

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 27.08.19

Dette dokumentets nettadresse (URL) er:

<https://www.litteraturogmedieleksikon.no/cm4all/uproc.php/0/fanfelleskap.pdf>

Fanfelleskap

Engelsk: “fandom” (ordet “fan” kommer fra “fanatic”; Staiger 2005 s. 95) og “fan community”. Fans calles også blant annet, “devotees”, “aficionados”, “cognoscenti”, “loyals” og “influencers” (Gray, Sandvoss og Harrington 2007 s. 99 og 360).

Personer som skaper og opprettholder en fankultur. En gruppe av personer som danner et fellesskap ved å være opptatt av f.eks. en TV-serie eller et forfatterskap. Et slags “nisjefellesskap”. Fanfelleskap er “subcultural communities organized around common enthusiasms or interests” (Jenkins 1992 s. 280). Det er en deltaker- og delekultur der dialog og meningsutveksling er sentralt. Individualitet og originalitet blir verdsatt (Hitzler, Bucher og Niederbacher 2001 s. 224).

“Med fan-kultur avses yttringar av en populærkulturell företeelses *fans*, det vill säga dess mest hängivna konsumenter. En fan-kultur bildar ett autonomt fält med tolkningsgemenskap, specifikt symboliskt kapital (kunskaper, kontakter etc.), egna inträdeskrav och trosföreställningar och så vidare. [...] Tydligen fungerar fandomen generellt kompensatoriskt för fansen, de får inom den socialt erkännande, gemenskap, identitet och position “som inte erbjudits dem i livet utanför”.” (Dag Hedman i <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:514740/FULLTEXT01.pdf>; lesedato 24.06.16)

Fellesskapet utgjør en sosial og kulturell arena, som ikke avgrenses verken av et romlig territorium eller et formelt medlemskap, men bare av graden av vellykket kommunikasjon (Winter 2010 s. 205). En person er en fan “not by being a regular viewer of a particular program but by translating that viewing into some type of cultural activity, by sharing feelings and thoughts about the program content with friends, by joining a community of other fans who share common interests” (Henry Jenkins sitert fra Staiger 2005 s. 95). Fans er aktive, flittige, produktive og kreative, og skaper en slags kulturell skyggeøkonomi med egne systemer for produksjon og distribusjon (John Fiske gjengitt etter Winter 2010 s. 253-254).

Ordet “fanfelleskap” kan i noen tilfeller brukes overlappende med “subkultur”. Bruken av ordet “fans” “signifies their membership within a larger subculture of other fans and denies a fixed reader-text relationship” (Jenkins 1992 s. 21). Personer i en subkultur har en felles “mind setting”, dvs. bestemte verdier og innstillinger (Grossegger og Heinzlmaier 2002 s. 91). Dessuten brukes “samlerkultur” om et typisk kjennetegn ved mange fanfelleskap. Typisk for fans er “amassing memorabilia and off-screen anecdotes around the film’s production” (Steve Chibnall i Mathijs og Mendik 2008 s. 226) og tilsvarende samlemani for verk innen andre medier.

I boka *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture* (1992) identifiserer den amerikanske medieforskeren Henry Jenkins “at least five distinct (though often interconnected) dimensions of this culture: its relationship to a particular mode of reception; its role in encouraging viewer activism; its function as an interpretive community; its particular traditions of cultural production; its status as an alternative social community.” (Jenkins 1992 s. 1-2)

Fankulturer “is born of a mixture of fascination and frustration, [...] appropriation involves both accepting certain core premises in the original work and reworking others to accommodate our own interests.” (Gray, Sandvoss og Harrington 2007 s. 362) Fanfelleskap har ofte en “underground status” blant annet fordi fansens aktiviteter skaper meningsmangfold rundt “materials others have characterized as trivial and worthless” (Jenkins 1992 s. 3).

“[F]andom does not preserve a radical separation between readers and writers [...] blurs the boundaries between producers and consumers, spectators and participants, the commercial and the homecrafted” (Jenkins 1992 s. 45). “Media texts [...] can and must be remade by their viewers so that potentially significant materials can better speak to the audience’s cultural interests and more fully address their desires.” (Jenkins 1992 s. 279)

Noen kvinner som var store fans av *Gone with the Wind*, “not only collected memorabilia but also named children and pets after characters in the book and film and took pilgrimages to Atlanta, Georgia.” (Staiger 2005 s. 106) Knyttet til f.eks. tv-serier foregår det “fan pilgrimages [der fans] will travel across the world to often mundane places that fandom has made sacred and special [...] instead of treating symbolic pilgrimage as a separate category, we should ask whether all geographical pilgrimage in fact involves a degree of conceptual, inner, symbolic travel” (Gray, Sandvoss og Harrington 2007 s. 149-150).

“Fandom contains both negative and positive forms of empowerment. Its institution allow the expression both of what fans are struggling against and what they are struggling for; its cultural products articulate the fans’ frustration with their everyday life as well as their fascination with representations that pose alternatives. In making this claim, I am not asserting that fandom necessarily represents a

progressive force or that the solutions fans propose are ideologically consistent and coherent. A poached culture, a nomadic culture, is also a patchwork culture, an impure culture, where much that is taken in remains semidigested and ill-considered.” (Jenkins 1992 s. 283)

Den franske sosiologen Michel Maffesoli påpekte at det kan være følelser overfor noe som skiller mellom insidere og outsiders i et miljø. Han lagde begrepet “affektiv allianse”. Det oppstår en følelsesmessig forankret solidaritet (Winter 2010 s. 273). Fansens kulturelle aktivitet innebærer en streven etter både sosiale distinksjoner og etter å danne affektive allianser (Winter 2010 s. 228). I boka *Fans, Bloggers and Gamers: Essays on Participatory Culture* (2006) viser Henry Jenkins at “fans are among the most active, creative, critically engaged, and socially connected consumers of popular culture, and that they represented the vanguard of a new relationship with mass media. Though largely invisible to the general public at the time, today, media producers and advertisers, not to mention researchers and fans, take for granted the idea that the success of a media franchise depends on fan investments and participation. Bringing together the highlights of a decade and a half of ground-breaking research into the cultural life of media consumers, “Fans, Bloggers, and Gamers” takes readers from Jenkins’s progressive early work defending fan culture against those who would marginalize or stigmatize it” (fra bokannonse).

En gruppe medieforskere “explored the responses of one young girl ‘Sasha’ to *The Lord of the Rings*. It becomes clear that Sasha evolves her understanding of her own response to the film in the course of our interview with her. But also what becomes clear is that, while she feels that she has formed her view of the books and films alone, she *would like to feel* that there are other people who would share her responses. [Martin] Barker (2006) suggests the notion of a *projected community* to make sense of this.” (<http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/36%20Barker%20Mathijs.pdf>; lesedato 08.12.15)

Den tyske sosiologen Alois Hahn har skrevet om hemmeligheters sosiale dimensjon: Bestemte informasjoner er ikke i seg selv utsigelige, men bare hemmeligholdt overfor bestemte andre og utenforstående personer; mennesker som deler en hemmelighet, danner gjennom dette et utenfra avgrensbart kollektiv (gjengitt etter Winter 2010 s. 229). Fans kan “transform the experience of watching television into a rich and complex participatory culture [...] they become active participants in the construction and circulation of textual meanings.” (Jenkins 1992 s. 23-24) Det oppstår en sosial og symbolsk kontekst for utvikling og styrking av en kollektiv identitet og individuell selvaktelse (Clarke, Cohen m.fl. 1981 s. 68). Fanfelleskap danner også en slags “kollektiv intelligens” med sine deltakers kunnskaper og vilje til meningsutveking. Fellesskapene fungerer som “identity workshops” med en kontinuerlig prosess av selvbekreftelse, selvutfordring og selvforvandling (Thimm 2000 s. 254).

Kunnskaper og ferdigheter har “distinksjonsverdi” (Vollbrecht 2002 s. 79). Den amerikanske medieforskeren John Fiske skapte begrepet “populærkulturell kapital”: “This popular cultural capital consists of the meaning and pleasures available to the subordinate to express and promote their interests” (sitert fra Winter 2010 s. 231). Fiske bruker begrepet parallelt til “kulturell kapital” hos sosiologen Pierre Bourdieu. Sarah Thornton “coins the term ‘subcultural capital’ to denote a subspecies of cultural capital which can be seen to operate outside the domains of class and economy, with which Bourdieu is largely concerned.” (http://www.participations.org/volume%201/issue%202/1_02_carruthers_article.htm; lesedato 03.06.14) I mange subkulturer er barn og unge “eksperter”. I en “prefigurativ kultur” lærer de eldre av de yngre, dvs. at de yngre er mer oppdaterte enn de eldre (Grossegger og Heinzlmaier 2002 s. 114).

Forskeren Jason Mittell framhever “a key tension among Wikipedians [that] involves the concept of *fancruft*, a derogatory term meaning overlydetailed information that is seen as only relevant to the most passionate fans.” (sitert fra <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856515579844>; lesedato 22.01.18)

En fan uttalte frustrert og ambivalent om stoffets tilgjengelighet: “It’s a strange concept: all those obscure films that I would have risked injury and death to see (literally, in some of those theatres) are now available at your local clean video store! It’s a little unnerving. I’m wholeheartedly in support of this, but I’m still not used to the fact that those films that I spent my whole life trying to see are now consumer items.” (sitert fra Mathijs og Mendik 2008 s. 161) Innen noen subkulturer er det vanlig å skaffe seg filmer ulovlig fra Internett før filmene har kinopremiere (Mai og Winter 2006 s. 37).

En film kan få en fan-skare fordi den både har en spennende handling og gjør det enkelt for tilskuerne å more seg over konvensjonene i den sjangeren som filmen tilhører. Den amerikanske regissøren Walter Hills filmer *Red Heat* (1988) og *Johnny Handsome* (1989) er eksempler (Winter 2010 s. 137). Filmer, TV-serier, tegneserier osv. som er fulle av hemmeligheter, gåter og flertydighet, inspirerer ofte fans til å lete etter supplerende informasjon på Internett og diskutere i debattfora der. Fans etablerer bl.a. forbindelser mellom informasjon som er tilgjengelig i ulike medier (Winter 2010 s. 298). Mange fans har en trang til å komme med avvikende og opposisjonelle tolkninger (Winter 2010 s. 302), dvs. bryte med mainstream-oppfatninger av et verk. Andre fans “seem to seek coherency (they try to resolve textual contradictions) [...] [noe som er spesielt utfordrende] when an interpretation is in flux” (Staiger 2005 s. 99).

“[S]ections of fandom want different things in terms of redundancy or consistency – with some fans seeming to enjoy identifying and resolving inconsistency [...] fractions of a fan culture may appreciate forms of “redundancy” and/or enjoy interpretively wrestling with degrees of narrative inconsistency.” (Matt Hills

i <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/23%20Hills.pdf>; lesedato 13.04.18).

“Mark Kermode argues that horror fans actively perceive the genre's aesthetic value, whereas nonfans passively consume horror as if its representations are actual rather than aestheticized images of gore; he offers a convincing opposition between “active” fans who read horror films in relation to surreal genre precedents and “passive” nonfans who are characterized as reading horror films more naively. In Kermode's account, horror fans are, crucially, “genre literate.” Like fans of other genres or specific movie stars, they are expert consumers, able to trace generic histories and interpret new films in relation to countless preceding examples. This type of movie fan has a keen sense of intertextuality; thus, boundaries around “the text itself” tend to be partly dissolved by fans who, even while they carry out close readings of certain films, relate texts to others, either by generic category, in auteurist terms, or by focusing on a favored star. Organized fandoms, like those for cult movies or the horror genre, therefore challenge the idea that any film's meaning and significance are inherent. Rather, it is by reading films in relation to, and through, other texts that fans can convert “the film” into those meanings and values that characterize their fandom as a kind of interpretive community. Fans read films not only through official publicity texts such as DVD extras, but also in relation to fan-produced texts (fan fiction). Henry Jenkins proffers the example of one fan who wrote an alternative ending to the film *Thelma and Louise* (1991) in which these female characters transform themselves into bats (Jenkins, 2000, p. 177). Recontextualizing the film as a lesbian vampire tale, this creative fan interpretation (and production) of meaning indicates how generic identities and textual boundaries can be reinscribed by film fans, sometimes working against what producers, and other audiences, may view as the obvious categories, boundaries, and identities of a film.” (<http://www.filmreference.com/encyclopedia/>; lesedato 01.11.12)

“[F]an culture uses its knowledge to participate in or to “ ‘see through’ the production process,” which is not accessible to the nonfan” (John Fiske gjengitt etter Staiger 2005 s. 96). I våre dager er noen fans bevisst på at de kan klare å påvirke produsentene (ved bruk av såkalt “pester power”, “masemakt”) av f.eks. en TV-serie til hvordan de ennå uinnspilte episodene skal bli. En fankampanje av en gruppe som ble kalt Gaylaxians prøvde – uten suksess – å få produsentene av TV-serien *Star Trek: The Next Generation* (1987-94) til å inkludere eksplisitt homoseksualitet (Saint-Gelais 1999).

Fans driver med “letter-writing and ‘Save the Show’ campaigns [...] fan fiction, fan videos, or providing subtitling or translation services to foreign texts [...] taxonomies” (Bertha Chin og Lori H. Morimoto i <http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/7%20Chin%20&%20Morimoto%2010.1.pdf>; lesedato 28.05.15). “Save the Show”-aksjoner går ut på å overtale eller presse produksjons-selskaper til ikke slutte å produsere en TV-serie eller lignende. Taksonomier er

inndelinger i kategorier, f.eks. typer av superhelt-tegneserier delt inn etter land, utgivelsesperiode, heltenes egenskaper osv.

“When the Microsoft Network closed off its official *Star Trek* Web site, “Star Trek Continuum,” to users with non-Microsoft Web browsers, fans organized a protest campaign and enjoyed pointing out how superior their own Web pages were to the official site.” (Murray 2000 s. 41-42) Sheenagh Pugh siterer en fan som optimistisk skriver angående en karakter i TV-serien *The Bill* at “[t]hey won’t have filmed his leaving yet and if we make enough noise they might relent and give us the proper and right conclusion” (i Pugh 2005 s. 21). “Da CBS kunngjorde at de ikke ville lage sesong 2 av “Jericho”, startet en historisk protest. Truslene fra illsvinte seere var så hissige – og så mange – at det store tv-selskapet slo retrett.” (*Dagbladet* 24. juli 2008 s. 45) “Now an organization, Viewers of Quality Television exists to carry on organized audience campaigns” (Staiger 2005 s. 101). “*War of the Worlds* devotees directed pressure against its producers trying to convince the studio not to kill some of their favorite characters, playfully suggesting that the only rationale for such a decision could be that “aliens have infiltrated Paramount studios!!!!” (flier distributed at MediaWest, 1989).” (Jenkins 1992 s. 28) “The notion that the media have the power to determine meaning had indeed been challenged” av fans (Taylor og Willis 1999 s. 174).

Når det gjelder den britiske TV-serien *Torchwood* (2006-11; skapt av Russell T. Davies m.fl.), “media tie-ins have been utilised to respond to fan criticisms of the TV show’s developing narratives, attempting to quell and deactivate negative fan commentary. Transmedia is thus not simply about serving fans; it is also about seeking to manage and protect the brand value of a TV series, thus involving a form of discursive “fanagement”. Fan expectations and dissatisfactions are problematically engaged with, and disciplined and contained, at the level of niche paratexts rather than in the TV show *Torchwood* itself. [...] *Torchwood*’s media tie-ins act as a sort of transmedia ‘fanagement’: responding to, and anticipating, fan criticisms, as well as catering for specific fractions of fandom who might otherwise be at odds with the unfolding brand, and attempting to draw a line under fan resistance to diegetic and production changes. Unlike “fan-tagonism” (Johnson 2007) which symbolically disciplines fan practices by incorporating images of fandom into the TV text’s diegesis, transmedia ‘fanagement’ appropriates fan readings in a similarly disciplining manner, but at a niche, paratextual level. [...] ‘fanagement’ – the attempted management of fan readings, responses and activities [...] it protects brand value by responding to fan criticism regarding continuity errors, and anticipating possible fan critiques. [...] ‘fanagement’ through which fan debates are closed down” (Matt Hills i <http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/23%20Hills.pdf>; lesedato 13.04.18).

“Onsdag publiserte Disney den første traileren til “Frost 2”, oppfølgeren til den vanvittig populære eventyrmusikalen “Frost”. Dette melder blant annet The Guardian. [...] Flere har reagert på tonen i traileren. [...] Blant annet ser vi

hovedpersonen Elsa, som tilsynelatende forsøker å unnslippe en øde øy ved å sprinte over vannoverflaten. [...] Traileren har inspirert en rekke fanteorier, blant annet at det stormende havet betyr at menneskeskapte klimaendringer kommer til å være et tema i filmen. I traileren ser vi også to nye kvinnelige karakterer. Ifølge BBC spekulerer flere i om en av disse er kjæresten til Elsa. Ifølge den britiske avisa Metro, har nemlig minst 10 000 skrevet under på en kampanje for å gi Elsa en jentekjæreste i den nye filmen.” (*Dagbladet* 15. februar 2019 s. 44)

Såkalt “fanservice” er innslag i et verk som er lagt til for å bli spesielt godt likt av fansen. TV-serien “Game of Thrones’ Was in Total Fan-Service Mode This Week [...] Seriously, have the writers ever thrown fans more bones in a single episode than they did in “Eastwatch”? Not only did audiences see Gendry for the first time since the end of season three, but Davos greeted him by subtly acknowledging the meme that Robert Baratheon’s bastard son has become: “I thought you’d still be rowing.” (As if that weren’t enough, the dude even takes after his battle-tested father and prefers a warhammer over a sword, as two unlucky guards found out the hard way.)” (<http://www.indiewire.com/2017/08/game-of-thrones-gendry-1201866401/>; lesedato 01.02.18)

“Long-standing fan communities such as those surrounding *Doctor Who* cannot be artificially separated from industry-driven notions. To the contrary, as Booy illustrates, the epistemophilia played out in contemporary *Who* wikis has its historical roots in licensed publications and their templates. If fandom and official industry materials cannot be separated out in relation to fan expertise, then developments in the TV industry and *Doctor Who* fan culture have made the relationship between official knowledge and fandom even more complex. Since its return in 2005, the series has become a kind of ‘fanbrand’ (Hills, 2010: 77), drawing on fandom through the fact that its lead creatives, initial showrunner Russell T Davies and his successor Steven Moffat, have themselves been lifelong fans of the show.” (Matt Hills i <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856515579844>; lesedato 22.01.18)

Doctor Who sine fans “selfreflexively debate whether showrunner fans should cater to fandom at all, with fans themselves arguing on LiveJournal’s (LJ’s) *Doctor Who* community that ‘writing the series to please fandom is inherently a hopeless endeavor’ (2013: 283) due to the diversity of fan opinions online. Professional creators attempting to engage collaboratively with fandom in other media such as video games have encountered related problems; for example, John Banks’ ethnography of the software firm Aurun indicated how its developers paid attention to Aurun’s fan forums but then dismissed fan responses as simply too conflictual to be incorporated into product design: ‘They’re just too unreliable and all over the place... Who would you listen to?’ (an Aurun designer quoted in Banks, 2013: 121). [...] an imagined common mentality of fans that can never be satisfied’ (Hadas and Shifman, 2013: 283). [...] Fan expertise, if one accepts this theory, can never be reflected by producer fans by definition since it necessarily means critiquing

production decisions. [...] Being ‘wary of the [presumed] dangers of a creator who is also a fan’ means that ‘in an era of seemingly blurring borders between fans and producers, intensive boundary work is carried out by [these] fans to make sure they remain apart’ from production decisions” (Matt Hills i <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856515579844>; lesedato 22.01.18).

Fans er ofte lidenskapelige samlere, og deres samleobjekter akkumulerer deres kulturelle kapital (SPoKK 1997 s. 65). Mange fans som ble intervjuet av en tysk forsker, var fullt klar over at samlegjenstandene deres (inkludert tekster) var fullstendig verdiløse ut fra “offisielle kulturkriterier” (SPoKK 1997 s. 59). Likevel kunne de ofte vise at tekstene de leste om sitt fan-univers, hadde like høy grad av kompleksitet og subtilitet som verk i “høykulturen”. Mange fans “use ‘high’ cultural capital to read ‘low’ texts with sophistication”, og dette fungerer som “an act of resistance against received power hierarchies” (Harmony Wu i Mathijs og Mendik 2008 s. 329). “Fans often track favored performer’s careers, adding to their video collections not simply series episodes but also other works featuring its stars, works which may draw into the primary text’s orbit a wide range of generic traditions, including those of high culture.” (Jenkins 1992 s. 38)

“In collaborative communities the creation of shared content takes place in a networked, participatory environment which breaks down the boundaries between producers and consumers and instead enables all participants to be users as well as producers of information and knowledge – frequently in a hybrid role of *producer* where usage is necessarily also productive. *Producers* engage not in a traditional form of content production, but are instead involved in *produsage* – the collaborative and continuous building and extending of existing content in pursuit of further improvement. [...] Produsage implies a variety of assumptions about the relationship between conventional producers (the designers of multimedia experiences) and ‘users’.” (<http://www.participations.org/Volume%208/Issue%202/4c%20Hardy%20et%20al.pdf>; lesedato 03.06.14)

“[A]ttempts at creating a chronology of the entire Whoniverse (Parkin and Pearson, 2012), or cataloguing all of *Doctor Who*’s implied (but unshown) narrative journeys through time (Elliott, 2014), represent what Paul Booth has termed ‘narrativity’ (2010: 105). By this, Booth means the practices through which ‘fans assimilate individual units of narrative knowledge and, as a community, re-enact and reform them in new ways’ (2010: 104). The result is that canonical story structures are reworked by fan interpretations, with what may have been narratively insignificant events in official terms being treated as important ‘kernels’ within the hyperdiegesis that fans posit (2010: 91). However, Booth doesn’t consider that fans will engage in narrativity with very different levels of commitment and skill. Book-length projects such as *Ahistory* (Parkin and Pearson, 2012), inferring an underlying time line from *Who*’s conflicting textual evidence, or *Lost in Time and Space* (Elliott, 2014), which recontextualizes passing remarks from the Doctor as evidence of his ‘untelevised’ travels, represent narrativity on an authorial scale far

exceeding specific contributions to fan wikis.” (Matt Hills i <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856515579844>; lesedato 22.01.18)

Noen fans lager “constructed reality videos” ved å skape “original narratives, often involving multiple media universes, through their recontextualization of borrowed images. The California Crew’s “Hungarian Rhapsody” suggests the potential complexity of the “constructed reality” video. The group displayed their knowledge of Los Angeles geography as well as their combined familiarity with a larger number of different fan universes in a six-minute video that combines footage from *Remington Steele*, *Magnum P.I.*, *Riptide*, *Moonlighting*, *Hunter*, *Simon and Simon*, and other popular series. The series protagonists assemble at the Universal Sheriton Hotel, a location where each of the series had filmed, to attend a detective convention. Just as Steele is preparing to address the group, Tom Magnum answers the phone and learns of the murder of producer Stephen J. Cannell (footage drawn from his cameo on a *Magnum P.I.* episode). What follows is a remarkable montage sequence – some 189 shots long – as the various characters try to solve the crime and chase the suspect through the hotel. California Crew intertwines multiple lines of narrative development: Magnum tries to leap between two buildings, only to end the video trussed in a hospital bed; Rick Simon tackles the suspect, yet Steele takes the credit; Laura Holt watches a television news report of the incident. Working entirely from “found footage,” woven together from several different series, California Crew constructs a compelling and coherent crossover. A spokeswoman for the group (Personal Interview) ascribed their success to the breadth of their membership, which includes fifteen people with diverse backgrounds in the fan community: “We each tape all of the episodes of our favorite series. Between us, we have practically everything. Some of our people have 800 tapes because they’ve been taping since the ‘70s. We’ve got an excellent library at our fingertips. If I want to know when *Simon and Simon* filmed at the Sheriton Universal, I know the person in the group to call to find the right shots.” ” (Jenkins 1992 s. 229)

En kvinnelig amerikansk fan som har lagd mange fanvideoer, “stands at the back of the room as her videos are shown at conventions, taking detailed notes on fan response. She restructures her programs to the particular interests attracted to a given gathering.” (Jenkins 1992 s. 239)

Fans egenproduserte videoer kan koble “surface images with music that speaks from an emotional depth, putting into words what characters feel and cannot say” (Jenkins 1992 s. 236). “The artist’s contribution involves linking illustrative images in such a way as to express the commonplaces of fan speculation. If many academic accounts envision a postmodern spectator for the commercial videos, for whom all images have ceased to bear meaning, the fan spectator is drawn to images already saturated with meaning, hoping for the artist to focus attention on a narrower range of associations relevant in the present context. The same images, the same shots resurface in video after video, achieving different yet related meanings in each new context; the fascination is in seeing how different artists assign their own

meanings to the raw materials they share. The music video presents a cognitive puzzle, asking the viewer to decide what meanings are relevant to each image as it flows past at a remarkably high speed. [...] part of the pleasure for such a fan would reside in the challenge of quickly identifying the shots and recalling their original contexts.” (Jenkins 1992 s. 238)

Engelskmannen E. M. Forsters roman *Maurice* ble publisert posthumt i 1971, og filmatisert av James Ivory i 1987. Den handler om homoseksualitet i britisk overklasse. “One *Maurice* video [fanvideo] on YouTube, however – mis-described by its uploader as merely ‘a clip from’ the film – goes further by structuring such fetishistic spectator practices into the video itself. ‘*Maurice* 1987 Movie, love secan [sic] between James Wilby & Rupert Graves’ expands the film’s final kiss and embrace from an original duration of 32 seconds to just over two minutes, in slow motion and high definition. [...] some hardcore fans do indeed slow down favourite scenes to quarter speed during viewing. [...] The particular characteristics of *Maurice* fandom – by turns emotionally engaged and highly irreverent, sexually frank and politicised – can be viewed a distinct case” (Claire Monk i <http://www.participations.org/Volume%208/Issue%202/3h%20Monk.pdf>; lesedato 07.09.16).

En amerikansk fan av TV-serien *Twinpeaks* “built a library of digitalized sounds from the series. Excerpts of cryptic dialog were reprinted and closely analyzed.” (Jenkins 1992 s. 77)

Chris Carter m.fl.s TV-serie *The X-Files* (1993 og senere) var “en milepæl, ikke bare for tv-serier men også for fankulturen på nettet. Parallellt med at serien ble populær begynte også internett å bli allemannseie. Og i nettets tidlige dager var en mystisk serie hvor to FBI-agenter undersøkte overnaturlige fenomener det perfekte samtaleemnet. Serien hadde premiere i september 1993, diskusjonsgruppen alt.tv.x-files ble opprettet på Usenet [...] Det var ikke uvanlig at serieskaper Chris Carter og ulike manusforfattere dukket opp i diskusjonene, og ifølge Gizmodo-skribent Kate Knibbs påvirket fansens analyser ofte innholdet i serien. Manusforfatter Frank Spotniz skrev en episode inspirert av en kommentar om at serien ikke hadde fulgt opp døden til Scullys søster, mens en gjesterolle ble oppkalt etter en avdød fan. Ifølge Mental Floss-skribent Rick Marshall dannet “The X-Files” på mange måter skole i tv-seriesammenheng. - Denne interaksjonen mellom fans og skapere ble snart modellen for påfølgende serier som ønsket å knytte bånd til fanbasen sin på nett. En kreativ delekultur oppsto rundt serien [...] Ørten fansider ble også opprettet, med alt fra stillbilder og remiksede videoklipp fra serien, til lydeffekter og minneverdige sitater.” (*Dagbladet* 30. januar 2016 s. 69)

Fanmix er “spillelister” over hva som passer i ulike situasjoner. “As fan communities shift their favored interfaces, the tenor of fan communication and creativity changes. Fans may choose interfaces because they better fit the mood of a particular fandom or the evolving aesthetics and foci of the larger multifannish culture, but at the same time, fan aesthetic traditions evolve in response to the

affordances and limitations of particular interfaces. [...] fanmixes are fan musical playlists dedicated to a series, character, relationship, or sometimes to a particular fan-authored universe or fanwork. [...] fanmixes and playlists ask the listener to bring their recollection of the visuals, narrative, storyworld, and characters to their listening of a given fanmix. In both cases, gifsets and fanmixes can encourage a conversation between the fan-beloved source and other media texts, fannish and non.” (<http://www.flowjournal.org/2016/01/the-limits-of-infinite-scroll-gifsets-and-fanmixes-as-evolving-fan-traditions/>; lesedato 24.08.16)

TV-serien *Mad Men* (2007 og senere) “er et amerikansk periodedrama signert Matthew Weiner. Serien utspiller seg på 60-tallet og kretser rundt de ansatte ved et reklamebyrå, da særlig den kreative lederen Don Draper og tekstforfatter Peggy Olsen. [...] I storbyene i USA begynte hipsterne å ha “Mad Men”-fester, hvor man kledde seg opp i 60-tallsklær og drakk gammeldagse drinker som Old Fashioned og Manhattan. [...] I begynnelsen lette fansen etter tidsriktige antrekk i bruk-butikkene, men motehusene var ikke sene om å skjønne at her var det penger å tjene. De begynte snart å produsere dresser og kjoler inspirert av de stilige karakterene i serien. Banana Republic og Brooks Brothers lanserte sågar hele kolleksjoner i samarbeid med *Mad Men*-kostymedesigner Janie Bryant. Begge gikk som varmt hvetebrød. Mattel lanserte Ken og Barbie-dukker basert på de mest populære karakterene fra serien, og det ble også produsert en egen “Mad Men”-neglelakk. I New York begynte jazzklubbene å oppleve ny popularitet da fans av serien begynte å strømme til konsertene deres for å lytte til samme musikk som sine yndlingskarakterer. Antikvitetsforretninger merket også at etterspørselen etter møbler og nips fra 60-tallet plutselig økte betraktelig.” (*Dagbladets Magasinet* 18. april 2015 s. 46 og 48)

Den amerikanske forfatteren Stephenie Meyer ga fra 2005 ut en rekke bøker kalt *Twilight*-serien, en blanding av vampyr- og kjærlighetsromaner for ungdom, som senere har blitt filmatisert. “Each September “Twihards” gather in Forks on the date of protagonist Bella’s birthday for a full weekend of activities as part of the Forever Twilight celebration.” (Michelle Smith i <http://theconversation.com/the-literary-pilgrimage-from-bronteites-to-twihards-43465>; lesedato 06.07.16) “Help Find Bella! Under the protection of our home town wolf pack, The Alpha Males, help find Bella on the mysterious rainforest trail behind the visitor center. Feel free to bring your four-legged friends because this trail is pet-friendly! This .25-mile loop is great for all ages and activity levels. Where: Forks Visitor Information Center, 1411 South Forks Avenue. [...] Mask Embellishment and Decorating. Bring your mask and all sorts of glitter and glitz will be available for your artistic pleasure. [...] Forever *Twilight* in Forks Costume Contest. Show off your love for all things Twilight by taking the stage with your best costume. It can be from any *Twilight Saga* novel or movie. There are two age categories: over/under 12. Prizes will be awarded for Most Authentic – judged for novel or movie accuracy, with a special award for New Moon related costumes, Most Original – judged for most original take on an existing costume or a completely new look, Best Duo – judged

for a group of two characters and the “Best Overall” will receive a very nice winner’s basket. [...] *Twilight* Bazaar. Come sell your Twilight-inspired arts and crafts, and browse our local artisan wares right on Forks Avenue” (<http://www.forkswa.com/wp-content/uploads/pdf/FTFSchedule.pdf>; lesedato 08.07.16).

Alle tekster, aktiviteter, trivia-gjenstander som samles, quizzer osv. kalles ofte “-verse” (“Buffy-verse”, “Zena-verse” osv.) (Staiger 2005 s. 102). “A verb sometimes used in the fan community to describe what someone does when she leaves fandom is “gafiate”. It is formed from the initials of the phrase “getting away from it all”.” (Pugh 2005 s. 226) DNQ (forkortelse for “Do not quote”) og DNP (“Do not print”) brukes f.eks. i e-poster mellom fans for å signalisere at det som er skrevet ikke skal siteres på f.eks. mottakerens blogg. “Filking” er “creative songs” tilknyttet noe fansen er opptatt av (Staiger 2005 s. 105).

“Folket er oppslukt av ballroom dancing og kan gresk mytologi på rams og drar på vinsmaking-kurs i Toscana og restaurerer motorsykler fra 1930-tallet og oversetter Henrik Ibsen til alvisk. Folket er klin gjerne. Deres interesser er smale og sære og fantastiske. Det er mulig eliten er smal, men folket er så lite smalt som det kan bli.” (Knut Nærum i *Dagbladet* 30. mai 2015 s. 49)

Kreative fans må forholde seg til at materialet de er kreative med, er opphavsrettslig beskyttet. “[A] number of long-standing leaders in the fan community joined forces to form the Organization for Transformative Works as a means of protecting their traditional cultural practices and of bringing them into the twenty-first century: “We envision a future in which all fannish works are recognized as legal and transformative, and accepted as legitimate creative activity. We are proactive and innovative in protecting and defending our work from commercial exploitation and legal challenge. We preserve our fannish economy, values, and a way of life by protecting and nurturing our fellow fans, our work, our commentary, our history, and our identity, while providing for the broadest possible access to fannish activity for all fans. We value our infinite diversity in infinite combinations. We value the unhindered cross-pollination and exchange of fannish ideas and cultures, while seeking to avoid the homogenization or centralization of fandom.” [fra dokumentet “Our Vision”]” (Jenkins 2008 s. 182).

“Eleven of the thirteen fans I asked reported that they felt “anticipation” or “excitement” just prior to an unfamiliar episode, comparable perhaps to the enjoyable nerves a traveler might feel before setting off on a journey. Twenty-three-year-old Schally’s response was typical: “When the show was airing on television I would often get a little nervous before the second or third part of a multipart episode because those had invariably ended at an unpleasant cliffhanger the week before and I was usually worried about the characters. The season four finale of “Gethsemane” absolutely killed me. I was very worried about Mulder and extremely anxious about the upcoming season premier. I used to also get very excited about episodes that had had particularly funny or suspenseful teasers the

week before.” ” (Will Brooker i Gray, Sandvoss og Harrington 2007 s. 154). Fans som ser sine yndlingsfilmer, slår av lyset, ber slekt og venner om ikke å ringe, ignorerer ringing på døra osv., altså avstenger seg selv fra alt annet. Det blir en “immersion in liminality” (Gray, Sandvoss og Harrington 2007 s. 154). Fans sitter ofte med fjernkontrollen i handa mens de ser film på video, DVD o.l., “finger on the pause and rewind buttons to fully enjoy the spectacle of special effects (what Philip Brophy [om skrekkfilmer] termed ‘horrorality’). [...] in the era of repeat viewings, repetition became a virtue.” (Mathijs og Mendik 2008 s. 168) Samme bok leses på nytt og på nytt, en film kan være sett titalls ganger osv.

“Reading practices (close scrutiny, elaborate exegesis, repeated and prolonged rereading, etc.) acceptable in confronting a work of “serious merit” seem perversely misapplied to the more “disposable” texts of mass culture. [...] The fan’s claims for a favored text stand as the most direct and vocal affront to the legitimacy of traditional cultural hierarchies. [...] Fan interpretive practice differs from that fostered by the educational system and preferred by bourgeois culture not simply in its object choices or in the degree of its intensity, but often in the types of reading skills it employs, in the ways that fans approach texts. From the perspective of dominant taste, fans appear to be frighteningly out of control, undisciplined and unrepentant, rogue readers. Rejecting the aesthetic distance Bourdieu suggests is a cornerstone of bourgeois aesthetic, fans enthusiastically embrace favored texts and attempt to integrate media representations into their own social experience. Unimpressed by institutional authority and expertise, the fans assert their own right to form interpretations, to offer evaluations, and to construct cultural canons.” (Jenkins 1992 s. 17-18)

“Edgar Allan Poe døde 7. oktober 1849, og den gang var det knapt ti mennesker til stede ved begravelsen i Baltimore. Det ble til slutt for pinlig for Poe House and Museum, som søndag rett og slett begravde Poe om igjen. Denne gangen kom det så mange sørgende at seremonien måtte utføres flere ganger. Poe-museet i hans ungdoms by Richmond kunne ikke være dårligere. Der iscenesatte man Poes død om igjen på 160-årsdagen med den avdødes fans til stede.” (*Morgenbladet* 16. – 22. oktober 2009 s. 39)

Den amerikanske TV-serien *The Following* (2013-15; skapt av Kevin Williamson m.fl.) handler om en karismatisk litteraturprofessor og seriemorder som er inspirert av Poe. Morderen får en lang rekke fans som er besatt av Poes ideer og diktning, og som gjennomfører grusomme handlinger påvirket av professor Joe Carroll.

Fans av den britiske forfatteren Arthur Conan Doyles Sherlock Holmes-historier har organisert såkalte “murder parties” (også kalt “murder mystery parties”) (Oudin 1997 s. 58). “Murder mystery parties are a great way to make an average party into an exciting one. They usually center around the idea that each guest is a character with one guest who knows ahead of time that he or she is the killer. They instigate a lot of role-playing enjoyment and mysterious excitement. Creative ways to mix

things up at a murder mystery party without spending any money ensure your guests leave the party having had the time of their lives.” (http://www.ehow.com/list_6964828_murder-mystery-party-ideas.html; lesedato 16.12.13).

Holmes-entusiaster i delstaten New Mexico i USA har møtt hverandre årlig i en liten by som heter Moriarty og holdt markeringer kalt “Unhappy Birthday you bastard Moriarty Celebration”, og der høydepunktet er å lage en pyramide av gjødsel (Oudin 1997 s. 58). “The Brothers Three meet annually on the Friday closest to Halloween – Moriarty's birthday – for their “Unhappy Birthday You Bastard Moriarty Dinner.” After the dinner the group toasts the professor over a pile of animal droppings dubbed the 3M – the Moriarty Manure Memorial.” (<http://conservancy.umn.edu/bitstream/51971/1/1983October-DecemberPressReleases.pdf>; lesedato 09.01.14)

Medlemmer av Sherlock Holmes Society of London foretok i 1968 en reise til Reichenbach-fallene i Sveits, der detektiven nesten ble drept i en av Conan Doyles historier. Medlemme var kledd i viktorianske drakter, vandret opp til fossen, og framførte et skuespill med kampen mellom Holmes og Moriarty. Senere har amerikanske og mange andre fans vandret til stedet og spilt handlingen i tidsriktige kostymer (Oudin 1997 s. 59).

Noen fans oppfatter doktor Watson som den egentlige forfatteren av historiene om mesterdetektiven Sherlock Holmes, og Arthur Conan Doyle blir da bare oppfattet som Watsons litterære agent (Oudin 1997 s. 60). Disse tankelelene som blander virkelighet og fantasi, får merkelige utslag. Sherlock Holmes’ bror Mycroft har blitt tolket som en støttespiller for den onde superskurken Moriarty, andre har ment at Holmes er seriemorderen Jack the Ripper. På et møte blant Holmes-fans hevdet den amerikanske krimforfatteren Rex Stout at Watson egentlig er en kvinne (Oudin 1997 s. 61).

“De fleste Holmes-klubbene organiserer kostyme-kvelder der, i en historisk situasjon, hver inkarnerer en bestemt person. [...] Det finnes også mer spesialiserte organisasjoner, som den amerikanske Mini Tonga” (Oudin 1997 s. 61). De lager minifigurer og dukkehus-scener fra miljøene og krimhistoriene. Det engelske Irregular Special Railway Company har medlemmer som er opptatt av alt som har med jernbane å gjøre i Sherlock Holmes’ verden. Og i 1967 ble det stiftet en klubb for kvinnelige Holmes-fans i New York, som gir ut tidsskriftet *The Serpentine Muse* (Oudin 1997 s. 61).

“The Sound of the Baskervilles is a scion society of the Baker Street Irregulars. We meet monthly, on the third Sunday of each month. [...] Club membership brings our members (affectionately called “SOBs”) the monthly newsletter Ineffable Twaddle, and a copy of our Beaten’s Christmas Annual, as well as the incalculable benefits of association with a group of certifiable Holmes aficionados.

Other regularly scheduled events throughout the year include (but may not be limited to):

- The Masters Dinner celebrating Holmes' birthday (January)
- The Annual Wreath Throw commemorating Holmes' loss at Reichenbach Falls (May)
- The John H. Watson Picnic (held in July)
- The Will Crakes Memorial Jollification (held in December)

Other activities include book crawls, teas, plays, and gaming events, and are held as announced.” (<http://www.soundofthebaskervilles.com/>; lesedato 19.12.13)

Betegnelsen “historical reenactment” brukes om å kle seg i historisk (mest mulig korrekte) kostymer og spille roller fra en historisk periode. “Some examples include the Society for Creative Anachronism (medieval and Renaissance); the Jane Austen Society of North America (Regency England and all things Jane); the Victorian Society; and Civil War reenactment groups. These organizations often have knowledgeable people in them who are pursuing research projects of their own and like to share. Try watching films and plays about your chosen time period, go to museums and travel if you can. Check out local restaurants with the cuisine of the area you're writing about. There may be community education programs on culture, language and travel at local colleges: try taking a class or attending a talk.” (Catherine Lundoff i <http://www.writing-world.com/fiction/lundoff.shtml>; lesedato 22.06.15)

Amerikaneren Forrest J. Ackerman var en nesten ekstremistisk samler av science fiction, skrekkfilmer og andre verk innen fantastisk litteratur i vid forstand. Hans samling bestod til slutt av ca. 300.000 filmer, bøker, manuskripter, masker, monsterfigurer osv. Han skrev og publiserte et tidsskrift med tittelen *Famous Monsters of Filmland* (ca. 1964-1991). Hans aktivitet gjorde han så berømt at noen kjente filmregissører ga han små roller i filmene sine. Ackerman har spilt i mer enn 40 filmer (Winter 2010 s. 245).

Den tyske film-fanen Frank Trebbin skapte et fembinds oppslagsverk om skrekk- og science fictionfilmer, utgitt på eget forlag. Verket består av filmografi samt vurderinger, bilder og statistikker knyttet til ca. to tusen psychotrillere, skrekkfilmer og science fictionfilmer fra årene 1960-89. Trebbins verk har også blitt utgitt på cd-rom, og har høy status blant fans av skrekkfilm og sf-filmer i Tyskland (Winter 2010 s. 269).

Noen skrekkfilmfans lager objekter som viser monstre og kroppslige metamorfoser. Også masker og etterligninger av avkuttete kroppsdeler er populære, og blir annonsert for salg i kommersielle fan-tidsskrifter. I Tyskland fantes i 2010 nettstedet Videodrom Mail-Order som drev med lignende salg.

Den tyske fanklubben Violent Shitters består av skrekkfilmentusiaster. Klubben har lagd egne skrekkfilmer med mange spesialeffekter, filmer som har blitt vist på

fantreff (conventions) og filmfestivaler, og har vært til salgs ved slike anledninger. Deres filmer er såkalte “no budget features” (Winter 2010 s. 270), dvs. filmer som ikke krever nevneverdig budsjett for å produseres og der alle deltakerne gjør sin arbeidsinnsats gratis. Klubbens første film het *Violent Shit* (1989), derav deres gruppenavn.

Da den første James Bond-filmen skulle vises på kino i London, ble det slagsmål mellom de 1200 medlemmene av Bond-fanklubben og deres motstandere (Neuhaus og Holzner 2007 s. 434). Ikke alle likte Bond som “the prototype of the handsome, clever playboy hero”.

“Springsteen fans will characterize a specific album or concert within his entire output, working toward a proposition about an “evolution of the various characters and themes” [...] that have already been identified as part of Springsteen’s authorship. Additionally, they make “aesthetic associations” to the larger musical art world, “political associations” to “social injustices” to which Springsteen often refers, “biographical associations” to Springsteen’s personal life, and “personal associations” to the fans’ own life” (Staiger 2005 s. 99).

“[D]uring the run of *Babylon 5*, its creator, J. Michael Straczynski, “correspond[ed] with fans on the internet but warn[ed] them not to discuss potential future plots lest he be sued for using any of their ideas” ” (Hunter og Kaye sitert fra Staiger 2005 s. 101-102).

“Fans seemingly blur the boundaries between fact and fiction, speaking of characters as if they had an existence apart from their textual manifestations, entering into the realm of the fiction as if it were at tangible place they can inhabit and explore.” (Jenkins 1992 s. 18) Fan lager “mattering maps” (Lawrence Grossberg sitert fra Chin og Gray 2001) over de fiksjonsverdenene de er opptatt av.

“At the first science fiction convention held in 1936, a fan “wore the first SF costume based on a visual media source – the Wells film *Things to Come*” (Camille Bacon-Smith gjengitt etter Staiger 2005 s. 97).

Det er en utbredt forestilling at det blant fans finnes personer som er sosialt isolert og psykisk forstyrret. Denne antakelsen belyses i Joli Jensens bok *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization* (1992). Jo mer man som fan blir stigmatisert av utenforstående, jo sterkere blir anerkjennelsen innad i miljøet, hevder en tysk forsker (Winter 2010 s. 250). Høy grad av involvering skaper også anerkjennelse (Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 219).

Det eksisterer “subcultural ideologies on which fan communities are based, ideologies through which fan cultures present themselves as alternative, oppositional and authentic [...] subcultural ideologies are fundamental to fans cultures because without them fans cannot create the sense of distinction which

separates themselves as ‘fans’ from [ikke-fans] [...] in fan cultures, to be a fan is to be interesting and different, not simply a ‘normal’ cultural consumer. [...] the subcultural ideology which underpins cult movies fandom not only celebrates the unwatchable and/or unobtainable – that which is by definition usually unpleasurable or inaccessible to most viewers – but how this emerges from a need to produce and protect a sense of rarity and exclusivity. As Thornton puts it, ‘subcultural capital is defined against the supposed obscene accessibility of mass culture’ (Thornton, 1995: 121).” (Mark Jancovich i Mathijs og Mendik 2008 s. 150-151)

Ordet “fan” er “an abbreviated form of the word “fanatic,” which has its roots in the Latin word “fanaticus.” In its most literal sense, “fanaticus” simply meant “Of or belonging to the temple, a temple servant, a devotee” but it quickly assumed more negative connotations, “Of persons inspired by orgiastic rites and enthusiastic frenzy” (*Oxford Latin Dictionary*). As it evolved, the term “fanatic” moved from a reference to certain excessive forms of religious belief and worship to any “excessive and mistaken enthusiasm,” [...] If the term “fan” was originally evoked in a somewhat playful fashion and was often used sympathetically by sports writers, it never fully escaped its earlier connotations of religious and political zealotry, false beliefs, orgiastic excess, possession, and madness, connotations that seem to be at the heart of many of the representations of fans in contemporary discourse.” (Jenkins 1992 s. 12) En slik idé innebærer å oppfatte “cult fandom as neoreligiosity” (Matt Hills i Mathijs og Mendik 2008 s. 139).

“So powerful is this stereotype that the opening of one recent film, *The Fan* (1981), provokes terror simply by depicting a lone fan (Michael Biem) sitting in a darkened room slowly typing a letter to his favourite Broadway actress [...] Similar images of dangerous fans can be found in films such as *Fade to Black* (1980), *King of Comedy* (1983), and *Misery* (1990), each of which represent fans as isolated, emotionally and socially immature, unable to achieve a proper place for themselves in society, and thus prone to replace grim realities with rich media fantasies. [...] the psychopathic “fan in the attic” has become a stock character of suspense films” (Jenkins 1992 s. 14).

“Mrs. Myra Franklin, a Welsh woman is said to have sat through 940 screenings of *The Sound of Music*” (Staiger 2005 s. 98).

“[T]he distinction between being a fan, an idiosyncratic partisan of texts and readings, and being a ‘serious’ academic is not always very clear. Joli Jensen has pointed out that academic research has much in common with fandom: *we* produce articles and attend conferences, *they* write slash-fiction and go to conventions, but a “system of bias ... debases fans and elevates scholars even though they engage in virtually the same kinds of activities.” ” (I. Q. Hunter i Mathijs og Mendik 2008 s. 478-479)

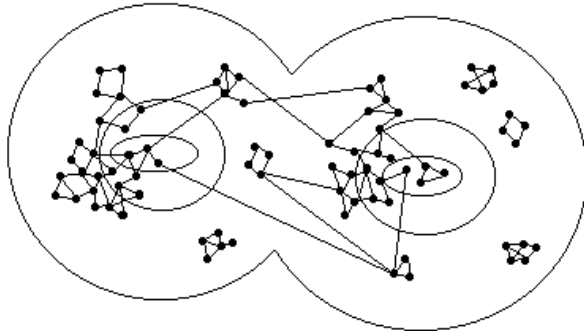
Den amerikanske forfatteren George R.R. Martin har skrevet “*A Song of Ice and Fire*”, bøkene som ble til TV-fenomenet *Game of Thrones*. Universet hans kjennetegnes av en helt ufattelig detaljrikdom. Ikke bare dukker det opp over 1000 navngitte personer fra et utall familier og dynastier i sagaen. Ikke bare har forfatteren funnet opp alt fra vilddyr (direwolfs!) til matretter (Mereneese Lamb with salad of raisins and carrots); Martin har rett og slett skapt en verden med fiktive byer, kulturer, kontinenter og en 9000 år lang forhistorie. Men til dere som er forvirret over alle navnene og historien: Fortvil ikke. Martin har ikke bare verdens største og mest innbitte fanskare. Det finnes også en egen wikipedia tilegnet hans univers. [...] Vil du lese om maktkampene i Westeros i hundreårene før serien begynner? Vite mer om de kulturelle forskjellene mellom Braavos og Volantis? En dybdeartikkel om Robert’s Rebellion eller The Doom of Valyria? Alt er et tastetrykk unna, som det heter, skrevet på samme leksikalske måte som den opprinnelige wikipediaen. [...] Denne fankulturen er ikke implementert ovenfra, men skapt av ivrige nerder på nettet.” (*A-magasinet* 9. mai 2014 s. 32) “Wiki of Ice and Fire is fan-created for George R. R. Martin’s *A Song of Ice and Fire* and HBO’s *Game of Thrones*. We are part of the information about *A Song of Ice and Fire* provided by [westeros.org](http://awoiaf.westeros.org) which provides the web space and technical support. We currently have 5,679 articles.” (http://awoiaf.westeros.org/index.php/Main_Page; lesedato 18.06.14)

Fanfelleskap, subkulturer, szener

Fankulturer er nært beslektet med subkulturer, og ofte brukes ordene nesten synonymt. I Jeff Bishop og Paul Hoggetts bok *Organizing around Enthusiasms: Patterns of Mutual Aid in Leisure* (1986) beskrives f.eks. “subcultural communities organized around common enthusiasms or interests”, dvs. fankulturer. Fanfelleskapene har mange likhetstrekk med subkulturene og inngår ofte i subkulturer. På tysk skilles det mellom “Subkultur” og “Szene”, der det siste begrepet står for et løst nettverk av mennesker med samme interesser og orienteringer (Farin 2001 s. 19). En “Szene” er et “sinnelagsfelleskap” (Grossegger og Heinzlmaier 2002 s. 8) og kan fungere som en “lokal offentlighet” (Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 102). Ungdommer i subkulturer oppfattes av Klaus Farin som tydeligere atskilt fra andre ungdommer enn det de som tilhører en “Szene” er.

Hitzler, Bucher og Niederbacher definerer en “Szene” som et tematisk fokusert kulturelt nettverk av personer som deler bestemte materielle og/eller mentale former for kollektiv selvstilisering og som stabiliserer og videreutvikler fellesskapet på for dem karakteristiske steder og til typiske tider (2001 s. 20). Szener avgrenser seg også tydelig fra organisasjoner (Hitzler, Bucher og Niederbacher 2001 s. 207); szenene er mer diffuse og dynamiske (s. 223). De kan kalles “opplevelsesenklaver” (Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 272).

Nærhet mellom to subkulturer – figuren nedenfor er basert på Hitzler, Bucher og Niederbacher (2001 s. 28):



De ytterste sirkulære linjene i figuren markerer to subkulturer. Eksempler på slike subkulturer er skater-kulturen, hip hop-kulturen, techno-kulturen og black metal-kulturen. Figuren viser to subkulturer som står svært nær hverandre, så nær at de overlapper. F.eks. kan begge de to kulturene være tematisk sentrert om musikk og dans, og dele en del “tegn, symboler, ritualer, emblemer, innhold” (Hitzler, Bucher og Niederbacher 2001 s. 25). I figuren markerer de runde linjene hvilken tilhørighet personer har til subkulturen, prikkene står for personer og de rette linjene representerer vennskapsbånd mellom personene. Hitzler m.fl. mener at de fleste slike subkulturer har en kjerne av mennesker som bidrar sterkt til å holde kulturen sammen, f.eks. ved å organisere treff og festligheter. Disse personene befinner seg innen de to innerste ovalene i figuren. De er den harde kjernen. For personene i kjernen er alt annet i livet uvesentligheter (Grossegger og Heinzlmaier 2002 s. 21).

Rundt kjernen er det personer som ikke er fullt så engasjerte og opptatt av å holde oppe kulturen, som bruker mindre tid og krefter på den. Deretter følger de normale subkultur-“medlemmene”. Til sammen gir dette tre grupper: (1) kjernen, (2) sterkt engasjerte, (3) mindre engasjerte. Av figuren går det fram at det finnes mange vennskapsbånd blant personene innad i de to kulturene og mellom de to kulturene, men også at noen små grupper er forholdsvis isolerte. Det finnes større nettverk av personer og det finnes små vennegrupper. Kategori (3) har blitt kalt gruppen av “the borderline fan” (Eve Smith i <http://www.participations.org/Volume%208/Issue%202/2f%20Smith.pdf>; lesedato 02.03.15).

Relasjonen til subkulturen kan være flyktig eller permanent, marginal eller sentral (Clarke, Cohen m.fl. 1981 s. 50). De minst engasjerte “flanerer” (Farin 2001 s. 95) i grupper uten egentlig å delta aktivt, som halvveis passive sympatisører. En fan vil gjerne oppheve distansen til den eller det som blir beundret, og relasjonen til dette som blir beundret, oppleves ofte som personlig og “gjensidig” (<http://communication.revues.org/4911>; lesedato 04.11.15).

Rap-battles i hiphop-subkulturen var et forsøk på bringe den reelle volden over på et symbolsk plan. I stedet for å drepe hverandre i ghettoen ble det arrangert “contests” og “DJ battles”, der blant annet ordet “nigger” ble brukt innen en “Black & Proud”-tankegang (Farin 2001 s. 134). Fellesskapet deler bestemte tegn, symboler, ritualer, koder, emblemer, holdninger, oppførsler, ferdigheter og kunnskaper som viser deres felles tilhørighet (Hitzler, Bucher og Niederbacher 2001 s. 21-22). Det skapes “koder for tilhørighet” (Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 219). Det kan oppstå det som den franske sosiologen Émile Durkheim kalte “kollektiv sprudling”, dvs. en gledfull gruppetilhørighet (gjengitt etter Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 76).

Janeites

Fans av den engelske forfatteren Jane Austen, som skrev romaner tidlig på 1800-tallet, kalles “Janeites”. Deres emosjonelle og intellektuelle involvering i hennes romaner skyldes ikke bare noen evigaktuelle temaer, som f.eks. vennskap, kjærlighet, tilhørighet og selvrespekt. Selve avstanden og forskjelligheten fra vårt eget samfunn blir også verdsatt. Den historiske settingen fascinerer og innbyr til kreativitet.

“Austenmania both restores and distorts the reputation of the literary classic as a signifier of cultural value” (Judy Simons sitert fra <http://assets.press.princeton.edu/chapters/i6989.pdf>; lesedato 29.03.19).

Fanfelleskapet rundt Austen ble stort fra og med 1995, da BBC sendte Sue Birtwistle og Simon Langtons TV-serie *Pride and Prejudice*, en adaptasjon av romanen fra 1813, og der den mannlige helten Darcy fikk større plass enn i Austens tekst. I løpet av de første ukene etter at serien var vist, ble det solgt flere eksemplarer av romanen enn i de foregående ti årene til sammen. Mengden fanfiksjon eksploderte senere med tilgangen til Internett, godt hjulpet av at hennes tekster ikke lenger er opphavsrettslig beskyttet, og det finnes tallrike nettforum der hennes bøker diskuteres.

“Here is Anne Thackeray Ritchie’s opening to her discussion of Regency period women writers, *A Book of Sibyls* (London: Smith, Elder, &Co., 1883): “Not long ago, a party of friends were sitting at luncheon in a suburb of London, when one of them happened to make some reference to Maple Grove and Selina, and to ask in what county of England Maple Grove was situated. Everybody had a theory” (v). If you, embarrassed reader, don’t know to consult your copy of *Emma*, there to be reminded that Maple Grove is the name of the former stomping grounds of Augusta Elton, and that Selina is the name of Mrs. E.’s well-to-do sister, then you are like the touring French man who has found his hapless way into this cozy company of initiates.” (Deidre Lynch i <http://assets.press.princeton.edu/chapters/i6989.pdf>; lesedato 03.04.19)

“Vi blir aldri ferdige med å gjenfortelle Jane Austens “Stolthet og fordom”. [...] Foruten utallige filmatiseringer, er det utgitt flere hundre bøker som mer eller mindre baserer seg på kjærlighetshistorien om Elizabeth Bennet og Mr. Darcy. Sjangeren, om vi kan kalle den det, inneholder alt fra zombiefortellinger og erotiske romaner til pekebøker. [...] de over 200 omskrivingene av “Stolthet og fordom”. [...] de mange hardcore Jane Austen-fans som jevnlig møtes til egne treff, utkledd i vakre kjoler med høyt liv og med pene parasoller. De har fått et eget kallenavn – “Janeites”. [...] “Austenmania’s Big Bang”: “Bildet av en våt, hvit skjorte som klistrer seg forførende til brystet til den britiske skuespilleren Colin Firth, i BBCs TV-serie fra 1995.” Etterpå dukket det opp langt flere bøker av forfattere som åpenbart ønsket seg litt mer, tja, fargerike beskrivelser av forholdet til Elizabeth og Darcy. Blant dem Linda Berdoll, en søt bestemor fra Texas, som har utgitt tre erotiske romaner om Darcy-ekteparet, med et opplag på 250 000. [...] Andre “Stolthet og fordom”-omskrivninger som er verdt å nevne, er “Pride and Prejudice and zombies” av Seth Grahame-Smith, som parodierte boka ved å ta den originale teksten og blande inn et zombie-plott, og ble en overraskende bestselger da den kom ut i 2009. Andre har plassert historien i moderne tid, som den prisvinnende Youtube-serien “The Lizzie Bennet Diaries”, som gjennom 100 korte episoder forteller historien om nerdejenta Elizabeth og den rike kjekkasen Darcy gjennom videoblogginnlegg og twittermeldinger. Og Bollywood-filmen “Bride & Prejudice”, lagt til Amritsar i India, med Aishwarya Rai i hovedrollen. For de aller yngste finnes for øvrig pekebøkene “Mr Darcy”, “Mr Darcy the Dancing Duck” og telleboka “Pride and Prejudice: A Babylit Counting Primer”. (Marie L. Kleve i <https://www.dagbladet.no/kultur/skjorta-som-skapte-en-industri/60212511>; lesedato 25.04.18)

Austens popularitet har lagt grunnlag for forskjellige utgivelser knyttet til hennes forfatterskap, ofte tilknyttet råd om livsstil og kjærlighet. Eksempler: Laura Henderson: *Jane Austen’s Guide to Dating* (2005); Sarah Arthur: *Dating Mr. Darcy: A Smart Girl’s Guide to Sensible Romance* (2005); Josephine Ross og Henrietta Webb: *Jane Austen’s Guide to Good Manners: Compliments Charades & Horrible Blunders* (2006); William Deresiewicz: *A Jane Austen Education: How Six Novels Taught Me about Love, Friendship, and the Things that Really Matter* (2011); Rebecca Smith: *Miss Jane Austen’s Guide to Modern Life’s Dilemmas: Answers to Your Most Burning Questions About Life, Love, Happiness (and What to Wear) from the Great Jane Austen Herself* (2012); Elizabeth Kantor: *The Jane Austen Guide to Happily Ever After* (2012); Marilyn Brant: *According to Jane* (2009); Lori Smith: *A Walk with Jane Austen: A Journey into Adventure, Love, and Faith* (2007) og *The Jane Austen Guide to Life: Thoughtful Lessons for the Modern Woman* (2012); Diane Wilkes: *Tarot of Jane Austen* (2006).

Deborah Yaffes bok *Among the Janeites: A Journey Through the World of Jane Austen Fandom* (2013) beskriver “the passionate, thriving world of Austen fandom. They walk among us in their bonnets and Empire-waist gowns, clutching their souvenir tote bags and battered paperbacks: the Janeites, Jane Austen’s legion of

devoted fans. Who are these obsessed admirers, whose passion has transformed Austen from classic novelist to pop-culture phenomenon? [...] Yaffe meets a Florida lawyer with a byzantine theory about hidden subtexts in the novels, a writer of Austen fan fiction who found her own Mr. Darcy while reimagining *Pride and Prejudice*, and a lit professor whose roller-derby nom de skate is Stone Cold Jane Austen. Yaffe goes where Janeites gather, joining a pilgrimage to historic sites in Britain, chatting online with fellow fans, and attending the annual ball of the Jane Austen Society of North America – in period costume.” (<http://www.amazon.com/Among-Janeites-Journey-Through-Austen/dp/0547757735>; lesedato 11.04.14)

Fans sin undergravende og konfronterende omgang har gitt seg svært forskjellige utslag. *The Wall Street Journal* rapporterte i 2010 om en gruppe kvinner i Los Angeles som hadde etablert en “Jane Austen’s Fight Club” etter inspirasjon fra filmen *Fight Club* (1999; regissert av David Fincher). Kvinnene startet kampklubben og publiserte en kort film på Internett som viser kvinner i kamp, alle kledd i Austen-periodens klær. Fenomenet ble omtalt i en rekke amerikanske aviser, og filmsnutten fikk over en million omtaler på Internett.

“Hun vet ikke om det noen gang kommer til å slutte, men Anita Sarkeesian husker godt når det hun kaller “den endeløse malstrømmen av trakassering” begynte. I mai 2012 lanserte den da 26 år gamle populærkulturfantasten en kronerullingskampanje der hun ba om å støtte til en ny idé: En analytisk youtube-serie hun ville kalle “Women vs. Tropes in Videogames”, kvinner mot stereotyper i videospill. Med den avgjørelsen ble Sarkeesian uforvarende med på å starte en av de største kulturkampene på internett: *Gamergate*. Med koordinerte nettkampanjer, hjemmelagede dataspill hvor man fikk ta livet av Sarkeesian, oppfordring til vold mot henne og trusler om terror mot steder som inviterte henne til å snakke, ville et sjikt av spillere stanse det de så som uønskede “politisk korrekte” holdninger fra å innta spillkulturen. Sett i ettertid er det klart at dette var første gang den digitale høyresiden i stor skala, og overfor et bredt publikum eksperimenterte med samordnede kampanjer. Sarkeesians liv ble lagt i ruiner. I dag er hun fortsatt et av de mest omtalte og omdiskuterte ofrene for aggressive, mannlige fanmiljøer. Samtidig blir metodene fra Gamergate kopiert igjen og igjen i andre deler av fankulturen. De siste ukene har *The New York Times* og *Washington Post* skrevet om *toxic fandom* – giftige fanmiljøer – etter en stor hetskampanje på sosiale medier mot kvinnelige skuespillere fra *Star Wars*-filmene. [...] I de store populærkulturdebattene på nettet skilles det ofte – svært forenklet – mellom to grupper: På den ene siden frustrerte fans som frykter at nye progressive idealer skal forandre og ødelegge deres kultur. Og på den andre de som vil ha inn et større mangfold av kjønn, seksualitet og etnisitet i sine foretrukne *kulturfranchiser*, nedsettende kalt “Social Justice Warriors”.” (*Morgenbladet* 21.–27. september 2018 s. 9)

Bricolage

Innen fankultur er arbeidsmåten bricolage vanlig. Ordet “bricolage” brukes i fransk dagligtale om arbeid med hobbybyggesett (modellfly o.l. der en mengde smådeler inngår), om sysling med å produsere estetisk vakre pyntegenstander, og om små, improviserte og amatørmessige reparasjoner med det en måtte ha for hånden. En “søndagsbrikolør” reparerer provisorisk eller permanent ting i hjemmet (Eco 1992 s. 18). Improviserte reparasjoner kan som kjent drives fram av sterke behov, så sterke at mangel på godt verktøy eller riktig materiale må overses. “Råmaterialet” for bricolage har allerede betydning, men dette blir omorganisert og kombinert, rekontekstualisert og transformert (Kähler 2001 s. 214).

“Bricolage” har i dagligspråket et generelt semantisk innhold knyttet til flikking, lapping og småbygging: små deler blir helheter. En brikolør bruker ifølge antropologen Claude Lévi-Strauss i boka *Den ville tanke* (1962) “indirekte midler”, “omveier” (kanskje også “krokveier”) for å nå fram til et resultat; han/hun har et repertoar for å komponere noe som blir “brokete”, “blandet”, og “selsomt”, “rart”. Et av Lévi-Strauss’ eksempler er at den nordamerikanske Osage-stammen ved bricolage frambringer et nytt, imaginært dyr ved å sette sammen det nye dyret av deler fra faktisk eksisterende dyr (Walitschke 1995 s. 69). Kjente grunnkomponenter kombineres. De mulige dyredelene (repertoaret) er begrenset, men antall kombinasjonsmuligheter er nærmest uendelig og kan derfor til tross for det i prinsippet avgrensede spillerommet, gi overraskende resultater. Bricolage skjer gjerne improvisert og spontant, som ad hoc-løsninger på praktiske eller eksistensielle problemer som oppstår. Det kan også foregå en stadig og mangfoldig “flikking”, der ingen i ei gruppe fullbyrder prosjektet, men alle legger noe av seg selv inn i det.

“The term *bricolage* is defined in his two major works on the primitive mind; *Totemism* (1962) and *The Savage Mind* (1962). [...] The structures, ‘improvised’ or ‘made-up’ (these are rough translations of the process of *bricoler*) as *ad hoc* responses to an environment, then serve to establish homologies and analogies between the ordering of nature and that of society, and so satisfactorily ‘explain’ the world and make it able to be lived in. The *bricoleur* constructs the totemic ‘messages’ whereby ‘nature’ and ‘culture’ are caused to mirror each other.” (Hawkes 1977 s. 51)

Bricolage innebærer å bygge “something together using whatever materials happen to be available. The biologist François Jacob uses the term bricolage to describe the apparently cobbled-together character of much biological structure, Claude Levi-Strauss uses it to describe the pre-scientific rationality: a bricoleur is one who creatively uses any means or materials which happen to be lying around in order to tackle a task.” (Federico Pellizzi i http://www.iasl.uni-muenchen.de/discuss/lisforen/pellizzi_dialogism.pdf; lesedato 07.08.19)

David Muggleton definerer bricolage som “an act of transformation by which a new and original style is formed through plunder and recontextualisation as a

challenge to the hegemony of dominant culture.” (siteret fra http://www.participations.org/volume%201/issue%202/1_02_carruthers_article.htm; lesedato 03.06.14) Det er en “om- og nygestaltung av forhåndenværende kulturelle artefakter” (Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 267), en “de- og rekontekstualiserings-estetikk” (s. 272) og en “transformasjon og omgruppering av et gitt mønster, som formidler en ny betydning” (s. 285). Det skapes ny mening, men den gamle betydningen skinner likevel igjennom (Walitschke 1995 s. 69).

“Bricolage innebærer altså en kreativ hybridisering der menings-elementer av alle slag blir rekontekstualisert og reallokert for å skape ny mening, og i mange henseender kan en slik praksis sies å være et typisk utslag av ungdoms trang til å utforme en personlig stil.” (Stian Hårstad i https://www.ntnu.no/c/document_library/; lesedato 02.09.14) Det er stilskaping gjennom “nyordning” og “gjenbruk” av allerede kjente komponenter, ved at delene tas ut av sin vanlige sammenheng og inngår i nye sammenhenger der de får ny betydning og nye budskap (Peinhardt, Sparschuh m.fl. 1983 s. 37).

I likhet med Askeladden i “Prinsessa som ingen kunne målbinde” samler brikoløren på biter som kan komme til nytte, altså på det brukbare, uten fra begynnelsen av å tenke på noen konkret bruk. Enhver slik komponent i repertoaret eller forrådet blir en “opérateur”, ifølge Lévi-Strauss, som kan inngå i en lang rekke relasjoner med andre elementer ettersom tid og omstendighet krever det. Den enkelte komponent kan få sin betydning når det oppstår et problem og brikoløren dermed tyr til sitt repertoar. Komponentene kan være “débris” (rester, stumper, stykker, levninger), “odds and ends” skriver også Lévi-Strauss. Den ville tankes system kjennetegnes snarere ved et stadig kombinatorisk spill der elementene kan bli omordnet som i et kaleidoskop og dermed stadig på nytt frambringe andre forbindelser.

“Bricolage is a word which is used to mean an assemblage of objects, along with the trial and error process of putting such objects together. Someone who practices bricolage is known as a bricoleur. Bricolage plays an important role in a number of fields, from computer programming to music, and it is part of the artistic and cultural expression of many cultures around the world. You may have even engaged in a bit of bricolage yourself; perhaps, for example, you rigged up a simple solution to a household problem, using materials which were to hand. This is a form of bricolage. The word comes from the French *bricole*, used to describe a trifle or an odd job. By definition, bricolage includes objects and skills which are readily available. One famous bricoleur, MacGyver [helten i en amerikansk TV-serie med samme navn, sendt 1985 og senere], was capable of utilizing the commonplace items around him to come up with ingenious solutions, ranging from rappelling tools to incendiary devices. Many people consider MacGyver to be a paragon in the field, and they may look up to him as a role model who illustrates the idea that anything is possible with a keen mind and a Swiss army knife.” (Mary McMahon i <http://www.wisegeek.com/what-is-bricolage.htm>; lesedato 23.09.14)

Brendan Vaughans bok *What would MacGyver do?: True Stories of Improvised Genius in Everyday Life* (2006) er en samling “true stories celebrating real-life “MacGyverisms”. You’re driving on a deserted road when your car dies. Your cell phone isn’t getting service. All you have on hand are a gum wrapper and a wire hanger. Or maybe you’re living in a building without central air conditioning in July. You can’t afford an AC; all you have access to are a fan and a bucket of water. In such times of desperation, many have called upon the symbol of all that is inventive, the hero who awed thousands with his cool, quick wit: What would MacGyver do? they ask. For anyone who’s ever wished they could channel the 1980s action-adventure icon comes this clever collection of forty-five true stories, commemorating the use of improvised genius to solve everyday problems. Inspired by television’s Angus MacGyver (played by Richard Dean Anderson), a secret agent who relied on his brains and scientific prowess – not to mention duct tape and a Swiss Army knife to save the day, the “MacGyverisms” recounted range from the concrete (using Chex Mix to provide traction in an icy parking lot) to the intangible (saving a relationship with the perfect turn of phrase). [...] you can “MacGyver” yourself out of virtually any predicament.” (https://www.goodreads.com/book/show/325542.What_Would_MacGyver_Do_; lesedato 27.11.17)

“In art, bricolage typically involves found objects which may be integrated into musical performances, sculptures, or other artistic expressions. It can also refer to a blending of styles; when a punk band reinterprets classical music, for instance, this is bricolage. Bricolage can also play a role in the field of design; many interior designers, for example, use bricolage to come up with innovative, distinctive, and unique designs for their clients. You can also find bricolage in the computer world. Many people who work as programmers, for example, talk about playing around and using a trial and error approach in their work, while numerous websites take the form of bricolage, collecting material from a wide range of sources and presenting it for their users. The body of work on these sites is often quite extensive and incredibly varied; with content ranging from interviews with Presidential candidates to pictures of animals with silly captions. Some people describe bricolage as the ability to make art with whatever is at hand, and the ability to think outside the box when it comes to using items. To an ordinary person, a paperclip is just a paperclip. To a bricoleur, a paperclip holds a world of possibilities as sculptural support, firing pin, etching tool, and much, much more.” (Mary McMahon i <http://www.wisegeek.com/what-is-bricolage.htm>; lesedato 23.09.14)

Elementene, komponentene eller innslagene brukes *rekontekstualisert*. I denne rekontekstualiseringen og nyskapende, improviserende kombinasjonskunsten finner brikolørens innovasjon sted. Nye brikolører kan deretter ta fatt i andre brikolørers produkter. Brikoløren begynner som en slags plagiator og beveger seg derfra til sitt eget kreative rom. Faren for en brikolør består ikke i å bli tatt i fusk, for han driver nettopp et fuskearbeid, men i å tømme sine komponenter helt for deres opprinnelige mening. Rekontekstualiseringen skal gi etablert mening ny mening uten derved å oppløse den etablerte meningen, altså frambringe en slags dobbeltmening som kan

minne om ironi. En komponent kan i et bricolage-arbeid eksponeres som form (vakre, men vanskelig leselige bokstaver som må dechiffreres langsomt), og i et annet arbeid som innhold (gotiske bokstaver konnoterer noe gammelt, skummelt og hemmelig, og gir assosiasjoner til skrekkromaner, bestemte musikk-sjangrer m.m.). En komponent som i ett prosjekt er ren pynt, kan i et annet prosjekt bære avgjørende mening for å forstå en semantisk helhet.

Lévi-Strauss bruker ikke begrepet bricolage éntydig og stringent, og fordi eksemplene hans dessuten hentes fra ulike sfærer (mytologi, håndverk, arkitektur, bildekunst), har det senere vært nærliggende å anvende begrepet i en rekke kulturanalyser, bl.a. av fenomener i det moderne, industrialiserte samfunn. Fra en kjerneidé om sammenkomponering av allerede bestående komponenter til nye helheter, har bricolage blant annet vært brukt for å belyse trekk ved ungdomskultur i konsumsamfunn. På Internett finnes det som har blitt kalt en “remikskultur” (forskeren Rita Raley i *Morgenbladet* 6. – 12. mai 2011 s. 31). Symboler fra ulike kulturer kan sammenføres slik at symbolenes saklige innhold og ideologiske overbygning ikke følger med inn i den nye sammenhengen (Hitzler, Bucher og Niederbacher 2001 s. 48). Hackere har blitt oppfattet som brikolører (Vandoorselaere, Langlois og Golovanivsky 1999 s. 23 og 53).

Britene John Clarke og Dick Hebdige er blant dem som ser klesplagg, frisyrer og annen kroppspynt som brikker det kan drives bricolage med, og som med dette utgangspunktet beskriver ungdommers identitetsbygging. Moter kan radikalt snus om, undermineres og utvides av vestlige subkultur-brikolører. Ungdommene kan ved bricolage “stjele” og “kryse” etablerte moter for derved å bruke dem på sin egen måte og til egne formål. Varer og symboler beslaglegges og føyes inn i nye symbolske helheter; slik skapes det nye moter innad i hver subkultur. Byggematerialet for ungdommelige brikolører er “stiler” og andre systemer av tegn, snarere enn gjenstander. Mange ungdommer har en sterk trang til å lage en identitet gjennom estetiske stiliseringer (Moser 1995 s. 100). Ved bricolage bygger hver subkultur opp sin egen stil. En stil kan være drastisk avvikende fra andre stiler, men den kan også være basert på minimal finesse.

For brikolørene er varer ikke primært gjenstander til konsum, men tegn, og bestemte tegn forbindes med bestemte verdier. Verdier er noe basalt som binder mennesker sammen og får oss til både å føle oss som et fellesskap og til reelt å holde sammen. I *Profane Culture* (1978) bruker Paul Willis det strukturalistiske homologi-konseptet for å belyse subkulturelle trekk blant hippier og MC-gjenger, og derigjennom hvordan fellesskapsopplevelse blir til og holdes ved like. “Homologi” gjelder den symbolbaserte samstemmigheten mellom objektene, verdiene og livsstilen innen ei gruppe. Kulturer som utenfra ofte blir betraktet som kaotiske og normløse, oppviser ved nærmere studium ekstrem lovbundethet (“extrem orderlines” med Hebdiges ord; 1993 s. 113). Hver enkelt praksis står for medlemmene i subkulturen i et homologisk, samsvarende, så å si “organisk” forhold til andre praksiser innen gruppa. Homologi gjelder på tvers av aktiviteter,

vanlige kontekster og varer innen gruppa (dans, festligheter, musikk, litteratur, klær, måter å gå på m.m.). Slik så å si lukker hver gruppe seg om sin egen identitet, og menneskene i gruppa opplever sin verden som meningsfull også som følge av avgrensningen mot andre. Etter Willis ble homologi-tanken av Stuart Hall knyttet til bricolage-arbeid (*Resistance Through Rituals*, 1975).

Bricolage har et direkte fysisk-kroppslig nedslagsfelt. Med forankring i bl.a. Donna Haraways teorier er det mulig å studere hvordan selve kroppen inngår i ungdommers bricolage. Tatovering, piercing, bodybuilding og “forskjønnende” inngrep på operasjonsbordet gjør kroppen til et medium. Kroppen blir råmaterial som gjennom vår utholdenhet og selvovervinnelse nærmer seg idealform og -vekt. Prosessen har preg av bricolage ved at imaginære forbilder for hvordan mage, lår, armer osv. hver for seg skal være, settes sammen til en imaginær helhet som forfølges under svettende anstrengelse. Kropper modelleres, iscenesettes og stiliseres i henhold til en lang rekke forskjellige film- og moteidoler som ligger på netthinnen. Noen brikolører kan kalles “guerilla consumers”, dvs. med individuelle tilpasninger, egen selvframstilling og selviscenesettelsestaktikk (Jules Marshall sitert fra Hitzler og Pfadenhauer 2001 s. 270)

Påkledningsstiler kan ha preg av multimedial bricolage fordi elementene som settes sammen, kan tale til vår synssans (utseende), luktesans (parfyme), taktile sans (tøystoff) og til og med lydsans (klakkende platåsko). Bricolage kan også knyttes til barns bruk av forskjellige materialer i lek, der stoler, tepper, kasser, puter, aviser o.l. brukes til å lage en serie av rom for lek i løpet av ei lang økt der barna er for seg selv: et vanlig hus, et romskip, en bolig for marsboere, osv. Annen bricolage som er delvis multimedial, kan oppleves på et barns eller en ungdoms eget rom, der veggene er dekket med plakater, tegninger og fotografier, og der ellers små pyntegjenstander, samleobjekter og maskoter er plassert rundt omkring i rommet, synlig for alle som kommer inn. På rommet kan det være innslag som innbyr sterkt til berøring: glatte steiner, myke tøystoff, sprellemenn, bjeller o.l. Denne typen bricolage på ungdoms egne værelser pågår over lang tid og i forskjellige faser, og er identitetsuttrykk. Bestemte plakater kan tas ned og erstattes med andre, maskoter som en dag blir for barnslige, havner innerst i skapet. Veggene fungerer som ”self-advertisement”, men bare for de få som slipper inn på rommet, og primært for den enkelte ungdommen selv. Og som i de fleste moderne arbeids- og oppholdsrom er det på ungdomsrommet tendens til medieopphopning: bøker, blader, radio, stereoanlegg, telefon, datamaskin, TV.

Noen bricolage-produkter glir inn i kommersiell mainstream-bruk. “Denne lukrative overføringen fra en subkulturell stil til konfeksjonsvare for (nesten) alle lykkes bare når sentrale elementer og sosiale kontekster fra den opprinnelige konteksten kan fjernes eller bli utvasket. Samtidig må ikke “credibility” og duften av “autentisitet” ikke forsvinne helt.” (Farin 2001 s. 131) Noe av det opprinnelige symbolske opprøret blir hengende ved produktet også når det er et produkt som kjøpes i en butikk. Det blir konflikt mellom det opprinnelige, ekte og

konfeksjonsvaren. En goth fortalte til en tysk forsker: “Jeg ble krenket tvers igjennom da jeg så den første katalogen med goth-klær og -accessoires. Det kunne jeg altså ganske enkelt ikke tåle, at plutselig normale folk på grunn av mote skulle kle seg svart. Det såret meg enormt. Dette er min verden, her får dere ikke slippe inn.” (Farin 2001 s. 152) Den svarte fargen som gjennomtrenger goth-kulturen symboliserer både det hemmelige, svart magi, drifter, det onde, sorg og død. Sosialt sett markerer fargen distanse, men også selvbevissthet og styrke (Farin 2001 s. 164).

I technomusikk-subkulturen var det på slutten av 1990-tallet ikke uvanlig at ungdommer satte sammen spesielle kostymer som de danset i, f.eks. med gassmaske, munnbind, bygningsarbeidervest, beskyttelsesdrakt og lignende (Feige 2000 s. 91-92; Kähler 2001 s. 214). Og musikken ble ofte skapt ved å synkronisere to ulike lydspor til ett (Feige 2000 s. 130).

Skriving av multitekster (multimediale tekster) og personlige nettsider foregår ofte i høy grad som bricolage: En rekke komponenter skapt av andre vurderes og plasseres sammen med egenproduserte komponenter (f.eks. verbal tekst). Komponentene kan riktignok være svært personlige (egne fotografier, egenutviklede fargenyanser, egenproduserte fonter), men vanligst er det å hente eller “stjele” fra andre. Å finne noe vakkert, humoristisk eller på andre måter fascinerende på webben, og vite at det med få klikk kan kopieres inn på egen nettside, kan lett bli en for stor fristelse. Et bilde som finnes på ei personlig nettside i Norge, kan ha sin opprinnelse i USA, Japan eller i nabobygda, men innplasseringen innebærer uansett rekontekstualisering. Bildet kan brukes for private formål både gjennom måten den personlige nettsida som helhet utformes på, og ved at bildet bearbeides/manipuleres. Multiteksten iscenesettes derved med komponenter som har innbyrdes relasjoner som skriveren, men også leseren (gjennom tolkning og ved interaktive muligheter) bestemmer. Gjennom de valg som blir foretatt i dette arbeidet, maksimaliseres hele teksten som medieuttrykk og personlig uttrykk. En komponent som er tatt fra andre, integreres i egen nettside med valg som gjelder plassering, størrelse, bakgrunnsfarge, eventuell bevegelse osv. Bilder, verbaltekst og lyd kan plasseres sammen på måter som er både originalt, rekontekstualiserende og kritisk/subversivt i en “semiotisk geriljakamp”. Bricolage med konsumvarer fungerer som “motmanipulasjon” (Peinhardt, Sparschuh m.fl. 1983 s. 37).

“Constructing a personal home page involves *bricolage*. Graphics, sounds, text and the code used to generate a particular format are often copied from other people’s pages (sometimes with some editing). Indeed, the virtual and digital nature of the Web as a medium supports the re-use in *bricolage* of existing materials since the model may be abstracted limitlessly whilst remaining untouched in the site where the bricoleur found it. Highlighting this distinctive feature of the medium, the ease, speed and potential invisibility of such replication has given rise to a notable academic paranoia about student plagiarism. *Bricolage* involves more than simply

the appropriation of materials: it also involves the construction of the bricoleur's identity (Lévi-Strauss *ibid.*; Jenkins 1992). The values of the *bricoleur* are reflected in the assumptions which underlie specific inclusions, allusions, omissions, adaptations and arrangements. [...] *bricolage* is a rational, conscious and deliberate practice. But it is seldom like this. Indeed, *bricolage* lends itself to what may be experienced by the *bricoleur* as 'discovery' rather than planning [...] Especially in a virtual medium one may reselect and rearrange elements until a pattern emerges which seems to satisfy the constraints of the task and the current purposes of the user. Indeed, no version of the resulting text need be regarded as final – completion may be endlessly deferred in the medium in which everything is always 'under construction'." (Chandler 1998)

"Bricolage is not merely a 'reflection' of the *bricoleur*, since long-term engagement in regularised practices may also contribute to shaping the user's values. *Bricolage* may transform the *bricoleur* as well as the materials. Nor should *bricolage* be regarded as a practice of unconstrained individual creativity. The notion of the author's re-use of existing materials should indeed go some way to undermine the associated Romantic notion of 'originality'. The *bricoleur's* strategies are constrained not only by pragmatic considerations such as suitability-to-purpose and readiness-to-hand but by the experience and competence of the individual in selecting and using 'appropriate' materials. Whilst the social shaping of such practices may not often be visible to the user, subcultures generate conventions about materials and uses which are deemed appropriate for their members. The habitual use of certain signifying practices is indeed a mark of membership of particular subcultural groups." (Chandler 1998)

Ungdom driver ofte med en "ideologisk bricolage" for å skape seg holdepunkter i et komplekst samfunn der tradisjoner ikke er like viktige som før (Galland 1997 s. 200). Ungdommene føler at de står relativt fritt til å velge blant sosiale og moralske konvensjoner, og kombinere dem på sin individuelle måte (Galland 1997 s. 204).

Spillefilmen *Slottet i Provence* (2019; regissert av Nils Tavernier) har også tittelen *Den utrolige historien om postmann Cheval*, og handler om hans liv og byggverk. Hans svært særegne bygning ble lagd med natursteiner funnet langs postruten og spredt rundt i landskapet. Claude Lévi-Strauss bruker Chevals hus som eksempel på bricolage. Ferdinand Cheval var født 1836. Han måtte som landpostbud i Provence gå 32 kilometer daglig, og samlet på spesielle steiner han fant på veien. Da han var 43 år, begynte han å bygge drømmeslottet sitt, og holdt på i 33 år. Naboen oppfattet han som sinnssyk. Han bygde og skulpterte en drøm, inspirert av både naturens former og av litteratur. Fragmenter ble satt sammen til en helhet, som tilslutt var et hus 26 meter langt, 14 meter bredt og 8-10 meter høyt. Cheval blandet arkitektur fra ulike kulturer og tidsepoker – med innslag som ligner buddhistiske templer, middelalderborger, korallrev, groteske grotter, mauriske bygg, hindutempler, eventyrslott, katedraler, altså en kombinasjon av en rekke ulike stilarter og hustyper.

Otaku

Ordet “otaku” kom i bruk i Japan på 1980-tallet om ungdom med overveldende interesse og kunnskaper om f.eks. en bestemt tegneserie, en artist eller et dataspill. Interessen ble ofte opplevd utenfra som en mani. “Otaku” er egentlig en høflig tiltaleform som tys til overfor personer en ikke ønsker å stifte nærmere bekjentskap med. Betegnelsen “Otaku-Zoku” har blitt oversatt med “The Information-obsessed, “At home” Tribe” (Sefton-Green 1998 s. 108).

“*Otaku* is the Japanese slang term for people who become particularly loyal fans of a subculture. It is somewhat insulting to be called *otaku*, and it gets translated into English as “fanboy”. *Otaku* is a term often used to describe a fan of *anime* subcultures, and he is usually understood to be obsessive, socially inept, or pathetic.” (Annalee Newitz i Mathijs og Mendik 2008 s. 311) De er “Japanese subcultural geeks” (Shunsuke Nozawa sitert fra <http://www.participations.org/Volume%2014/Issue%202/29.pdf>; lesedato 15.02.18).

“In fact, there is a name in Japan for young people with this out-of-school knowledge of and interest in computers and popular culture: the *otaku-zoku*. This is a tough term to translate into English. ‘*Otaku*’ is a polite way of saying ‘your home’ or ‘you’. In the late-1980s the terms *otaku* and *otaku-zoku* (otaku-tribe) came on the scene to refer to young people with an obsessive interest in some aspect of popular culture which they accessed through the emerging computer/Internet technology without ever leaving their bedroom. In some respects *otaku* is equivalent to ‘hacker’. But unlike ‘hacker’, *otaku* refers not just to someone skilled in using computers in nontraditional, unintended, and anti-authoritarian ways, but to someone whose computer interest and acumen is in the service of their obsession with a particular area of popular cultural knowledge. One is not just an otaku, but a *manga*-(comic book-) *otaku* or a *pop-idol*-(pop-singer-) *otaku* or a *Twin Peaks-otaku*. Otaku are (typically) young men who spend most of their days and nights at home, at their computers, accessing, processing and distributing information about some very specific aspect of the world of television, music, movies or comic-books.” (Sefton-Green 1998 s. 109)

“*Otaku* are ridiculed by media pundits and psychoanalyzed by social critics. For example, consider the journalist Kyoichi Tsuzuki’s description of *otaku*: “They are easily visible because they don’t care about the way they dress. They talk different and look to the ground while talking face-to-face. They are not into physical activities, they are chubby or thin, but not fit, never tanned ... Computer game programmers live on potato-chips that they eat with chopsticks, and on coffee-milk. They have a different rhythm, are awake for 40 hours and then sleep for 12. Computer *otaku* are said to be able to make love with a girl on the screen. But I think many want a girl friend, but can’t get one.” (quoted in Grassmuck, 1990). In his *Wired* article, ‘The Obsession of the Otaku; Japan’s Techo Kids Have

Fashioned a World Driven By Trivia – and Barren of Human Contact,’ the Tokyo-based journalist Karl Taro Greenfield writes: “This subculture of kids trades information, trivia and corporate passwords in their bedrooms via modem while their parents downstairs think they are studying. But they have abandoned schoolwork, sometimes becoming so immersed in the world of computer networks, cracking corporate security codes and analyzing algorithms that they can never come back. And all this just so they can be the first to disclose an upcoming record-store appearance by a low-level pop singer. ‘We are the future – more comfortable with things than people,’ says Taku Hachiroo, the 30-year-old author of the book *Otaku Heaven* and a self-proclaimed Otaku” ([//www.wired.com/wired/1.1/features/otaku.html](http://www.wired.com/wired/1.1/features/otaku.html)) These comments are characteristic of a genre of Japanese social commentary (mostly spoken or written by Japanese, occasionally by outsiders) that is called *Nihonjinron* (theorizing about Japanese-ness). This genre has two sub-forms: conservative theorizing about the core, essential character of the Japanese character and culture and alarmist theorizing about the way contemporary young people are losing this essential character and undermining traditional Japanese culture and values.” (Sefton-Green 1998 s. 109-110)

Mens foreldrene tror de gjør lekser, surfer otakuene på Internett eller gjør videoopptak av sine fjernsynsidoler. I japanske familier er tradisjonelt moren den dominerende personen, og den gode mor er altoppslukende opptatt av barnets framtidige karriere. Otaku-fenomenet dreier kanskje om en forsvarsmekanisme. Barnet går i dekning bak en haug av høyteknologiske tingester som moren ikke skjønner seg på. Et mer uhyggelig trekk ved otakuer er at de tenderer til anti-animisme: Levende vesener blir oppfattet som døde eller som tegnsystemer. Hunder og katter behandles som mekanisk leketøy og risikerer å havne i søpla hvis de er kjedelige.

Otaku-kulturen springer også ut av det japanske skolesystemet, der landets “industrielle kriger” trenes opp til kamp. I denne skolen pugges info-chips, uten kontekst. Små detaljer er viktigere enn store sammenhenger. Otakuene fortsetter den informasjonsopphopningen skolen har lært dem, men bytter objekt. Nå dreier det seg ikke lenger om tall og formler, men om dataspill, tegneserier, TV-idoler, byggesett, spillkort, plastdukker eller andre trivialiteter. Den tyske forskeren Volker Grassmuck har hevdet at otakuene “griper arbitrært et informasjonssegment i den stadige skiftende strøm av informasjon og forfølger deretter til det ytterste dette sporet; de vil ha kontroll over i det minste en liten del av verden, så liten at det er mulig å vite absolutt alt om den” (i Bolz, Kittler og Tholen 1994). “Vis meg din (otaku-)samling” kan disse barna si til hverandre og deretter bytte foto, filmer eller spill. Det konkurreres om å ha det mest sjeldne og det dyreste.

Alle artiklene og litteraturlista til hele leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>