

Torbó Annamária

A részvételi kultúra (ön)kritikája

A részvétel újragondolása és a részvételi politika felemelkedése

Henry Jenkins neve kitüntetett helyet foglal el a médiakultúra, kiváltképp a populáris kultúra kutatásában. Mindazon túl, hogy kutatásai révén kijelölte a rajongókkal kapcsolatos vizsgálódások főbb irányvonalait, a részvételi kultúra koncepciójának megalkotása is az ő nevéhez fűződik. A részvételi kultúra szoros összefüggésbe hozható a rajongói gyakorlatokkal, azonban azoknál szélesebb körű aktivitásokat foglal magában. A hozzá kötődő készségek elsajátítása fontos szerepet játszik a felhasználók médiaműveltségének fejlesztésében. Jenkins részvételi kultúrával kapcsolatban megfogalmazott eredeti elképzeléseit ugyanakkor számos bíráló érte. Bár a részvételi kultúrára és annak kritikájára koncentrált tanulmányok a hazai médiakutatásban is megjelentek, nem találkozni olyan magyar nyelvű szöveggel, amely kifejezetten Jenkins kritikákra adott reflexióira és az azok hatására újraalkotott részvételi kultúra koncepciójára fókuszálna. A jelen írással egyrészt ezt a hiányosságot igyekszem pótolni (amihez előbb szükséges az eredeti koncepció és a kritikák rövid felvázolása), másrészt bemutatom az általa időközben továbbgondolt (rajongói) részvételi lehetőségeket. Bár az állampolgári szerepvállalással összefüggő részvételi politika erőteljesen támaszkodik rá, bizonyos mértékben túl is mutat a részvételi kultúrának nevezett jelenség határain.

Kulcsszavak: médiaműveltség, populáris kultúra, rajongói aktivizmus, részvételi kultúra, részvételi politika

A (self-)critique of participatory culture

Rethinking participation and the emergence of participatory politics

The name of Henry Jenkins has a prominent place in the study of media culture, especially in that of popular culture. In addition to his research, which has set out the main lines of research on fan culture, he is also credited with creating the concept of participatory culture. Participatory culture is closely related to fan practices but encompasses a wider range of activities. The acquisition of the skills associated with it plays an important role in developing users' media literacy. However, Jenkins' original ideas about participatory culture have been subject to a number of criticisms. Although studies focusing on participatory culture have been published in the field of media research in Hungary, there are no texts available that focus specifically on Jenkins' reflections on the critiques and the concept of participatory culture as further elaborated by him. This article attempts to fill this gap. It presents the (fan) participation possibilities that he has further developed in the meantime. Participatory politics in the context of civic engagement, while drawing heavily on it, goes to some extent beyond the boundaries of the phenomenon of participatory culture.

Key words: fan activism, media literacy, participatory culture, participatory politics, popular culture

A részvételi kultúra fogalma és kontextusa

A Henry Jenkins által felvázolt részvételi kultúra elméleti háttérével és a hozzá kapcsolódó aktivitásokkal a hazai médiakutatók közül Glózer Rita (többek között 2016, 2020) foglalkozott kiemelten, de több, különböző fókuszú esettanulmány is született, amely a részvételi kultúra kontextusára reflektál (például Mátyus 2012, Rajnai 2020, Torbó 2020).¹ A részvételi kultúra kritikájának hazai feldolgozását szintén Glózer Ritának (2019) köszönhetjük. A fentiek okán itt és most csak röviden foglalom össze azokat a részvételi kultúrával összefüggő legfontosabb megállapításokat, amelyekre jelen írás hátralevő részében erőteljesen támaszkodom.

A részvételi kultúrának köszönhetően lehetővé tett szerepek közti átjárhatósággal kapcsolatban érdemes kiemelni Jenkins azon fő tézisét, amely szerint az újmediális platformokon keresztül maguk a felhasználók is könnyedén tartalom-előállítókká léphetnek elő: különböző szövegeket vagy audiovizuális tartalmakat hozhatnak létre, és a hálózati aktivitások változatos formáiban vehetnek részt, a megosztástól a kedveléseken át a felhasználói értékelésekig.² Jenkins úgy látja, hogy ezek a médiafogyasztással és tartalom-előállítással összefüggő hibrid formák egy olyan új kulturális mintázatot alkotnak, amely a *participatory culture*, vagyis a *részvételi kultúra* fogalma mentén ragadható meg a legjobban. Erről először a *Textual Poachers*-ben (1992) ír, majd a *Convergence Culture* (2006), valamint a többszerzős *Spreadable Media* (2013) című könyveiben fejtegeti tovább gondolatmenetét. Jenkins korai munkájában is jelezte a digitalizáció előretörését, noha alapvetően még a klasszikus televíziózás körüli rajongói aktivitásokra koncentrált. A *Convergence Culture*-ben már a hálózati média jelenségeire fókuszál, a hangsúlyt három fontos trendre helyezve: a *konvergens* médiakultúrára, a *részvétel* kultúrájára, és az ezekben megnyilvánuló *kollektív intelligenciára* (Glózer 2016: 142).

A médiakonvergenciával kapcsolatban fontos kiemelni, hogy Jenkins úgy látja: a médiaipar különböző szereplőinek és platformjainak összefonódása révén létrejönnek azok a technológiai keretek, amelyek a kreatív felhasználói részvételt lehetővé teszik. A részvételi kultúra a populáris kultúra egy olyan sajátos területének tekinthető, amely az amatőrök számára is könnyen hozzáférhető. Fontos szerep jut benne a társas kapcsolatok különböző formáinak, például a mentorálásnak, amely során a részvételi kultúra tapasztaltabb résztvevői segítik az újoncokat. Jenkins már ekkoriban sem tagadta, hogy sokféle részvételi forma közül lehet választani, ahogy azt sem, hogy nem mindenki dönt az aktív részvételi lehetőségek mellett, noha elméletileg azok szinte mindenki számára biztosítottak (ugyanakkor kitér a technológiával összefüggő korlátokra is). Kollektív intelligencián azt érti, hogy a fogyasztás egyfajta kollektív folyamattá vált, magát a fogalmat pedig a francia kiberkutatótól, Pierre Lévytől kölcsönzi (Jenkins 2006: 4, magyarul lásd Glózer 2016).

Jenkins elemzései a médiatartalmak változatos terepét ölelik fel a könyv, a televízió és a mozi médiumától kezdődően a videojátékokon keresztül egészen a különböző internetes platformokig és megnyilatkozási formáig. Ennélfogva vizsgálja a valóságshowkat (*Survivor*, *American Idol*), a könyvsikereket (*Harry Potter-sorozat*), az elsősorban a mozivászonról ismert univerzumokat (*Star Wars*, *Mátrix*) és a belőlük készült videojátékokat, továbbá a hozzájuk kapcsolódó rajongók által képviselt változatos részvételi formákat. Már ekkor amellettt érvelt, hogy a különböző médiaszövegek rajongói által a produkciós vagy forgalmazó cégek ellen vívott küzdelmek célja tulajdonképpen nem más, mint a demokratikus jogok kiszélesítése. Mint Glózer Rita írja, ebbe egyaránt beleérti az információ, a tudás és a véleménynyilvánítás demokratikusabb eloszlását, továbbá kiemeli, hogy Jenkins „ennyiben politikai jelentőséget is tulajdonít ezeknek a gyakorlatoknak, bár hangsúlyozza, hogy ezek lényegileg különböznek a politikai részvétel klasszikus formáitól” (Glózer 2016: 143).

1 Az általam írt szövegben már megjelenik a részvételi politika fogalma. Kacsuk Zoltán (elsősorban 2007, 2012) bár sokat hivatkozik a rajongói kultúrák kapcsán Jenkins munkásságára, ezt nem kifejezetten a részvételi kultúra szemszögéből teszi. Gollowitzer Diána (2012) rajongókról szóló tanulmánya jóval erőteljesebben reflektál a részvételi kultúra kontextusára, bár magát a kifejezést ő sem használja. Tágabb kontextusban megemlíthetők még a hazai részvételi filmes kutatások is (többek között Müllner 2020, 2022), ezek azonban nem kapcsolódnak szorosan a jelen tanulmányhoz.

2 Mint Glózer Rita (2016) kiemeli, a hibrid szerepek kialakulására reflektálnak az olyan elnevezések, mint az Alvin Toffler (1980/ 2001) által bevezetett *prosumer* vagy a szélesebb körben ismert *pro-am*.

Ugyanakkor az is előfordul, hogy valamilyen alulról jövő, amatőr kulturális kezdeményezést emelnek be a *mainstream* médiába, mint ahogy az például a *Star Wars*-rajongói filmek esetében történt.³ Bármilyen viszonyt (például ellenállást vagy együttműködést) is tartsanak fenn a professzionális vállalatokkal, a korábban elsősorban csak fogyasztóként jelenlévő rajongók a technológiai változásoknak és a velük párhuzamosan végbemenő kulturális folyamatoknak köszönhetően a részvételi kultúra legfontosabb szereplőivé váltak.

A részvételi kultúra és a médiaműveltség viszonya

Jenkins a fiatalok *médiaműveltségének* (*media literacy*) szempontjából is nagy jelentőséget tulajdonít a részvételi kultúrának. A médiaműveltség többdimenziós, összetett fogalom, amelyet nehéz egy mondatban definiálni. Nagy Krisztina (2018: 35) jogász, médiapedagógus úgy foglalja össze, hogy: „...a médiával átszőtt társadalmi, kulturális, kommunikációs környezetünkben való elboldogulást segítő ismeretek, képességek, készségek birtoklását jelenti.” Jenkins a részvételre olyan jelenségként tekint, amely nemcsak a kreatív folyamatokat, a közösségi életet és a demokratikus állampolgárságot, hanem az oktatási gyakorlatokat is átszeli (Jenkins et al. 2009: 8), és manapság már szerves része az általános médiaműveltségnek. Felhívja a figyelmet az újmédiában való eligazodás fontosságára: ha ugyanis valaki nem sajátítja el az ehhez szükséges készségeket, az jócskán lemarad azoktól a kortársaitól, akik rendelkeznek efféle kompetenciákkal.

Úgy véli, az újmédiás környezetben való eligazodáshoz olyan *új médiaműveltségre* van szükség, amely az együttműködésen és a hálózatépítésen keresztül magában foglalja a szociális készségek fejlesztését. Ezek a készségek az osztályteremben tanított hagyományos olvasás- és írástudásra, a kutatási és a technikai készségekre, valamint a kritikai elemzési készségekre épülnek, vagyis nem írják felül a hagyományos műveltséghez kapcsolódó alapvető tudásformákat (Jenkins et al. 2009: 19). Jenkins és szerzőtársai sorra veszik azokat az új típusú készségeket és kulturális kompetenciákat, amelyeket a fiataloknak el kell sajátítaniuk ahhoz, hogy a részvételi kultúra aktív, kreatív és etikus résztvevőivé válhassanak. Ezek között tartják számon az információk hitelességének és megbízhatóságának megítélését (*ítélőképesség*), az információ keresésének, szintetizálásának és disszeminációjának képességét (*networking*), a különböző problémák megoldására történő kísérletezést (*játék*), továbbá az alternatív identitások kipróbálását improvizáció és felfedezés céljából (*performansz*) (Jenkins et al. 2009: 56).

Lényeges kiemelni, hogy az *új médiaműveltséggel* összefüggő készségek nemcsak hivatalos intézményi keretek között sajátíthatók el, hanem például magukon az aktív részvételi folyamatokon keresztül is. Mindez azt is jelenti, hogy a médiaműveltség fejleszthető, mind hagyományos oktatási, mind attól független keretek között. Továbbá a felhasználók a részvételi kultúrába történő aktív bekapcsolódásukon keresztül az állampolgári szabadságjogok iránti érzékenységüket is fejlesztik, ami annak a teljes jogú társadalmi részvételnek az alapját jelenti, amely a politikát, a gazdaságot és a kultúrát is magában foglalja (Glózer 2016: 145).

A részvételi kultúra kritikája

A *cultural studies* hagyományaira építő részvételi kultúra koncepciója révén Henry Jenkins kétségkívül nagy hatást gyakorolt a médiakutatás szinte teljes területére. A részvételi kultúrával kapcsolatban megfogalmazott gondolatait ugyanakkor számos kritika érte. Bírálói elsősorban azt kifogásolták, hogy elképzelései túlzottan utópisztikusak, mivel azt vetítette előre, hogy az újmédia felhasználói az aktív és kreatív alkotói folyamatokba való bekapcsolódás révén egy, a korábbiaknál sokkal inkább egyenlőségen alapuló mediakultúra és társadalom

³ A *Star Wars* jogait akkoriban birtokló Lucasfilm marketingesei ugyanis belátták, hogy növeli a rajongók univerzum iránti elköteleződését, ha egyes sikeres, piaci értékkel rendelkező rajongói tartalmakat befogadnak a professzionális médiaipar termékei mellé, például úgy, hogy hivatalos „Star Wars-rajongói mozifilmversenyt” hirdetnek (Jenkins 2006: 148–149).

részévé válhatnak. A kritikák többféle tudományterület és irányzat felől érkeztek; ezeket Glózer Rita 2019-es tanulmányában foglalta össze részletesen. Közéjük tartozik a média technológia szempontú megközelítése (van Dijck 2013), a kritikai médiagazdaságtan (Fuchs 2010 & 2014) és a marketing (Moor 2017). Ahhoz, hogy Jenkins reflexióit és a részvételi kultúra újragondolt verzióját kellőképpen megértsük, röviden át kell tekintenünk az eredeti koncepciót ért kritikákat is.

Mint José van Dijck (2009: 44) rámutat, a részvétel újmédiában fellelhető formái nem feltétlen igénylik a felhasználók aktív hozzájárulását. Egy 2007-ben végzett felmérés adataira hivatkozva megállapítja, hogy a felhasználóknak csak kevesebb mint 19 százaléka folytat valamilyen kritikainak nevezhető tevékenységet (ilyen például a kommentek írása vagy a mások által létrehozott tartalmakat értékelése). A legnagyobb csoportot, 33 százalékat azok teszik ki, akik csak mint passzív megfigyelők vannak jelen az online környezetben. Az eredményekből van Dijck azt a következtetést vonta le, hogy a digitális kultúrában résztvevők társadalmi és kulturális elkötelezettsége eltérő mértékű (Glózer 2019: 5).

Az egyik legszigorúbb kritikát az a Christian Fuchs fogalmazta meg, aki a marxista és antikapitalista kritikai médiaelméletet képviseli. Fuchs a Jenkins által meghatározott részvételt a társadalmi és a politikai részvétel politikatudományokban használt megközelítéseivel ütközteti (Fuchs 2014). Úgy látja, hogy Jenkins, ha nem is szándékosan, de mindenképpen a részvételi demokrácia koncepciójába kapcsolódik bele, éppen ezért reflektálnia kellene az ebből származó felvetésekre. Úgy véli, a Jenkins által alkalmazott részvétel fogalma mindössze annyit takar, hogy egyének találkoznak internetes platformokon, aminek köszönhetően különböző közösségeket és tartalmakat hoznak létre, az utóbbiakat pedig terjesztik is egymás közt (Fuchs 2014: 55–57). Fuchs értelmezésében a részvételi demokrácia több dimenziót is magában foglal, amelyek közül főként a társadalmi részvételi formákba való belenevelődés témáját és az ál-részvételi formák mint ideológiák elutasítását hiányolja Jenkinsnél. Azon az állásponton van, hogy minden Jenkinséhez hasonló érvelésmód téves, mivel a hálózati nyilvánosság nem egyenlő egy új demokratikus nyilvánosság eljövételével (Glózer 2019: 12). A kulturális diverzitással kapcsolatban is Jenkins-szel ellentétes álláspontot képvisel, mivel úgy véli, a termelő-fogyasztó szerepkör (*prosumption*) nem jelenti azt, hogy minden hang egyforma hangsúllyal jelenik meg; a marginalizált szereplők például továbbra is háttérbe szorulva maradnak (Fuchs 2014: 60). Azért is kritizálja Jenkinst, amiért az nem mutat rá arra, hogy a legtöbb olyan platform (például a Facebook vagy a Google), amely teret ad a felhasználóknak a részvételre, szintén profitorientált cégek tulajdonában van, így a felhasználók ugyanúgy a kizsákmányolás áldozatául esnek, mint korábban (Fuchs 2014: 68, magyarul lásd Glózer 2019: 12).

A harmadik jelentős kritika némiképp meglepő módon a marketingszakma felől érte a részvételi kultúrát. Ennek képviselői szintén a túlzott redukcionizmusára hívták fel a figyelmet, elsősorban a *Spreadable Media* (2013) című könyvre reflektálva. Liz Moor azt kifogásolja, hogy Jenkinsék a web 2.0-át olyan üzleti modellként ábrázolják, „mely lehetővé teszi a részvételi aktivitások üzleti célú kihasználását, és egyáltalán nem lát kibékíthetetlen ellentétet a cégtulajdonosok és a felhasználók érdekei között” (Moort [2017] idézi Glózer 2019: 13).

A kritikára adott válaszok és a részvételi kultúra újragondolása

Idővel maga Jenkins is reagált az őt ért vádak többségére, azonban az ezekre adott reflexiói már jóval kisebb visszhangot kaptak, mint a részvételi kultúrával kapcsolatban eredetileg megfogalmazott gondolatai. A nézeteit elfogultnak és ideologikusnak tartó álláspontokra szolgál válaszul egyebek között a *Textual Poachers* című könyvének 20. évfordulóján megjelent második kiadása, amelybe bekerült egy vele készített interjú is (Jenkins & Scott 2012). Az interjú azért fontos, mert ebben már egyértelműen különbséget tesz

...a részvételi kultúra (mint egy történetileg különböző formákban megnyilvánuló szélesebb mozgalom), a rajongás (a részvételi kultúra saját hagyományokkal rendelkező formája) és a web 2.0 (a részvételi kultúrából hasznot húzó üzleti modell) között (Jenkins & Scottot [2012: xxii] idézi Glózer 2019: 14).

Mindemellett fontosnak tartja, hogy a digitalizáció hatásainak értékelésekor el tudjunk mozdulni a „mindent vagy semmit” logikától. Hangsúlyozza, hogy a digitális forradalom olyan valódi, a média hatalmában bekövetkező változásokat hozott, amelyek kétségkívül növelték a különböző szubkultúrák és közösségek médiatermelési és -forgalmazási eszközökhöz való hozzáférési képességét, amelyeket igyekeznek kiaknázni a demokratikus politika és a kulturális sokszínűség támogatása érdekében. Jenkins ugyanakkor elismeri, hogy a profitorientált cégek, különösen a nagy médiakonglomerátumok továbbra is kiváltságos pozícióban vannak, és hajlamosak kihasználni a részvételi kultúra, azon belül pedig a rajongók önkéntes tartalom-előállító aktivitását és kreatív energiáit (Jenkins & Scott 2012: xxiii–xxiv). Glózer Rita (2016: 146) rámutat, hogy Jenkins e megállapításai révén csatlakozott azokhoz a kutatókhoz, „akik a konvergens média működését és azon belül a felhasználók szerepét összetettebb jelenségnek látják a rajongók kreatív eszközökkel folytatott szabadságharcánál”.

A hivatkozott interjúnál azonban jóval részletesebben reagál az őt ért kritikákra *Rethinking 'Rethinking Convergence/Culture'* (2014) című tanulmányában, amelyben egyúttal a részvételi kultúra egy árnyaltabb koncepcióját vázolja fel. Úgy látja, azzal, hogy a kulturális és a gazdasági tényezőkre összpontosít, egyfajta korrekciót kínál a „digitális forradalom” retorikájának túlzásaira. Úgy véli, már 2006-os *Convergence Culture* című könyvében is amellet érvelt, hogy a *grassroots*,⁴ vagyis alulról szerveződő médiatermelésben és -forgalmazásban rejlő demokratikus lehetőségek együtt léteznek a növekvő koncentrációjú tömegmédiával. Mint írja, a könyvben több olyan összecsapást azonosít, amely befolyásolni tudja, hogy sikerül-e elérni egy nagyobb fokú részvételi kultúrát vagy sem. A 2008-as puhakötésű kiadás utószavában maga is aggodalmát fejezte ki amiatt, hogy a hálózati kommunikáció nem feltétlenül eredményez progresszívebb, befogadóbb vagy demokratikusabb kultúrát. A részvételi kultúra hatása számos területen (például a művészetek, az újságírás, az oktatás, a menedzsment-tudomány terén) más és más szinten érzékelhető. Számára a szórakoztatóipar szolgált elsődleges fókuszaként (Jenkins 2006), amely meglátása szerint mélyebb szinten integrálta logikájába és gyakorlatába a közönség elköteleződésének és a rajongói részvételnek a szándékát. Arra is felhívja a figyelmet, hogy egyre sürgetőbbé válik egy kifinomultabb szókinccs kialakítása, amely lehetővé teszi, hogy jobban meg tudjuk különböztetni az egyes részvételi modelleket, és felmérjük, hol és hogyan történhetnek hatalmi eltolódások (Jenkins 2014: 270–271).

Mint írja, a korábbi túlzottan optimista elképzelései helyett napjainkban inkább azokat a nagyobb fokú törekvéseket hangsúlyozza, amelyek a részvételi kultúra irányába mutatnak, és azt sem hagyja figyelmen kívül, hogy hány ember van még mindig kirekesztve a hálózati kultúrán belüli részvétel legminimálisabb lehetőségéből is. Továbbá elismeri, hogy az új, alulról építkező taktikák egy sor olyan vállalati stratégiával kerülnek szembe, amelyek a részvételi vágyat igyekeznek visszafogni és áruba bocsátani. Következésképpen a társadalmi elit még mindig erősebb befolyást gyakorol a politikai döntéshozatalra, mint az alulról építkező hálózatok – még akkor is, ha új módok kínálóznak arra vonatkozóan, hogy alternatív perspektívák érvényesüljenek a döntéshozatali folyamatban (Jenkins 2014: 272).

A *Spreadable Media* (2013) című könyvükben Jenkins és szerzőtársai arra is kitérnek, hogy a közönség részvételének megértése érdekében túl kell lépni az aktív termelésen mint alapvető kritériumon. Azt is hangsúlyozzák, hogy jóval nagyobb figyelmet kell fordítani a grassroots körforgások kauzálisabb formáira, mivel ezek sokkal inkább alkalmasak arra, hogy rutinyakorlattá váljanak akár a tömegek számára is. Arra is rávilágítanak, hogy nemcsak a közönség tagjait érdemes differenciálni, hanem figyelni kell a médiában és a marketing-iparban dolgozó emberek sokrétű és egymásnak ellentmondó céljaira is (Jenkins et al. 2013: 281). Glózer Rita a könyv kapcsán azt emeli ki, hogy egyfajta elmozdulás érzékelhető a részvételi formák hangsúlyozása felől az újmédiás tartalmak cirkulációjának autonóm logikája felé, és hogy a web 2.0-s környezetben szóródó tartalmak ökonómiáját „immár nem az ezeket előállító egyének, sokkal inkább a különféle hálózatok és autonóm hálózati logikák felől írják le” (Glózer 2019: 17).

4 A *grassroots* nem fordítható egyetlen szóval magyarra, de egyaránt magában foglalja az alulról szerveződést, valamint a szerveződésben fontos szerepet játszó polgárokat, „kisembereket”.

A részvételi politika koncepciója

Mindig is tetten érhető volt egyfajta feszültség a rajongók azon vágya között, hogy jelentőségteljes kultúrát hozzanak létre saját közösségükön belül, és aközött, hogy részt vegyenek a kultúrát befolyásoló szélesebb diskurzusokban. Jenkins szerint ezt tekinthetjük úgy is, mint játék kontra politika viszonyát, csakhogy – mint arra felhívja a figyelmet – a rajongói kultúrát mozgó játékkontra gyakran a legszemélyesebb szinteken jelenítenek meg mélyen politikai attitűdöket (például akkor, ha a tizenévesek szexuális identitásának érvényesítésére gondolunk). Még ha a rajongói játék mentes is a politikától (Jenkins szavaival élve „ártatlan” marad), gyakran akkor is kénytelen megvédeni magát, mert a szellemi tulajdonról alkotott domináns elképzeléseken vagy a heteronormatív és patriarchális feltevéseken kívül működik. Az említett interjúban már kitér arra, hogy elkezdte foglalkoztatni a rajongói aktivizmus fogalma, amely némileg eltérő formát ölt akkor, amikor a populáris kulturális utalásokat a rajongói közösségeken, az úgynevezett fandomokon belül és a fandomok között alkalmazzák, továbbá amikor ezeket a média vagy a nagyközönség figyelmének felkeltésére használják (Jenkins & Scott 2012: xxxvii–xxxviii).

Ezt a gondolatmenetet folytatva 2014-es tanulmányában már részletesebben számol be arról, hogy az elmúlt években érdeklődése afelé fordult, hogy jobban megértse, miként alkalmazzák az aktivisták az új médiaplatformokat és gyakorlatokat a társadalmi igazságosság előmozdítása érdekében. Ennek keretében számos olyan civil hálózattal és szervezettel került kapcsolatba, amely különösen hatékonyan aknázza ki az újmédia eszközeit és a részvételi gyakorlatokat a fiatalok politikai folyamatokba történő toborzása és mozgósítása céljából (Jenkins 2014: 271, 284). A MacArthur Alapítványnál végzett munkája során kutatócsoportjával együtt mélyreható esettanulmányokat készített bizonyos aktivista hálózatokról, egyebek között az Invisible Childrenről,⁵ a DreamActivistról,⁶ a Harry Potter Alliance-ről⁷ és a Students for Libertyről.⁸ Ezek a csoportok az ideológiai perspektívák és a politikai identitások sokféleségét tükrözik.⁹

A fent említett szervezetek tevékenységével összefüggésben Jenkins (2012) rámutat, hogy a rajongói aktivizmus nagy fejlődésen ment keresztül: míg a rajongói közösségek régebben inkább csak olyan krízisekre reflektáltak, mint amilyen kedvenc tévéműsoruk törlése volt, addig mára következetes és folyamatos elköteleződést mutatnak a valós világ problémáival. A rajongói aktivizmus a polgári szerepvállalás és a politikai részvétel olyan formáira utal, amelyek magukból a rajongói kultúrából fakadnak: gyakran a rajongók közös érdekeire adott válaszként jönnek létre, a meglévő rajongói gyakorlatok és kapcsolatok infrastruktúráján keresztül irányítják, miközben a populáris és részvételi kultúrából merített metaforákkal keretezik őket. Liesbet van Zoonen (2005: 63) arra a következtetésre jut, hogy a rajongói gyakorlatok – elvont értelemben – megtestesítik azokat a szokásokat, amelyek elengedhetetlenek a demokratikus politika szempontjából: a tájékoztatást, a vitát és az aktivizmust.

Mint azt mindennapi tapasztalataink és a témában zajló kutatások rendszerint alátámasztják, a jelenlegi fiatal és fiatal felnőtt korosztályok a leginkább közömbösek vagy elutasítóak a közéleti kérdések iránt. Mivel a hagyományos politikai intézményekben és aktivitásokban többségük nem bíz, távol maradnak az efféle keretek között történő politikai részvételtől. Ugyanakkor a korosztály tagjaira általában jellemző, hogy a közösségi médiában olyan humoros, parodisztikus stílusú tartalmakat fogyasztanak, amelyek társadalmi vagy kulturális témákra reflektálnak (Glózer 2013: 2–3). Egy Jenkins által is hivatkozott (Jenkins 2014: 285, Jenkins et al. 2017: 232), amerikai fiatalok körében végzett kutatás szerint 41 százalékot tesz ki azok aránya, akik maguk is szerepet

5 Az Invisible Children (Láthatatlan Gyermekek) 2004-ben alapított szervezet, amelynek célja, hogy felhívja a figyelmet a Lord's Resistance Army (Az Úr Ellenállási Hadserege, LRA) közép-afrikai tevékenységére, és véget vessen az LRA gyakorlatának a gyermekek elrablásától és bántalmazásától kezdve a katonaszolgálatra való kényszerítésükig.

6 A DreamActivist (ÁlomAktivista) több mint 300 000 aktivistából álló közösség az Egyesült Államokban, amely azért alakult, hogy megakadályozza az okmányokkal nem rendelkező bevándorlók kitoloncolását.

7 A Harry Potter-rajongók által alapított Harry Potter Alliance-ről (Harry Potter Szövetség) a későbbiekben részletesebben is szó esik.

8 A Students for Liberty (Diákok a Szabadságért) nemzetközi libertárius nonprofit szervezet, amely az Egyesült Államokból származik. Küldetése oktatni, fejleszteni és felhatalmazni a szabadság vezetőinek következő generációját.

9 Az esettanulmányok egyebek között ebben a kötetben jelentek meg: Jenkins et al. (2016). A könyvről Mátyus Imre (2018) írt recenziót.

vállalnak a részvételi politikához köthető gyakorlatokban, legyen szó mémgyártásról, blogbejegyzésekhez való kommentelésről vagy remixvideók készítéséről és terjesztéséről. Úgy tűnik továbbá, hogy a közös érdeklődésen alapuló hálózatokban – például a rajongói vagy gamer közösségekben – részt vevő fiatalok sokkal nagyobb érdeklődést mutatnak a politikai aktivizmus iránt: ötször nagyobb valószínűséggel köteleződnek el a részvételi politika és csaknem négyszer nagyobb valószínűséggel az intézményi politika iránt, mint azok a társaik, akik nem tagjaik efféle közösségeknek (Cohen & Kahne 2012).

Participatory politics (egyebek között Jenkins 2012, Jenkins et al. 2016, 2017), vagyis részvételi politika alatt Jenkins a hagyományos politika intézményeitől független, de a hivatalos politikai színtérrel érintkező rajongói aktivizmust érti, amely révén a rajongók valódi társadalmi diskurzusokat alakítanak ki, és számukra fontos ügyeket mozdítanak elő. Mindehhez azokat a készségeiket és képességeiket is felhasználják, amelyek a részvételi kultúrából származnak (Torbó 2020: 63). A kifejezés nem Jenkinstől származik: a Youth and Participatory Politics Research Networktől kölcsönzi,¹⁰ amely a részvételi politikát olyan interaktív, egyenrangúságon alapuló cselekvésként határozza meg, amelyen keresztül az egyének és a csoportok meg akarnak szólalni az őket érdeklő közéleti kérdésekben, továbbá befolyást kívánnak gyakorolni rájuk. Fontos, hogy ezeket a cselekedeteket nem az elit vagy a formális intézmények iránti tisztelet vezérli. A részvételi politikai tevékenységre példaként hozzák fel egy új politikai csoport online alapítását, valamilyen politikai témáról szóló blogbejegyzés írását és terjesztését, egy vicces politikai videó közösségi hálón való továbbítását vagy egy *slam poetry* előadásban való részvételt (Cohen & Kahne 2012: 6). Vagyis a részvételi politika koncepciója a részvételi kultúrához tartozó gyakorlatoknál szűkebb aktivitásokat fed le: kifejezetten azokat, amelyek magukban foglalnak valamilyen nem titkolt demokratikus szándékot. Következésképpen ebben a felfogásban már a Fuchs által kifogásolt részvétel jelensége is árnyaltabban jelenik meg, a részvételi politika fogalmát a részvételi demokrácia fogalmához közelítve.

Az ifjúsági kultúrák átláthatatlansága és a fiatalok manipulációval szembeni ellenállóképessége egyaránt hozzájárul ahhoz, hogy a felnőttek tradicionális intézményei csupán korlátozott formában képesek elérni és megszólítani az ifjú generációkat. Ugyanakkor fontos, hogy maguk a fiatalok is rendelkezzenek olyan készségekkel és értékekkel, amelyek segítségével konstruktív környezetet tudnak teremteni maguk körül (Levine 2007: 76). A rajongói aktivitás azért tud ebben segítséget nyújtani, mert a médiaszövegek olvasásának sajátos módjain túl a rajongói részvétel speciális formáit is magában foglalja, beleértve egyebek között a *cosplay*-t,¹¹ a rajongói fikciót¹² és a rajongói videókat. Mindegyik hozzájárul a fandom azon sajátosságához, hogy mobilizálhatóvá váljon, megfelelő témákat keretezzen, és eljuttassa üzenetét az új médiaplatformokon kívüli világba. Jenkins (2012) kiemeli, hogy ez a képesség az, amely végső soron megkülönbözteti a rajongói aktivizmust azoktól az esetektől, amikor a populáris kultúrából származó referenciákat inkább csak alkalmasszerűen használják. Ugyanakkor azt is hangsúlyozza, hogy ha sikerül is kiszélesíteni a kulturális és a politikai részvételt, az nem szünteti meg az összes többi ideológiai konfliktust. Számára a részvételi kultúráért folytatott küzdelem lényege, hogy a lehető legtöbb embernek biztosítsa a hozzáférést azokhoz a platformokhoz és gyakorlatokhoz, amelyeken keresztül az egyenlőség és az igazságosság jövőbeli küzdelmei zajlanak majd (Jenkins 2014: 285).

A részvételi politika és vele együtt a részvétel fogalmát tovább árnyalja, amikor Nico Carpentierre hivatkozva egy blogbejegyzésében (Jenkins 2019) azt írja, hogy a részvétel minden esetben megköveteli a döntéshozó hatalom egyenlő elosztását valamennyi résztvevő között. Saját munkájának célja, hogy leírja a részvétel lehetőségeit a különböző intézményekben, közösségekben és gyakorlatokban, ahogyan a részvételi kultúráért küzdenek, és ahogyan tárgyalásokat folytatnak egy „részvételibb” kultúra reményének érdekében. Továbbá hangsúlyozza, hogy a részvételt a legjobb esetben is tökéletlenül valósítják meg; ő a részvétel különböző fokozatairól beszél.¹³

10 Ifjúság és Részvételi Politika Kutatóhálózat. Jenkins maga is együttműködött a hálózat tagjaival.

11 A *costume play* rövidítése, amikor a rajongók egy általuk szeretett univerzumba tartozó karakternek öltöznek be.

12 Más néven *fanfiction*, amely a magyar rajongói közösségekben is elterjedt szónak számít.

13 Jenkins (2019) egy olyan megközelítést javasol, amely minden esetben az alábbi kérdésekre keres választ: 1) Miben való részvétel? 2) Kinek a részvétele és kivel történik? 3) Milyen célok érdekében történik? 4) Milyen feltételek mellett? 5) Milyen mértékben? Az, hogy miként válaszolunk ezekre a kérdésekre, segít feltérképezni a különböző mértékű és típusú részvétel kontinuumát.

Arra is rávilágít, hogy nem minden részvételi forma jó. A „rossz részvétel” arra törekszik, hogy megtagadja mások méltóságát és a jogot, hogy érdemben beleszólhassanak az életüket befolyásoló döntésekbe, vagyis a „rossz részvétel” célja inkább a részvétel leállítására, mintsem annak előmozdítására.

A Harry Potter Alliance politikai aktivitásai

A részvételi politikához kapcsolódó aktivitásokat vizsgálva Jenkins és tanítványai sokat foglalkoztak a Harry Potter Alliance nevet viselő amerikai szervezettel (többek között Jenkins 2012, Jenkins et al. 2016), amelynek működése – mint arra a neve is utal – jócskán túlmutat a hagyományos rajongói közösségeken. A következőkben az ő tevékenységükre mint a részvételi politikai megnyilvánulások szemléletes és pozitív példájára koncentrálok.

Mint Jenkins kiemeli, a legtöbb aktivista csoporttal és jótékonyági szervezettel ellentétben a Harry Potter Alliance-et nem egyetlen küldetés határozza meg: a Rowling által ihletett fikciós világot pusztán rugalmas keretként használják fel, lehetővé téve, hogy gyorsan reagáljanak a legkülönbözőbb válságokra vagy lehetőségekre, az afrikai emberi jogoktól kezdve az egyenlő házassághoz való jogokig, vagy éppen a munkajogoktól a médiakoncentrációig és a hálózatsemlegességig (Jenkins 2012). Noha mint Jenkins rámutat, már Fiske elemzése is erőteljes politikai jelentőséggel bírtak (a Madonna-rajongók a harmadik hullámos feminizmus előfutárai között voltak), a Harry Potter Alliance révén egy, a korábbiaknál sokkal teljesebben tagolt elméletet kapunk arra vonatkozóan, hogy a rajongói aktivizmus miként képes áthidalni a mikro- és a makropolitika szintje között lévő szakadékot.

A Harry Potter Alliance működésének alapvető eleme, hogy a fikciós tartalmi világokat valós problémákhoz rendeli hozzá. A fikciós világ a szereplők, a helyszínek, a helyzetek és az értékek hálózatát jelenti, amely számos történet létrehozásának alapjául szolgál, legyen szó akár egy hivatásos producer, akár egy grassroots közösség kezdeményezéséről. A *Harry Potter*-sorozat fikciós világa olyan karaktereket tartalmaz, mint Piton és Dumbledore professzor, olyan helyszíneket, mint a Roxfort vagy a Mágiaügyi Minisztérium, olyan helyzeteket, mint a tanulók házakba sorolása a Teszlek Sűveg döntése szerint, továbbá olyan értékeket, mint a barátság vagy az anyai szeretet. A felsoroltak bármelyike vagy akár mindegyike is felhasználható új narratívák létrehozására vagy az eredeti történetekhez kapcsolódó jelentések kiaknázására (Jenkins 2012).

A Harry Potter Alliance megalapítása egy huszonéves közösség-szervező, Andrew Slack nevéhez fűződik, aki problémás fiatalokkal is foglalkozott. A csoportnak 2012-ben több mint 100 000 tagja volt világszerte, amit Slack 40 fős, önkéntes és fizetett munkatársakból álló csapata révén szervezett és mozgósított. Bár a Harry Potter Alliance nyitott minden korosztály számára, a csoport azokra a fiatalokra összpontosítja energiáit, akik a könyvekkel együtt nőttek fel (így most főként a húszas, harmincas éveik elején járnak), és segíti őket abban, hogy megtalálják a politikai szerepvállalás felé vezető utat.¹⁴ Mint Jenkins (2012) írja, azokat a kulturálisan elkötelezett fiatalokat célozzák meg, akik esetleg már részt vesznek a rajongói kultúra létrehozásában és megosztásában, és segítenek kiterjeszteni politikai szerepvállalásukat, gyakran újfajta módokon kamatoztatva meglévő készségeiket.

Olyan hagyományosabbnak mondható aktivista és jótékonyági szervezetekkel működnek együtt, mint a Doctors for Health,¹⁵ a Free Press¹⁶ vagy a The Gay-Straight Alliance.¹⁷ Jenkins kiemeli, hogy ha a Harry Potter Alliance tagjai felkarolnak egy ügyet, akkor rendszerint megdöbbentő eredményeket érnek el: például 123 000 dollárt

14 Jenkins tanítványainak terepmunkája gazdag példákkal szolgál azokról a fiatalokról, akik vezető szerepet töltek be a szervezetben, és akik a Harry Potter Alliance retorikájának és gyakorlatának köszönhetően jutottak el az aktivizmushoz (bővebben lásd Kligler-Vilenchik et al. 2012).

15 A Doctors for Global Health (Doktorok a Globális Egészségért) fő célja az egészség növelése és más emberi jogok előmozdítása a leginkább rászoruló körében, miközben másokat is oktat és cselekvésre ösztönöz.

16 A 2003-ban alapított Free Press (Szabad Sajtó) a média megváltoztatására törekszik abból a célból, hogy a demokrácia átalakításával igazságos társadalom jöhessen létre.

17 A The Gay-Straight Alliance Network (Meleg–Nem homoszexuális Szövetség) egy újgenerációs faji és gender-igazságügyi LMBTQ-s szervezet, amely képessé teszi a queer, a transz és a velük szövetséges ifjúsági vezetőket arra, hogy támogassák, megszervezzék és mozgósítsák az egymást keresztező mozgalmakat annak érdekében, hogy biztonságosabb iskolák és egészségesebb közösségek jöjjenek létre.

gyűjtöttek össze öt olyan teherszállító repülőgép finanszírozására, amely a földrengés után egészségügyi felszerelést szállított Haitire. Az *Accio Books!*-kampány¹⁸ révén több mint 55 000 könyvet szereztek különféle közösségek számára szerte a világon. Az sem elhanyagolható, hogy egyetlen nap alatt 3597 maine-i lakost hívtak fel, és arra biztatták őket, hogy szavazzanak az ellen a javaslat ellen, amely megtagadná a meleg és a leszbikus párok egyenlő házassági jogait (Jenkins 2012). A *Harry Potter* fikciós univerzuma kiindulópontként szolgál a csoport azon erőfeszítései számára, hogy támogassák a melegházasság legalizálását, mivel a sokszínűség elfogadását és felkarolását alapvető értéknek tekintik a *Harry Potter*-alkotásokban.¹⁹

A Harry Potter Alliance példája jól szemlélteti, hogy a rajongói közösségek középpontjában álló popkulturális világok különösen gazdag forrásként kínálkoznak a kollektív cselekedetek támogatására. Általuk pedig az a fiatal korosztály is megszólíthatóvá válik, amelynek többsége még nem sajátította el semmilyen politikai identitást. Andrew Slack, a szervezet vezetője az aktivizmus ezen új formáját egyfajta kulturális akupunktúráként írja körül. A kulturális akupunktúra nem más, mint egy eszköz arra, hogy a fikciós világ elemeit (és azok felhalmozott jelentéseit) metaforaként alkalmazzák napjaink társadalmi problémáinak értelmezéséhez.²⁰ A Harry Potter Alliance a *Harry Potter*-sorozat „nyolcadik könyvének”²¹ tekinthető abban az értelemben, hogy a résztvevők rajongói aktivistaként történő választásai és gyakorlataik révén kiterjesztik a történetet. A szervezet továbbá felkarolja az alulról építkező kisajátítást, miáltal új szókinccset alakít ki a politikai változásokról szóló beszédhez (Jenkins 2012).²²

Összegzés

Jenkins az elmúlt tíz évben a részvételi kultúra egy újrhangolt koncepcióját alkotta meg. Bár továbbra is többnyire pozitívan viszonyul a részvételi kultúrában rejlő lehetőségekhez, óva int a „mindent vagy semmit” nézőpontoktól, és a részvételi kultúra, valamint a részvételi lehetőségek egy árnyaltabb értelmezését tárja elénk. Ebben bizonyos mértékig igazad ad azoknak, akik a demokratikus lehetőségeket hangsúlyozzák (mint ő maga), és azoknak is, akik a felhasználók továbbra is jelen lévő kizsákmányolását negatívumként róják fel. Az előbbivel szoros összefüggésbe hozható a részvételi politikai aktivitások előretörése, amelyek gyakran a rajongói elköteleződésen keresztül öltenek testet, mint azt a Harry Potter Alliance (mai nevén Fandom Forward) esetében láthattuk. Jenkins egyik blogbejegyzésében kiemeli, hogy a fiataloknak olyan digitális környezetre van szükségük, amely a közzsféra résztvevőiként aktívan támogatja az identitásuk biztonságos kialakulását annak érdekében, hogy a jelenlegi polgári és politikai szerepvállalásuk később ne okozzon kárt. Ehhez egy tíz pontból

18 Az *Accio* (a magyar fordításban *Invito*) a *Harry Potter*-univerzumbéli begyűjtő bűbáj varázsigéje, amely során a kívánt tárgy a varázslatot elvégző személy felé repül.

19 Ezen a ponton érdemes megemlíteni egy pár évvel ezelőtt, kifejezetten a magyar közönség körében végzett részben *big data* alapú felmérést (Dessewffy et al. 2018), amely azt vizsgálta, hogy a *Harry Potter*-franchise kedvelése okoz-e kimutatható közéleti értékváltozásokat. A kutatás rámutatott, hogy a *Harry Potter*-rajongók átlagon felül érdeklődnek a közélet iránt, ráadásul igencsak érzékenyek a társadalmi és szociális kérdésekre, függetlenül attól, hogy vegyes politikai preferenciákkal rendelkeznek.

20 Doktori disszertációmban egy magyar *Harry Potter*-rajongói közösség aktivitására és diskurzusaira koncentráltam, amelyek szintén az állampolgári aktivizmus és a részvételi politika irányába mutatnak. Részletesen foglalkoztam Jenkins sokrétű munkásságával, beleértve a jelen tanulmányban nem megjelenő transzmedialitást is (Torbó 2021).

21 A *Harry Potter*-sorozat kanonikusan sokáig csak hét kötettel rendelkezett. Ebbe a sorba kapcsolódott be *Az elátkozott gyermek*, amely azonban Jenkins tanulmánya után pár évvel látott napvilágot, illetve sok rajongó nem tekinti az általa elfogadott kánon részének.

22 Jenkins kutatása óta a szervezet nevet változtatott, és 2021 júniusától Fandom Forward néven működik. Mint írják, a közösség „továbbfejlődik”, abból az okból, hogy ne csak a *Harry Potter*-rajongókat célozza, hanem egyesítse a fandomokat a világ minden tájáról. Céljuk az, hogy összefogjanak annak érdekében, hogy az aktivizmus mindenki számára elérhető és fenntartható legyen. A Fandom Forward magában foglal mindent, amiről a Harry Potter Alliance ismert volt, és kibővíti a rajongók kedvenc történeteinek univerzumával, beleértve egyebek között a *Percy Jackson*, a Marvel és a *Star Wars* világát. Lásd: The Harry Potter Alliance Announces Rebrand Campaign, Fandom Forward, 8 June 2021, <https://fandomforward.org/pr-6821-the-hpa-announces-rebranding-campaign>.

álló listát fogalmaz meg azok számára, akik a digitális platformokat a részvételen alapuló politika előmozdítására kívánják használni (Jenkins 2015).²³

Jenkins és szerzőtársai médiaműveltséggel foglalkozó írásukban (Jenkins et al. 2009) rávilágítanak, hogy az *empowerment*, vagyis az emberekben szunnyadó energiák felszabadítása a demokratizáló folyamatok érdekében akkor valósulhat meg, ha mint valódi állampolgárok értelmes döntéseket hozunk: azáltal tanuljuk meg az állampolgári készségeket, hogy politikai szereplőkké válunk, és fokozatosan megértjük a politikai értelemben hozott döntéseinket. A mai gyerekek elsősorban a játékon keresztül sajátítják el azokat a kompetenciákat, amelyeket később komolyabb feladatokhoz is alkalmazni fognak. Jenkins szerint a fő kihívás abban áll, hogyan kapcsoljuk össze a mindennapi életünk tapasztalatait és döntéseit a helyi, állami vagy nemzeti szinten hozott döntésekkel (Jenkins et al. 2009: 10), aminek során a populáris kultúrából kölcsönzött motívumok társítása a részvételi kultúrára építő részvételi politikával szintén fontos kiindulópontot jelenthet.

Irodalom

Cohen, Cathy J. & Joseph Kahne (2012): *Participatory Politics: New Media and Youth Action*. Oakland, CA: Youth and Participatory Politics Research Network.

Dessewffy Tibor, Mezei Mikes & Naszályi Natália (2018): Harry Potter, avagy a politikai bölcsek köve? Populáris kultúra és politikai aktivizmus. *Politikatudományi Szemle*, 27. évf. 4. sz. 105–130. o. <https://doi.org/10.30718/POLTUD.HU.2018.4.105-130>

Fuchs, Christian (2010): Class, knowledge and New Media. *Media, Culture & Society*, vol. 32, no. 1, pp. 141–150, <https://doi.org/10.1177/0163443709350375>

Fuchs, Christian (2014): *Social Media: A Critical Introduction*. London: Sage, <https://doi.org/10.4135/9781446270066>

Glózer Rita (2013): A fiatalok közéleti véleményformálásának új formái az online térben. Háttér tanulmány a TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016 – Tudománykommunikáció a Z generációnak című projekthez. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/glozer_a_fiatalok_kozeleti_velemenymformalasanak_uj_formai_az_online_terben_-_tanulmany_2013.pdf.

Glózer Rita (2016): Részvétel és kollaboráció az új médiában. *Replika*, 100. sz. 131–150. o.

Glózer Rita (2019): Túl (?) a részvételi kultúrán. *Apertúra*, tél, <https://www.apertura.hu/2019/tel/glozer-tul-a-reszveteli-kulturan/>, <https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.2>

Gollowitzer Diána (2012): Új média – új rajongók? Fankultúra az analóg-digitális váltás után. *Prizma*, 8. sz. 2–15. o.

Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press.

Jenkins, Henry (2012): „Cultural Acupuncture”: Fan Activism and the Harry Potter Alliance. *Special issue, Transformative Works and Cultures*, no. 10, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/305/259>, <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0305>

Jenkins, Henry (2014): Rethinking ‘Rethinking Convergence/Culture’. *Cultural Studies*, vol. 28, no. 2, pp. 267–297, <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.801579>

Jenkins, Henry (2019): Participatory Politics in an Age of Crisis: Henry Jenkins & Nico Carpentier (Part I). *henryjenkins.org*, 30 May 2019, <http://henryjenkins.org/blog/2019/5/30/participatory-politics-in-an-age-of-crisis-henry-jenkins-amp-nico-carpentier-part-i>.

Jenkins, Henry, Thomas J. Billard, Samantha Close, Yomna Elsave, Michelle C. Forelle, Rogelio Lopez & Emilia Yang (2017): Participatory Politics. In: Eduardo NaVAS, Owen Gallagher & xtine Burrough (eds.): *Keywords in Remix Studies*, pp. 230–245, New York: Routledge, <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.801579>

23 A lista itt olvasható: Henry Jenkins: Design Principles for Participatory Politics, Pop Junctions, 12 June 2015, <http://henryjenkins.org/blog/2015/06/design-principles-for-participatory-politics.html?rq=politics>.

- Jenkins, Henry, Sam Ford & Joshua Green (2013): *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York & London: New York University Press.
- Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton & Alice J. Robinson (2009): *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education For the 21st Century*. Cambridge & London: The MIT Press, <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf>, <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Jenkins, Henry & Suzanne Scott (2012): Twenty Years Later. Conversation Between Henry Jenkins and Suzanne Scott. In: Henry Jenkins (ed.): *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture. Updated Twentieth Anniversary Edition*, vii–li. New York & London: Routledge, <https://doi.org/10.4324/9780203114339>
- Jenkins, Henry, Sangita Shresthova, Liana Gamber-Thompson, Neta Kligler-Vilenchik & Arely M. Zimmerman (2016): *By Any Media Necessary. The New Youth Activism*. New York: New York University Press.
- Kacsuk Zoltán (2007): Szövegadózók között: A televíziósorozat-rajongók világa. *Café Babel*, 54. sz. 55–61. o.
- Kacsuk Zoltán (2012): Szubkultúra-kutatás és rajongókutatás: Kapcsolatok és lehetséges szinergiák. In: Guld Ádám & Havasréti József (szerk.): *Zenei szubkultúrák médiareprezentációja: Stílusok, színterek, identitáspolitikák*, 11–23. o. Budapest & Pécs: Gondolat Kiadó & PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Kligler-Vilenchik, Neta (2016): “Decreasing World Suck”: Harnessing Popular Culture for Fan Activism. In: Henry Jenkins, Sangita Shresthova, Liana Gamber-Thompson, Neta Kligler-Vilenchik & Arely M. Zimmerman (eds.): *By Any Media Necessary. The New Youth Activism*, pp. 102–148. New York: New York University Press, <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479829712.003.0006>
- Kligler-Vilenchik, Neta, Joshua McVeigh-Schultz, Christine Weitbrecht & Chris Tokuhama (2012): Experiencing Fan Activism: Understanding the Power of Fan Activist Organizations through Members’ Narratives. *Special issue, Transformative Works and Cultures*, no. 10, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/322/273>, <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0322>
- Levine, Peter (2007): *The Future of Democracy: Developing the Next Generation of American Citizens*. Medford, MA: Tufts University Press.
- Mátyus Imre (2012): Szubkulturális identitásperformansz: Online önmediatizáció, a Comicbookgirl19 YouTube csatorna példája. In: Pusztai Bertalan, Ivaskó Livia, Mátyus Imre & Tóth Benedek (szerk.): *Médiások, történetek, használatok: ünnepi tanulmánykötet a 60 éves Szajbély Mihály tiszteletére*, 385–394. o. Szeged: Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Mátyus Imre (2018): Dumbledore seregétől a részvételi politikáig. Recenzió Henry Jenkins és munkatársai *By Any Media Necessary* című könyvéről. *Veritatis Imago*, 2. sz. 52–56. o., http://veritatisimago.hu/Vi_IV_MatyusI.html.
- Moor, Liz (2017): Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. *Consumption Markets & Culture*, vol. 20, no. 2, pp. 176–191., <https://doi.org/10.1080/10253866.2015.1094936>
- Müllner András (2020): A magyarországi részvételi film története és jelenlegi helyzete: Vázlat egy kutatásról a Minor Média/Kultúra Kutatóközpontban. *Jel-Kép*, 9. évf. 2. sz. 29–144. o., <https://doi.org/10.20520/JEL-KEP.2020.2.129>
- Müllner András (2022): Bevezető a Replika Részvételi film című tematikus blokkjához. *Replika*, 124. sz. 7–17. o., <https://doi.org/10.32564/124.1>
- Nagy Krisztina (2018): *Műveltség – Média – Szabályozás. A médiaműveltség médiapolitikai jelentősége és szabályozási keretei*. Budapest & Pécs: Gondolat Kiadó, MTA TK Jogtudományi Intézet & PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
- Rajnai Richárd (2020): A médiaműveltség és a részvételi kultúra sajátosságai a mozgóképkultúra és médiaismeret érettségi projektfeladatok munkanaplóiban. In: H. Varga Gyula (szerk.): *Személyközi és mediakommunikációs tudatosság az iskolában*, 155–166. o. Budapest: Hungarovox Kiadó.
- Toffler, Alvin (1980/ 2001): *A harmadik hullám*. Budapest: Typotex.
- Torbó Annamária (2020): Kritikai aktivizmus és részvételi politika a Harry Potter rajongói közösségekben. *Szépirodalmi Figyelő*, 6. sz. 61–74. o.
- Torbó Annamária (2021): *Kulturális és részvételi politikák egy magyar Harry Potter-rajongói közösségben. Doktori disszertáció*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Nyelvtudományi Doktori Iskola.

van Dijck, José (2009): Users Like You? Theorizing Agency in User-generated Content. *Media, Culture & Society*, vol. 31, no. 1, pp. 41–58, <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>

van Dijck, José (2013): *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

van Zoonen, Liesbet (2005): *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Torbó Annamária a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének kutatója és oktatója. Doktori disszertációját a PTE Nyelvtudományi Doktori Iskola Nyelv és Kommunikáció Doktori Programjának keretében védte meg 2022-ben. Fő kutatási területe a fiataloknak készült popkulturális médiaszövegek (elsősorban filmek és sorozatok) és azok kapcsolata a rajongói aktivizmussal. Doktori dolgozatában egy *Harry Potter*-rajongói közösséget vizsgált a Henry Jenkins által felvázolt részvételi politika szemszögéből. A disszertáción alapuló első monográfiája 2023-ban jelenik meg a Szépirodalmi Figyelő Alapítvány Média/Kultúra sorozatában. Ezen felül az újságírás korszerű oktatása és az újságírói készségek fejlesztése is foglalkoztatja, az öt európai ország együttműködésével megvalósuló *NEWSREEL2 – New Teaching Fields for the Next Generation of Journalists* című Erasmus+ stratégiai partnerségi projekt szakmai vezetője. Legutóbbi írása a Médiakutatóban: „Egyszerre szórakozom, borzadok el és tájékozodom egy időben» Az érzelmek és a csoporthoz tartozás szerepe a hírfogyasztásban” (2021. tavasz). Email: torbo.annamaria@pte.hu