub znających kogoś, kto to robi. Choć jednak odbiorców było niewielu, ich obecność była zagwarantowana. Rysownik czy pisarz-amator miał pewność, że z jego twórczością zetknie się każdy, do kogo fanzin trafi. Internet daje możliwość dotarcia do wielu milionów odbiorców, a na opublikowany w nim utwór mogą natknąć się wszyscy użytkownicy Sieci. Niesie to ze sobą jednak natłok informacji. Na działającej od dziesięć lat stronie Archive of Our Own⁹ opublikowano do tej pory ponad trzy miliony prac, a jest to zaledwie jeden z portali zbierających twórczość fanowską. Starsze o niemal dekadę FanFiction.Net nie udostępnia danych całościowych, lecz choćby siedemset sześćdziesiąt siedem tysięcy opowiadań opartych na *Harrym Potterze* pokazuje skalę problemu, zwłaszcza gdy wziąć pod uwagę, że to zaledwie

8 Devra Langsam opisuje wczesny fandom science fiction jako klikę kilkuset mężczyzn i kilku zaledwie kobiet, które „odważyły się uczestniczyć w zdominowanych przez mężczyzn spotkaniach i konwentach”. Póki nie zaprezentowały się one jako kompetentne i dysponujące odpowiednią wiedzą, traktowane były wyłącznie jako potencjalne partnerki seksualne [zob. wywiad C. Bacon-Smith z D. Langsam, w: C. Bacon-Smith *Enterprising Women*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1994, s. 17]. Dzisiejszy fenomen *fake geek girls* (dosł. „fałszywych maniaczek” – dziewcząt oskarżanych o udawanie fanostwa w celu przyciągnięcia uwagi i zmuszanych do udowadniania swojej wiedzy o kulturze popularnej wyłącznie z powodu płci) pokazuje, że sytuacja aż tak radykalnie się nie zmieniła.

9 Zob. <http://archiveofourown.org/> (19.09.2017).

jedna z tysięcy kategorii na stronie¹⁰. Poza tymi dwoma repozytoriami fanfikcji funkcjonują miliony forów, kont na Tumblr.com, grup czy indywidualnych blogów, na których fani publikują swoją twórczość literacką; *fan fiction* zaś jest tylko jedną z gałęzi *fan labor*. Jak wskazuje Tiziana Terranova, „dobra w Sieci są niematerialne i zbędne (wszystkiego jest za dużo, za wiele stron, za dużo wrzawy i hałasu) w stosunku do limitów «realnych» potrzeb społecznych”¹¹.

W praktyce oznacza to, że przeważająca większość produkcji fanowskiej nie zyska rozgłosu i dużej popularności, a dotrze do wąskiej grupy odbiorców lub nie będzie ich miała w ogóle. Istnieje wiele opowiadań publikowanych na FanFiction.Net, których długość przekracza pół miliona słów, a którym nie wystawiono ani jednego komentarza. Trudno w ich obliczu mówić o zysku z produkcji, którym miałyby okazać się awans społeczny – pozycja bowiem wiąże się z rozpoznawalnością. Modelem bardziej adekwatnego niż *The cultural economy of fandom* okazuje się dostarczać koncepcja ciemnej materii Gregory’ego Scholette’a¹². Scholette ciemną materią nazywa zespół praktyk amatorskich, nieinstytucjonalnych, epigońskich lub niedocenianych i przechodzących szybko w zapomnienie, które okazują się warunkiem istnienia sztuki głównego obiegu. „Scholette uznaje nadmiar amatorów i miłośników za istotny element ekonomii symbolicznej sztuki. Ten nadmiar stanowi bowiem tło, na którym mogą się wyróżnić artyści «wybitni», a autentyczność zaangażowania ciemnej materii w sztukę stanowi warunek społecznego prestiżu produkcji artystycznej”¹³, wyjaśnia Hubert Gromny. Praca rzeszy twórców, czasem w ogóle nieopłacanych, pozwala odnieść sukces – artystyczny i finansowy – wąskiemu gronu wybranych. Mechanizm opisywany przez Scholette’a w odniesieniu do świata sztuki współczesnej niewątpliwie widoczny jest w środowisku fanowskim w Internecie.

Jeśli potraktować *fan labor* – a więc jedną z gałęzi nieoficjalnej twórczości artystycznej – jako pracę, trudno nie dostrzec problemu alienacji. Marksowska alienacja przybierała trzy formy: alienacji od samej pracy, jej efektu i pochodzącego z niej zysku. Jako że fani podejmują się swojej pracy całkowicie

10 Zob. <https://www.fanfiction.net/book/> (19.09.2017).

11 T. Terranova *Free labor: producing culture for the digital economy*, „Social Text” 2000 No. 18 (2), s. 47.

12 Zob. G. Scholette *Dark Matter: Art and Politics in the Age of Enterprise Culture*, Pluto Press, London–New York 2011.

13 H. Gromny *Ciemna materia jako perspektywa ekonomii politycznej sztuki*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2016 nr 2 (28), s. 264.

dobrowolnie, czerpią z niej przyjemność i nie jest ona obciążona poczuciem konieczności czy obowiązku, trudno mówić tu o pierwszej formie alienacji. Media cyfrowe umożliwiają również przekroczenie alienacji od produktu; autor nie traci dostępu do swojego dzieła, jest ono bowiem niejako powielane w potencjalnie nieskończonej ilości egzemplarzy z każdym wyświetleniem. Pozostaje jednak problem alienacji od zysku, związany właśnie z wirtualnym charakterem pracy.

Jak już zostało wykazane, zysk, którym w ujęciu studiów kulturowych miałyby stać się pozycja społeczna czy emancypacja, jest dla dużej części twórców nieosiągalny. Wysilek wkładany w *fan labor* może nawet utrudnić awans społeczny poza fandomem. Fan mógłby poświęcić wiele godzin na pracę zawodową lub podnoszenie kwalifikacji, decyduje się jednak na wymagającą dużego zaangażowania aktywność niezarobkową; czas poświęcony na działalność tego typu z punktu widzenia ekonomii jest czasem zmarnowanym. Wraz ze stopniowym przenoszeniem się twórczości fanowskiej do sfery wirtualnej alienacja od zysku zaczęła być coraz bardziej widoczna. Produkcja odbijanych w punktach ksero fanzinów czy montaż scen z ulubionego serialu w celu zaprezentowania dzieła grupie znajomych zebranych przed magnetowidem generowały ewentualny zysk wyłącznie dla producentów wykorzystywanych materiałów; twórczość w Sieci jest nieodłączna od zarobków właścicieli portali.

Praca fanowska

Już w latach 90. pojawiły się pierwsze zastrzeżenia dotyczące darmowej pracy jako podstawy funkcjonowania Internetu, dotyczyły wówczas jednak głównie zadań wykonywanych przez wolontariuszy – administratorów i programistów, którzy zaczęli określać się jako *Net-slaves* (dosł. „internetowi niewolnicy”)¹⁴. Problem z czasem zaczął obejmować coraz większe grupy społeczne. Wielu krytyków wskazuje, że podstawową zasadą działania Sieci 2.0 jest nieodpłatna praca użytkowników. Wraz z rosnącą rolą portali, które umożliwiają publikację własnych treści, odbiorcy przekształcają się w twórców właściwej zawartości stron internetowych. Zakładając konto na Facebooku i dzieląc się informacjami o swoim codziennym życiu, korzystając z Twittera czy komentując – a nawet wyświetlając – nagranie na YouTube, użytkownicy wytwarzają terabajty informacji. Z ich działalności utrzymują się koncerty,

¹⁴ Zob. T. Terranova *Free labor...*, s. 33.

do których należą portale, a każda aktywność w Sieci generuje zysk. „To, że Facebook ma pięćset milionów aktywnych użytkowników to nie problem”, mówiła w 2012 roku, wychodząc z marksistowskiej perspektywy, Jodi Dean. „Problemem jest to, że firma nie należy do nas. Produkcja materii społecznej, jaką widzimy na Facebooku czy Twitterze, nie istnieje sama dla siebie, a ktoś inny ją posiada. To nie tak, że Facebook czy Twitter należą do użytkowników; na miliony użytkowników przypada jeden miliarder. [...] Produkcja służy komuś innemu. Jest dla kapitalisty”¹⁵. Portale społecznościowe, podobnie jak miały to robić fandom, opierają się na gromadzeniu kapitału społecznego. „Produkcja relacji społecznych nie oznacza produkcji środków do życia lub przetrwania”, stwierdza jednak Dean. „Nie możesz zjeść swoich znajomych”¹⁶.

Argumenty tego typu da się odeprzeć. Większość danych wytwarzanych w ramach sieci społecznościowych jest incydentalna; portale stają się kolejną przestrzenią do wymiany informacji czy prowadzenia dyskusji. Niewielu użytkowników jest skłonnych myśleć o swojej działalności jako formie pracy – wykorzystywane przez korporacje dane są zaledwie pozostałością po codziennej komunikacji, nie celem aktywności osoby je generującej. To, co stanowi źródło utrzymania dla reklamodawców i właścicieli portali, jest produktem powstającym niejako przy okazji. Inaczej jednak prezentuje się sytuacja w wypadku publikacji tego, co zostało wytworzone intencjonalnie i jako pewien artefakt. Sieć nie składa się wyłącznie z komentarzy i krótkich anegdot na temat życia codziennego; istotną rolę odgrywają w niej też opowiadania, rysunki czy nagrania i zdjęcia powstające jako samowystarczalne dzieła artystyczne, a nie dokumentacja wydarzeń i relacji społecznych¹⁷. Ogromną część tego typu materiałów stanowią wyniki pracy fanowskiej. Zasoby repozytoriów gromadzących *fanart* czy *fan fiction* nie są wynikami codziennej komunikacji, która przypadkiem odbywa się w Internecie; to archiwa wyników wielogodzinnej, nieraz wielodniowej pracy, której celem jest publikacja.

15 J. Dean *Society Doesn't Exist*, wystąpienie w ramach konferencji "Unlike Us #2: Understanding Social Media Monopolies and Their Alternatives" (2012), <https://vimeo.com/38838235> (19.09.2017), tłum. własne.

16 Tamże.

17 W tym wypadku granica jest oczywiście płynna. Niewątpliwie inny status ma zdjęcie ze wspólnego wyjazdu opublikowane na Facebooku, a inny – wykonana w studio fotografia modelki opublikowana jako dzieło sztuki na portalu deviantArt. Między tymi biegunami funkcjonuje jednak ogromna szara strefa i, wydaje się, rozróżnień można dokonywać wyłącznie na podstawie intencji autorskiej, którą sugerują forma i miejsce publikacji.

Często odmawia się tego typu działalności statusu pracy właśnie w związku z jej wirtualnym charakterem. Produkcja fanzinów wymagała odpowiednich umiejętności i narzędzi (nawet jeśli były to maszyna do pisania i kserokopiarka), fizycznego kontaktu z tworzonymi artefaktami. Dzieła publikowane w Internecie sprawiają wrażenie znacznie bardziej eterycznych i pozbawionych substancji. „Produkcja czegoś dla Sieci”, wskazuje David Gauntlett, „może być uznana za przeciwieństwo fizycznego, materialnego procesu rzemiosła”¹⁸. Samo sformułowanie „rzeczywistość wirtualna” zawiera presupozycję, że nie mamy do czynienia z czymś realnym. Jest to jednak pozor; Gauntlett dowodzi, że „tworzenie obiektów, którymi dzielimy się online to proces rzemieślniczy. Zaczynasz z niczym, z wyjątkiem może kilku podstawowych narzędzi i materiałów, które nie zawierają w sobie żadnej recepty, a jej miejsce zajmuje nieskończona ilość możliwości”¹⁹. By zrealizować ten potencjał, trzeba włożyć w dzieło wysiłek, czas, pracę; trzeba dysponować odpowiednimi umiejętnościami i warsztatem, nawet jeśli jest nim oprogramowanie. Gauntlett stwierdza, że podobnie jak w wypadku fizycznie tworzonych przedmiotów, efektem końcowym staje się produkt, który sprawia wrażenie prostego, a za którym jednak kryją się godziny ciężkiej pracy. Choć zatem łatwiej uznać za pracę szycie skomplikowanego kostiumu z fiszbinami w celu *cosplayu*, w tej samej kategorii powinno mieścić się wykonywanie techniką cyfrową rysunków przedstawiających postaci z popularnych filmów. W wypadku większości współczesnej *fan labor* dochodzi do nałożenia się na siebie dwóch kwestii powodujących alienację od zysku: jej omówionego już charakteru wirtualnego i jej charakteru fanowskiego.

„Gdy ekonomia daru zderza się z przemysłem medialnym”, stwierdza Kristina Busse, „fani w najlepszym wypadku są wykluczani, w najgorszym zaś – wykorzystywani”²⁰. Właściciele bądź dysponenci praw autorskich najczęściej milcząco przyzwalają na publikację twórczości korzystającej z należących do nich nazw, postaci, miejsc czy uniwersów. W większości wypadków brak ograniczeń tego, co fani mogą z materiałem oficjalnym zrobić, i nie ściga się nawet pornografii czy reprezentacji makabrycznej przemocy opartych na znakach zastrzeżonych. Granica naruszenia praw autorskich

18 D. Gauntlett *Making is Connecting: the Social Meaning of Creativity, from DIY and Kintting to YouTube and Web 2.0*, Polity, Cambridge 2011, s. 80.

19 Tamże.

20 K. Busse *Fan labor and feminism: capitalizing on the fannish labor of love*, „Cinema Journal” 2015 No. 54 (3), s. 112.

zostaje postawiona jednak bardzo wyraźnie – z publikacji swojej twórczości fan nie powinien czerpać jakichkolwiek zysków. Coraz częściej jednak prawo jest ignorowane bądź obchodzone.

Choć już na pierwszych konwentach walczono z handlem wytwarzanymi przez fanów gadżetami, nad naruszeniem praw autorskich było znacznie łatwiej zapanować niż obecnie; wówczas problem dotyczył fizycznych obiektów gromadzonych na niewielkim obszarze fizycznej przestrzeni. Skala zjawiska była znacznie mniejsza i mniejsze było na nie przyzwolenie. Jak wskazywał pod koniec lat 80. w swojej korespondencji z Fiskem Henry Jenkins, „panuje duża nieufność wobec zarabiania w fandomie, a ci, którzy próbują to robić, zazwyczaj są traktowani jako kramarze, nie fani”²¹. Wraz z przeniesieniem się „kramów” z konwentów do Sieci sytuacja się zmieniła. *Fan labor* przejawia się obecnie jako praktyka rozproszona i pozbawiona nadzoru, a wraz z wzrostem fandomu rozwija się rynek potencjalnych kupców.

Niektóre portale próbują rozwiązać problem systemowo, jak w przypadku strony deviantArt.com, która umożliwia rysownikom sprzedaż wydruków swoich prac (*printów*). W wypadku publikacji dzieła w kategorii „fanart” niemożliwe jest wystawienie go na sprzedaż – ograniczenie to bardzo łatwo jednak obejść, klasyfikując rysunek jako „ilustrację”²². Na deviantArcie zresztą – podobnie jak na portalu Tumblr.com²³ – regularnie ogłaszają się artyści przyjmujący tzw. *commissions*, czyli płatne zamówienia na konkretne prace, wielokrotnie przedstawiające postaci czy sceny fikcyjne objęte prawami autorskimi. Środki przekazywane są nie przez służącą publikacji stronę, a przez bezpośrednie przelewy na konto bankowe rysownika.

Część portali nie tylko nie utrudnia zdobywania pieniędzy, ale czyni je swoim podstawowym celem. Popularne źródło finansowania społecznościowego, jakim jest Kickstarter, często służy do zbiórek funduszy na większe projekty fanowskie, takie jak amatorskie filmy lub seriale²⁴. Choć pozyskiwane w ten sposób środki mają być w całości przeznaczane na produkcję danego tekstu kultury, nie zaś na wynagrodzenie twórców, jest to zasada dość umowna. Fani nie są zobowiązani do wykazania dokumentacji finansowej, a jedynie do zaprezentowania końcowego efektu pracy, z którego są rozliczani.

21 Za J. Fiske *The cultural economy of fandom*, s. 40.

22 Zob. <http://shop.deviantart.com/> (19.09.2017).

23 Zob. <https://www.tumblr.com/> (19.09.2017).

24 Zob. <https://www.kickstarter.com/> (19.09.2017).

Zawyżenie projektowanych kosztów produkcji stwarza przestrzeń dla potencjalnego zysku²⁵. Za portalem Patreon stoi już bezpośrednio idea uzyskiwania przez artystów zapłaty za swoją twórczość²⁶. Choć donacji dokonuje się na rzecz rysownika czy osoby montującej fanowskie wideo (a nie ich działalności) i ma ona stanowić jedno z jego źródeł dochodu, przeznaczana na opłatę rachunków czy wyżywienie, jest rzeczą oczywistą, że wpłaty *de facto* pojawiają się w zamian za dalszą twórczość. W wypadku autorów *fanartu* okazuje się to bardzo wygodnym rozwiązaniem; nie otrzymują zapłaty bezpośrednio za pracę fanowską (co byłoby naruszeniem praw autorskich), a – formalnie – nie zależnie od niej. Produkcja umożliwiana przez finansowanie na Patreonie z punktu widzenia prawa jest nieodpłatna. Strony takie jak Redbubble²⁷ czy Etsy²⁸ posuwają się jeszcze dalej, służąc do bezpośredniego wystawiania na sprzedaż produktów projektowanych przez użytkowników. Projekty te bardzo często stanowią *fanart*, ukazując postaci, miejsca czy choćby statki kosmiczne zastrzeżone prawami autorskimi, a administracja nie sprawuje nad tą kwestią żadnej kontroli.

Pozornie zatem Internet umożliwia przełamanie alienacji. Fani zaczynają traktować swoją pracę jako godną zapłaty, którą nareszcie mogą uzyskać. Większość portali umożliwiających kapitalizację *fan labor* utrzymuje się jednak przede wszystkim dzięki uludzie, oferując wyłącznie potencjał zysku. Natłok informacji i liczba oferowanych produktów, tak samo jak w wypadku produkcji non-profit, uniemożliwia zdecydowanej większości twórców uzyskanie widoczności. By rysownik mógł zdobyć zamówienia, musi być

25 Właściciele praw autorskich zwykli przyzwalać na finansowanie społecznościowe. Głośny na przełomie 2016 i 2017 roku przypadek filmu *Axanar* pokazuje jednak, że istnieje pewna granica. *Axanar*, jako rozwinięcie opublikowanej na YouTube krótkometrażówki *Prelude to Axanar* [zob. https://www.youtube.com/watch?v=1W1_8IV8uhA, (19.09.2017)], miał być fanowskim filmem osadzonym w uniwersum *Star Treka*. W jego produkcji wzięli udział profesjonalni aktorzy, a jakość scenografii, efektów specjalnych i charakterystyki nie odbiegała znacznie od obecnych standardów hollywoodzkich. Sukces dwudziestominutowego filmu otworzył twórcom pole do zebrania ponad pół miliona dolarów na produkcję wysokiej jakości filmu pełnometrażowego. Choć twórcy nie przewidywali dla siebie żadnego wynagrodzenia, w związku z wielkością zebranej sumy Paramount (właściciel praw autorskich do *Star Treka*) zażądał wielomilionowego odszkodowania i wytoczył im proces sądowy, który po nagłośnieniu sprawy przez media zakończył się ugodą i stworzeniem oficjalnych wytycznych dla filmów i seriali fanowskich.

26 Zob. <https://www.patreon.com/> (19.09.2017).

27 Zob. <https://www.redbubble.com/> (19.09.2017).

28 Zob. <https://www.etsy.com/> (19.09.2017).

już wcześniej rozpoznawalny; by mógł zdobyć finansowanie na Patreonie, jego twórczość musi być znana; sklepy internetowe mają zaś tendencję do wyświetlania jako pierwszych produktów najbardziej popularnych. „Ciemna materia” fandomu ma bardzo nikłe szanse na uzyskanie zapłaty za swoją produkcję, a sprzedaż wyników *fan labor* umacnia jedynie pozycję tych, którzy – jako twórcy popularni, rozpoznawani i szanowani – już wcześniej byli w bardzo dobrej sytuacji.

Utrwalenie pozycji kobiet jako wykluczonych ekonomicznie

Rozwój odpłatnej pracy fanowskiej przynosi stratyfikację związaną nie tylko z popularnością i statusem w obrębie społeczności; powoli w usieciowionym fandomie zaczyna się rysować przepaść o charakterze genderowym.

Feminizm od dawna w centrum teorii pracy ustawiał problem tego, w jaki sposób praca odtwórcza ma tendencję do bycia nieodpłatną lub źle płatną. Kapitalizm podstępnie sugeruje, że miłość i praca nie są sobie równe, uprawomocniając w ten sposób ciągłą dewaluację pracy z miłości, łącznie z pracą odtwórczą, fanowską i nauczycielską. *Fan labor* jest jednak szczególnie podatna na ten proces, ponieważ ze swojej natury opiera się i jest napędzana przez miłość i namiętność²⁹

– wskazuje Kristina Busse. Doskonale ilustruje to zjawisko pozycja *fan fiction* i *viddingu*, które nie tylko w szczególnym stopniu oddziałują afektywnie, ale są też najmniej dochodowymi gałęziami *fan labor*. Są to też właśnie dwie dziedziny tradycyjnie zdominowane przez kobiety.

Zjawisko to ma w dużej mierze swoje ekonomiczne podstawy. Produkcja *rintu* – wydruku dzieła kompletnego, w które już nie trzeba ingerować – wymaga znacznie mniejszego nakładu środków niż publikacja fanfikcji, która musiałaby przejść przez proces redakcyjny, skład, wymagałaby projektu okładki i kanałów dystrybucji. W związku z rozmiarami inwestycji *fan fiction* wydane w formie książkowej musiałoby być sprzedawane w odpowiednich ilościach, by wkład finansowy mógł się zwrócić. Naruszenie praw autorskich na taką skalę nie przeszłoby niezauważone przez korporacje i wiązałoby się ze ściganiem przez prawo.

29 K. Busse *Fan labor and feminism...*, s. 113-114.

Publikacja *fan fiction* jako literatury pięknej, rzecz jasna, jest praktykowana – jak w wypadku *Pięćdziesiąt twarzy Greya* E.L. James, powieści pierwotnie stanowiącej *fanfika* do *Zmierchu*³⁰, czy *Róży Selbergu* Ewy Białołęckiej opartej na *fan fiction* do *Harry'ego Pottera*³¹. By jednak mogło dojść do wydania tego typu tekstu, musi zostać on oczyszczony z wszystkich nazw i imion sugerujących pierwotny charakter utworu jako fanowskiego; Edward Cullen zostaje zatem Christianem Greyem, a Draco Malfoy – Rinaldem von Selbergiem. Z chwilą tej zmiany tekst jednocześnie przestaje stanowić *fan fiction*. Sprzedaż *fan fiction* nie jest więc możliwa, choć autorki teoretycznie mogą uzyskać finansowanie na Patreonie, podobnie jak twórcynie *fanvidów*. Jeśli jednak zestawić potencjał zarobkowy prac o charakterze graficznym – tworzonych w ramach zamówień lub mogących służyć jednocześnie jako *printy*, plakaty i wzory na koszulkach, torbach, kubkach, przypinkach, magnesach na lodówkę i podkładkach pod myszkę – z tekstami i filmikami, okazuje się, że zysk autorek tych ostatnich jest minimalny.

Fan fiction i *vidding* jednocześnie generują jednak ogromne zyski. Na Fan-Fiction.Net reklama pojawia się nad, pod oraz obok każdego rozdziału fanowskiego opowiadania. *Fanvid* publikowany na YouTube, gdy przekroczy określoną liczbę wyświetleń, automatycznie zaczyna być poprzedzany reklamami. W pierwszym wypadku cały dochód trafia do administracji repozytorium, w drugim – do właścicieli używanej w filmiku ścieżki dźwiękowej i do samego YouTube. Autorki nie mają możliwości sprzedaży swojej produkcji i nie mają udziału nawet w ułamku kwoty, którą właściciele stron dzięki ich pracy zarabiają. Jest to dużo bardziej radykalna forma alienacji niż ta wskazywana przez Jodi Dean i związana z dokumentacją relacji społecznych i gustów w Sieci.

Współczesna kobieca *fan labor* okazuje się nie różnić znacznie od swojego najwcześniejszego wcielenia, gdy w latach 60. w USA mężowie wychodzili wykonywać swoje zawody, a ich żony pisały opowiadania do fanzinów w czasie wolnym od obowiązków domowych. W dużej mierze – przynajmniej w wypadku fanfikcji – jest to jednak kwestia kobiecego wyboru; właściciele wielu marek, takich jak *Gwiezdne Wojny* czy *Star Trek*, umożliwiają publikację powieści rozgrywających się w zastrzeżonych uniwersach. Książki, wydawane

30 Zob. E.L. James *Pięćdziesiąt twarzy Greya*, przeł. M. Wiśniewska, Sonia Draga, Katowice 2012 [Snowqueens lcedragon] *Master of the Universe*, https://ohfifty.com/downloads/MOTU_w_Out-takes_Snowqueens_lcedragon_COMPLETE.pdf, 19.09.2017).

31 Zob. E. Białołęcka *Róża Selbergu*, Runa, Warszawa 2006 i <https://www.fanfiction.net/u/584806/toruj> (19.09.2017).

legalnie, stają się oprócz komiksów czy telewizyjnych kontynuacji kolejnymi elementami kontrolowanej przez franczyzy opowieści transmedialnej. Choć szacuje się, że 90% *fan fiction* tworzone jest przez kobiety³², autorami zdecydowanej większości licencjonowanych powieści okazują się mężczyźni, których odruchem była próba kapitalizacji swojej pracy fanowskiej. Dla społeczności kobiet piszących *fan fiction* podstawową wartością pozostaje opowieść sama w sobie i niesiony przez nią afekt.

Fan studies rozwijają się od trzydziestu lat, badając twórczość fanowską jako formę subwersji i środek emancypacji mniejszości, „tekstualne kłusownictwo” po sferze kultury oficjalnej, które staje się sprzeciwem wobec głównego nurtu. Fiske swój założycielski artykuł tworzył w momencie, gdy dostęp do Internetu nie był jeszcze powszechny, a *fan labor* zakorzeniona była w mediach analogowych; jego następcy nie zignorowali oczywiście rozwoju nowych środków komunikacji. Sieć zaczęła być traktowana jako podstawowe narzędzie demokratyzacji, umożliwiające organizację liczniejszych wspólnot, z których głosem twórcy obiegu oficjalnego zaczynają się liczyć.

Choć aspekt ekonomiczny kultury konwergencji odgrywa ogromną rolę, *fan studies* wciąż bardzo rzadko uwzględniają go w związku z *fan labor*. Chlubnym wyjątkiem okazuje się tu tylko relatywnie krótka i jednorazowa sekcja *Feminism and Fandom Revisited* w „Cinema Journal” z 2015 roku³³. Choć nie należy, rozważając całość dyscypliny, ignorować głosów krytycznych przedstawionych w zamieszczonych w piśmie artykułach, trudno nie dziwić się, że pierwsze teksty problematyzujące alienację twórców fanowskich pojawiły się ponad dwadzieścia lat po ogłoszeniu *Kulturowej ekonomii fandomu*. Praca fanowska nadal często nie jest traktowana jako praca, zarówno ze względu na jej przeważnie cyfrowy charakter (którą to właściwość dzieli z innymi tekstami kultury zakorzenionymi w nowych mediach), jak i poczucie, że fani podejmują się swojej działalności z bezinteresownej miłości do wybranego tekstu kultury. „Fani nie piszą i nie tworzą swych tekstów dla pieniędzy”³⁴, dowodził Fiske. Ponieważ jednak ich produkcja wymaga umiejętności, narzędzi, czasu i nieraz inwestycji, twórcy coraz częściej, mimo ograniczeń prawnych

32 Zob. C. Bacon – Smith *Enterprising women*; diagnozy badaczki z początku lat 90. nie rozmiągają się z dzisiejszymi wynikami oddolnych badań statystycznych fandomu [zob. m.in. <http://centrumlumina.tumblr.com/post/62816996032/gender> i <http://katiedidnt.net/fandomthennow/pages/surveydemographics.html> (19.09.2017)].

33 Zob. „Cinema Journal”, s. 110–155.

34 J. Fiske *The cultural economy of fandom*, s. 39.

dążą do kapitalizacji swojego wysiłku. Umożliwiający ją Internet okazuje się jednak większości fanów oferować wyłącznie nigdy nierealizowany potencjał zapłaty, pogłębiając podziały i wzmacniając hierarchizację pozornie demokratycznego środowiska.

Abstract

Agnieszka Urbańczyk

JAGIELLONIAN UNIVERSITY (CRACOW)

Fan Labour as Labour: The Economy of Fandom in the Age of the Internet

Urbańczyk revisits the argument presented in John Fiske's *The Cultural Economy of Fandom* from a Marxist and feminist perspective. Researchers in cultural studies have often discussed fan labour as a form of emancipation and subversion, although from the outset it has also represented a form of labour. Attempts are now being made to capitalize on this labour. With the increasing popularity of the Internet and the expansion of fan communities, inequalities within fan circles are beginning to take root. This is especially noticeable where paid work is involved. Despite the optimistic assumptions that used to mark fan studies, some aspects of fandom on the Internet not only fail to support actual emancipation but indeed help perpetuate women's economic exclusion.

Keywords

Fan studies, fan labour, fandom, labour, virtual labour, alienation, feminism