
Milica Đokić

Analiza proizvodnje elemenata kulturnog kapitala: slučaj beogradskih anime fanova

U ovom radu sam se fokusirala na članove udruženja ljubitelja popularne japanske kulture u Beogradu, Sakurabane. Analizirala sam kako anime fanovi koji su članovi percipiraju svoj položaj u široj društvenoj zajednici, a kako u samoj zajednici anime fanova. Za potrebe ove analize koristila sam Burdijeove koncepte kapitala, distinkcije i ukusa. U prikupljanju građe za ovaj rad sam koristila metod opservacije sa participacijom i polustrukturirane intervjuje koji su obavljani u septembru 2013. godine. Cilj istraživanja je da pokaže kako se kod fanova konstruiše ideja o tome šta predstavlja anime fan, odnosno pravi anime fan, i u tom smislu koje karakteristike on treba da ima da bi bio prihvaćen kao takav i na koji način se one vrednuju.

Uvod

U centru interesovanja ovog rada nalazi se beogradsko udruženje ljubitelja japanske animacije. Udruženje Sakurabana se bavi promocijom japanske popularne kulture, te okuplja njene poštovalce. Sakurabana se na svojoj internet stranici (<http://sakurabana.info/>) predstavlja kao udruženje koje promovise razne aspekte japanske kulture sa posebnim naglaskom na japanskoj animaciji (anime) i stripovima (manga) zbog njihove osobite popularnosti među članstvom udruženja. Članovi udruženja su uglavnom sa teritorije Beograda i pretežno iz starosnih grupa od petnaeste do tridesete godine. Za potrebe prikupljanja građe uglavnom sam razgovarala sa srednjoškolcima, ali i sa tri studenta i jednim ispitanikom koji je završio studije.

U radu ću analizirati kako anime fanovi, koji su članovi Sakurabane, percipiraju sebe kao fanove japanske animacije u odnosu na druge ljude van Sakurabana udruženja, ali i u odnosu na druge anime fanove koji su članovi poput njih samih. U tom smislu pokušaću da shvatim koja se to obeležja i karakteristike pripisuju „pravim” poznavateljima japanske animacije, odnosno „pravom anime fanu” unutar udruženja, kao i da analiziram kako se, među članovima udruženja, zamišlja pozicija anime fanova u široj socijalnoj hijerarhiji. Pozivajući se na teoriju Pjera Burdijea (1986) o formama

*Milica Đokić (1995),
Leskovac, Radanska
30, učenica 3. razreda
Filološke gimnazije u
Beogradu*

MENTORI:
*Nataša Stevanović,
Filozofski fakultet
Univerziteta u
Beogradu*

*Ognjen Kojanić,
Centralnoevropski
univerzitet,
Budimpešta*

kapitala, želim da ispitam koje vrednosti za anime fanove predstavljaju kulturni kapital, a koje društveni, kao i u kojim se to praksama i na koji način ove forme upotrebljavaju.

Teorijsko-metodološki okvir

Francuski sociolog Pjer Burdije je 60-ih godina XX veka istraživao kulturne obrasce koji oblikuju društveno-kulturnu hijerarhiju i načine na koje reprodukcija tih kulturnih obrazaca utiče na reprodukciju odnosa između grupa i klasa (Golubović i Golubović 2007). Da bi ovo objasnio, Burdije razlikuje tri vrste kapitala: kulturni kapital, socijalni kapital i ekonomski kapital. U zavisnosti o kojoj formi kulturnog kapitala je reč, može se raditi o nivou obrazovanja, određenom znanju, ali i fizičkim osobinama, raznim diplomama, knjigama i tako dalje. Otelotvoreni kulturni kapital predstavljaju određene osobine pojedinca, ali i sposobnosti i znanja koja se ne mogu razdvojiti od njegovog „nosioca” i upravo će u ovom radu biti reči o ovakvoj vrsti kulturnog kapitala. Akumuliranje i sticanje ove vrste kapitala zahteva određeno vreme da se neko znanje ili veština nauče (Bourdieu 1986).

Burdije kaže da se raslojavanje u društvu ne vrši samo prema ekonomskom kapitalu nego i prema drugim kapitalima, a od značaja za ovaj rad jeste raslojavanje po kulturnom i društvenom kapitalu. Prema Burdiju interes za maksimiziranje kapitala se ne javlja samo u ekonomskoj sferi, već i u kulturnim praksama. Pojedinci teže ka maksimiziranju onih formi kapitala koje im pomažu da održe ili uzdignu svoj društveni položaj, dakle kapital služi kao sredstvo društvene orijentacije kroz koje se uspostavlja hijerarhija. S druge strane, društveni kapital predstavlja „ukupne stvarne ili potencijalne resurse koji su povezani sa pripadnošću društvenoj grupi. Pripadnost grupi obezbeđuje pojedincima podršku u vidu pristupa resursima koje ta grupa poseduje” (Bourdieu 1986: 249). Društveni kapital je širok pojam, ali u jednom od svojih užih značenja može predstavljati mreže koje se uspostavljaju kroz deljenje istih normi, vrednosti i shvatanja koje podržavaju koheziju unutar određenih grupa. Različite društvene mreže pojedincima omogućavaju pristup raznim informacijama što predstavlja korist na individualnom nivou, ali se u određenim situacijama može koristiti i kao način za uspostavljanje razlika od drugih koji nemaju pristup tim određenim resursima (Golubović i Golubović 2007). Dakle, dok kulturni kapital predstavlja individualne osobine i dobra pojedinca koja mu na simboličnom nivou koriste da se legitimiše ili mu daju pristup drugim formama kapitala, društveni kapital predstavlja skup resursa (iz ekonomske i kulturne sfere) koji su mu dostupni kroz uspostavljanje društvenih mreža sa određenim pojedincima ili grupama. U uspostavljanju društvenih mreža važan faktor predstavljaju određena znanja ili veštine važne za određenu grupu ili pojedinca, kao i poznavanje normi po kojima određena grupa funkcioniše. Tako na primer, osoba koja jako lepo peva će se u tom pogledu lakše i brže uklopiti u neki hor gde to predstavlja značajnu veštinu. Tako možemo reći da su svi kapitali međusobno povezani i mogu prelaziti iz jednog u drugi. U tom smislu, ako je pojedincu dostupna barem jedna forma

kapitala, on je može na određene načine konvertovati u neku drugu formu kapitala (Bourdieu 1986). Tako je Burdije (Bourdieu 1986) pokazao da deca obrazovanih i uspešnih ljudi poseduju u većoj meri određena znanja stečena u porodici. Takođe, njihovi roditelji ulažu i više ekonomskog kapitala u njihovo obrazovanje što im pomaže da se bolje ostvare na akademskom planu i kasnije zauzmu više položaje u društvu, nađu bolje poslove i samim tim zarađuju više od nekih drugih ljudi. Dakle, određeni socijalni kapital u porodici pruža pojedincima sredstva da steknu neke forme kulturnog kapitala koje im kasnije pomažu da se bolje ostvare u akademskom okruženju, kao i dodatni ekonomski kapital koji roditelji ulažu u školovanje svoje dece što im pruža priliku da završe prestižnije škole što im posledično daje priliku da nađu bolje pozicije na tržištu rada i ostvaruju veća primanja. Na ovom primeru je Burdije pokazao povezanost raznih vrsta kapitala i kako kapitali stalno prelaze iz jedne u drugu formu.

Sara Thornton (Thornton 1996) se bavila proučavanjem klupskih kultura mladih u Velikoj Britaniji. Koristeći se Burdijevim konceptima kapitala i distinkcije, ona je proučavala društvene hijerarhije. Pozivajući se na Burdijea, Thorntonova zagovara mišljenje da hijerarhije u društvu nastaju na osnovu distinkcija, to jest razlikovanja kojima se ljudi u svakodnevnom praksama odvajaju od onih grupa koje zamišljaju kao druge. Ona definiše distinkcije kao „načine na koji ljudi manervišu u borbi za društvenu moć, kao diskriminacije koje istovremeno određuju njihove društvene statuse i kojima oni streme u ostvarivanju osećaja sopstvene vrednosti”. Dakle, distinkcija služi kao način društvenog pozicioniranja „nas” kroz određivanje „drugih”. Thorntonova distinkciju dalje povezuje sa Burdijeovim konceptom ukusa i smatra da je ukus dispozicija, odnosno navika ili tendencija da se na određeni način ophodimo, na osnovu koje mladi u klupskim kulturama primenjuju metode razlikovanja i distanciranja od „drugih”. U tom smislu, u muzičkim i u klupskim kulturama osnov distinkcije često predstavlja muzički ukus. Sara Thornton smatra da je stil glavni način manifestacije potkulturnog kapitala, pri čemu usvajanjem i korišćenjem simboličkih značenja neke potkulture pojedinac akumulira potkulturni kapital. Na taj način, frizura, odeća, kolekcija CD-ova nekog benda (na isti način na koji kolekcija knjiga može predstavljati kulturni kapital), ali i poznavanje neke vrste muzike i pesama predstavljaju vrste potkulturnog kapitala. Na sličan način na koji „fini maniri” ili elokventnost predstavljaju kulturni kapital pojednica, tako i biti „hip”, to jest „biti upoznat” predstavlja potkulturni kapital anime fanova. Sara Thornton smatra da količina određenog potkulturnog kapitala određuje socijalni položaj pojedinaca u potkulturi (Ognjanović 2006: 178-179). Ona ističe tendencije istraživača da potkulture vide i predstavljaju kao koherentne celine, a i ukazuje na to da „potkulture” ne postoje u društvu kao neki realni izdvojeni entiteti, već da je to uglavnom bio način na koji su ih istraživači opisivali. Samim opisivanjem određene sociološke formacije istraživači ne mogu da izbegnu, a da ne upadnu u zamku da ih i sami definišu (Thornton 1997). U ovom radu ćemo se baviti „udruženjem anime fanova”, budući da su naši ispitanici sebe videli pre kao „zajednicu”

nego kao potkulturu. U daljem radu kada koristimo termin „potkultura”, koristimo ga sa ovim ogradama.

Čarls Rid (Reed s. a.) je istraživao fenomen „otakua” (posvećeni fan animea i mangi) i, između ostalog, pokušao je da objasni kako anime fanovi sebe identifikuju kroz pripadnost zajednici anime fanova. U svom radu je analizirao individualne priče tri anime fana. Fokusirao se pretežno na to kako anime fanovi percipiraju važnost animea u njihovim životima i kako se to odražava na njihovu interakciju sa drugim ljudima. On smatra da je samoidentifikovanje njegovih ispitanika kao anime fanova uslovalo formiranje njihovih odnosa sa drugim ljudima i u tom smislu je razumeo njihove tendencije da se pretežno socijalizuju sa drugim fanovima koji dele njihova interesovanja. Istakao je važnost drugih anime fanova u formiranju identiteta određenog anime fana i na primeru jedne ispitanice pokazao da onog trenutka kada je prestala da se druži sa drugim fanovima, njeno interesovanje za anime se znatno smanjilo i sebe više nije videla kao aktivnog anime fana.

Rid izdvaja određeno znanje nekog anime fana o predmetu njegovog interesovanja kao njegov kulturni kapital. Po njegovom mišljenju, posedovanje tih određenih znanja je ono što čini „pravog” anime fana. Unutar same kulture anime fanova, fanovi razlikuju „prave fanove” od onih koji to nisu, npr. fanovi koji su anime gledali samo na televiziji ili oni koji su samo pratili „loše anime serijale”. Rid je uočio da neki fanovi japanske animacije često smatraju „mejnstrim” anime serijale (npr. *Naruto*) lošima, a bilo kakvo povezivanje sa njima sramotnim (Reed s. a.).

Džejmi Tejlor (Taylor 2009), koja se bavila fanovima anime kulture u SAD, govori o tome kako fanovi konstruišu potkulture kroz svoje aktivnosti koje su usmerene potkulturi i onome što ona promovise, npr. stil oblačenja, interesovanje za određene sadržaje, muzičke preference itd., koje uglavnom stoje nasuprot vladajućim standardima i na taj način dalje stvaraju razlike između potkulture i „mejnstrima”. Po njenom mišljenju, preveliko interesovanje fanova i izraženi entuzijazam za potkulturne sadržaje ljudi koji ne gledaju anime često povezuju sa „lošim ukusom”. Fanovi koji sebe vide kao pripadnike nekih alternativnih grupa smatraju da su ukusi mejnstrima, koje oni vide kao dominantne, viđeni kao superiorni, dok sve ostalo biva obezvređeno i odbačeno. Tako u viđenju fanova njihove „potkulture” preispituju „ono što je buržoazija institucionalizovala kao normalno i univerzalne standarde dobrog” (Taylor 2009). Tejlorova smatra da fanovi i objekti njihovog interesovanja često bivaju kritikovani i odbačeni zato što se suprotstavljaju dominantnom kulturnom sistemu i hijerarhiji.

Opis građe

U svom istraživanju sam se fokusirala na anime fanove koji su članovi udruženja za japansku kulturu, *Sakurabana*, u Beogradu. *Sakurabana* pretežno okuplja fanove japanske animacije, ali i uopšte ljubitelje azijske i japanske popularne kulture. Razne pogodnosti su dostupne članovima *Sakurabane* poput: pristupa manga (japanski stripovi) biblioteci, pristupa

prostorijama kluba gde mogu slobodno provoditi vreme, informisanje o raznim događajima u vezi sa japanskom kulturom, animeima i slično, mada se i zainteresovanima koji nisu potvrdili članstvo uplaćivanjem omogućavaju neke od ovih pogodnosti. Sakurabana je sa radom počela 2006. godine, a zvanično postoji od 2007. godine. U prostorijama kluba članovima su dostupne razne društvene igre kao i konzole za igranje video igara, manga biblioteka, prodavnica gde se mogu kupiti razni proizvodi u vezi sa anime sadržajima, kao i japanske nudle.

U prikupljanju građe sam, pored metode posmatranja sa učestvovanjem, koristila polustrukturirane intervju koji su vođeni sa članovima kluba. Razgovarala sam sa sedam ženskih i šestoricom muških članova, od kojih se šestoro učlanilo nedavno, a ostali su relativno dugo bili učlanjeni. Većina ispitanika je pohađala srednju školu, dok su troje bili na fakultetu, a jedan ispitanik je završio sa studijama. Prostorije kluba Sakurabane sam posećivala dva puta nedeljno u periodu od jednog meseca, a išla sam i na razne događaje koje je udruženje organizovalo. Zbog sopstvenog interesovanja za japansku animaciju, član sam udruženja već tri godine ali sam počela da aktivno učestvujem u aktivnostima organizacije za potrebe pisanje ove etnografije.

Sa ispitanicima sam razgovarala o tome šta oni smatraju najbitnijim obeležjima „pravog” anime fana, o njegovom položaju u odnosu na druge anime fanove, ali i u odnosu na druge ljude van anime zajednice. U pokušajima da definišu svoj stil, muzičke preference i slično, ispitanici su često posmatrali sebe nasuprot „fensera”, kako su to ispitanici obeležili, neki od njih ističući da nemaju definisan stil, ali im je bitno da nemaju fenserska obeležja – „samo da nije fensi”. U razgovorima se kod svih ispitanika izdvojilo jako negativno mišljenje o fenserima. Ispitanici su fensere videli kao svoje sušte suprotnosti uglavnom ih opisujući kao plitkoumne, izveštačene, opterećene svojim izgledom i tako dalje. „Fenserska obeležja” su videli kao karakteristike dominantne kulture u Srbiji i bilo kakvo povezivanje sa njima smatraju sramotnim. Uglavnom prva asocijacija na „fensere” su bile pripadnice ženskog roda, to jest „fenserke”. Po njihovom mišljenju ima više fenserki ili se barem one više eksponiraju od muških pripadnika. Najčešće su moje ispitanice osuđivale „fenserke”, govoreći o tome kako nikada ne bi „tako nisko pale” da se ponašaju kao „fenserke”. Neki su kao bitnu karakteristiku „fensera” isticali to da su oni „svi isti”, neoriginalni i „uklapaju se u šablon”. Većina ispitanika smatra da je „loš muzički ukus” takođe jedna od važnih karakteristika fensera koji uglavnom slušaju „srpski šund” ili „loš američki pop”. Na pitanje šta za njih predstavlja „dobru muziku”, uglavnom su nabrajali žanrove muzike od kojih su najčešći bili rok, metal, korejski i japanski rok i pop. Kao najširu odrednicu dobre muzike neki ispitanici su navodili „nesrpska muzika”.

Iako neki od ispitanika sebe nisu identifikovali kao pripadnike nekih potkultura, imali su pozitivan stav o njima. Tako nijedan od ispitanika sebe nije video kao pripadnika gotik potkulture, ali su govorili samo pozitivno o njoj. Gotik-lolita potkultura¹ je jako zastupljena u Japanu, pa su neki is-

¹ modni trend iz Japana koji karakteriše tamna odeća i šminka u viktorskom stilu

pitanici pokazali interesovanje i odobravanje prema njoj iako se nijedan od mojih ispitanika sam nije identifikovao kao pripadnik ove potkulture.

Većina ispitanika je izrazila pozitivan stav u vezi sa programom i događajima koje organizuje Sakurabana, posebno u vezi sa Japanizmom, godišnjom konvencijom japanske kulture. U okviru Japanizma se održava i kosplej² takmičenje za koje su moji ispitanici izrazili veliki entuzijazam. Takođe, žurke koje Sakurabana organizuje su jedino mesto gde se pušta japanska i korejska rok i pop muzika, ali pored toga na ovim žurkama se pušta i druga strana muzika. Ljudi sa kojima sam pričala navode da se na ovim žurkama osećaju „prirodnije” jer se tu pušta muzika koju oni slušaju, ali i sam koncept žurki sa elementima japanske popularne kulture im se dopada.

Ispitanici su govorili o tome kako ljudi koji ne gledaju anime, često osuđuju njihovo interesovanje za anime. Razlog tome većina ispitanika vidi u nerazumevanju drugih ljudi i njihovoj nespremnosti da prihvate različitosti. Šta više, neki ispitanici smatraju da kada bi i ti „drugi” probali da gledaju anime, verovatno bi razumeli njihovu fascinaciju anime-ima, ali su ipak „suviše konzervativni da bi uopšte probali”. Često su isticali da ih u pogledu interesovanja za anime drugi anime fanovi najbolje mogu razumeti zbog čega osećaju potrebu da se češće druže sa drugim anime fanovima. Mnogi od ispitanika smatraju da je najlakši način da upoznaju ljude sa sličnim interesovanjima kroz aktivnosti Sakurabane. Jedna ispitanica koja pohađa školu manga crtanja u Sakurabani je pričala o tome kako drugi ljudi, van zajednice anime fanova, često hvale njene radove, ali joj i zameraju što svoj talenat ne iskoristi za crtanje pravih ljudi implicirajući da je anima/manga umetnost manje vredna, dok uglavnom samo anime fanovi mogu u potpunosti da razumeju njeno opredeljenje da crta u manga stilu.

Neki od ispitanika su pravili razliku između „kvalitetnih” i „nekvalitetnih” animea. Na pitanje šta spada u „nekvalitetne” anime uglavnom su odgovarali da su to mejnstrim animei koji nemaju nikakvu posebnu vrednost i da im je žao što se oni često uzimaju za reprezentativne primere japanske animacije. Jedan ispitanik je rekao da mu se anime „Fairy tail” (relativno nov i popularan anime), svideo u početku, ali se ispostavilo da je „isti kao i Naruto” (jako popularan anime). On smatra da je velika popularnost koju je „Fairy tail” stekao umanjila njegovu vrednost zato što za njega animei koje konzumiraju veliki broj ljudi predstavljaju proste animee „bez mnogo dubine”. Tri ispitanika koji su pravili ovakvu distinkciju, primenjivali su je i na fanove, pa tako, po njihovom mišljenju, u odnosu na kvalitet animea koji neki anime fan gleda, on predstavlja „pravog” ili „utripovanog” fana. „Prave fanove” su neki ispitanici identifikovali kao „otakue”. Otaku na japanskom predstavlja asocijalnog štrebera zaludenika za popularne sadržaje, dok je u anime potkulturi ova reč zadobila pozitivnu konotaciju i označava posvećenog fana (Morikawa 2012) pa su tako i moji ispitanici povezivanje sa ovom rečiju videli kao pohvalu. Većina ispitanika je sebe videla kao otakue, često se pozivajući na broj odgledanih animea, kontinuitet njihovog gledanja animea, kvalitet tih animea i tako dalje. Mnogi od ispitanika su pravili razliku i između anime fanova koji su čla-

² Kosplej je performativna praksa fanova pri kojoj se oni oblače u kostime određenih fiktivnih likova i uglavnom se vezuje za fanove mangi, animea, osoba koje igraju video igre i tako dalje

novi Sakurabane i onih fanova koji nisu članovi, naglašavajući svoju potrebu za aktivnim učestvovanjem u aktivnostima u vezi sa anime sadržajima i time implicirajući da njih više zanima anime. Samo jedan ispitanik sebe nije video kao otakue govoreći da je nekada možda i bio otaku, ali pošto sada nema dovoljno vremena da se tome posveti, sebe više ne smatra otakuom. Neki od njih navode da je interesovanje za Japan i japansku kulturu prethodilo njihovom interesovanju za anime sadržaje i to opisuju samo kao jedan deo u sklopu šireg interesovanja za japansku kulturu. Neki od ispitanika su istakli da su saznanja o japanskoj kulturi i jeziku najznačajnija stvar koju su oni naučili iz animea.

Analiza

Burdije (Bourdieu 1984) je definisao pojam distinkcije pri čemu je smatrao da „mi” određujemo „druge” kao ono što „mi” nismo. Torntonova (Ognjanović 1996) distinkciju vidi kao načine manevrisanja u cilju postizanja što veće društvene moći. U tom smislu, pojedinci koji sebe percipiraju kao pripadnike određenih „grupa” pozicioniraju se u određenoj društvenoj hijerarhiji u poređenju sa ostalim „grupama”. Torntonova smatra da sve grupe formulišu svoje sisteme hijerarhije pozicionirajući sebe na vrhu. Moji ispitanici su često anime zajednicu percipirali kao homogenu grupu sa jasno izraženim distinktivnim karakteristikama. Za njih zajednica anime fanova predstavlja realnu grupu ljudi koji dele zajednička interesovanja, a „realnost” grupe se potvrđuju kroz pripadnost Sakurabani. Ispitanici su na određeni način prepoznavali različite grupe pripisujući im specifične karakteristike i na osnovu toga ih različito vrednovali. Tako su razlikovali rokere, metalce, gotičare, fensere i tako dalje. U pogledu muzičkih preferenci i stila oblačenja su sebe identifikovali sa nekim od ovih grupa, dok su o nekim drugim grupama imali negativno mišljenje i time ih pozicionarali na dno ove društvene hijerarhije. Na ovaj način su ispitanici jasno definisali kojim grupama jedan anime fan može i treba da pripada. Ispitanici su prepoznali fensere kao sebi „najdalje” pripisujući im samo one karakteristike koje su videli kao negativne i na taj način sebe pokušali da uspostave vrednijima i boljima. Oni su bilo kakvo asociiranje sa onim što oni percipiraju kao obeležja fensera smatrali sramotnim. Kritikovanjem fenserske neoriginalnosti i isticanjem da su fenseri svi isti, zapravo ističu svoju jedinstvenost i alternativnost, kao i to da ne osećaju potrebu da se priključe „masi” naglašavajući pasivnost fensera koje vide kao deo te „mase”. Zajedničko za sve ispitanike je da su sebe videli kao pripadnike neke „alternative”. Tako su imali pozitivan stav i prema onome što su percipirali kao određene potkulture. Stavovi ispitanika o „srpskom šundu” i tendenciji ka američkom popu koje pripisiju fenserima, su identični i slažu se da fenseri imaju „loš muzički ukus”. Po mišljenju mojih ispitanika takva muzika odgovara fenserima, koji „ni ne znaju ni za šta bolje”. Iako je ovakva vrsta muzike viđena kao loša i nekvalitetna, ona je jako popularna, pa zato neki ispitanici smatraju da fenseri prihvataju samo ono što im je najbliže, a da ne traže „bolju” alternativu, dok drugi to vide prosto kao pitanje fenserskog „lošeg ukusa” i

sopstvenog „superornijeg ukusa” koji im daje sposobnost da uoče dobru muziku. U ovom pogledu oni smatraju da su povlašćeni u odnosu na fensere koji ne mogu da uvide šta je „dobra muzika”. Tumačeno prema Burdije-ovom (Bourdieu 1984) konceptu distinkcije se može reći da se hijerarhizovanjem i vrednovanjem svog „superornijeg” ukusa vrši simboličko distanciranje u odnosu na druge, konkretno fensere. U tom smislu su kroz distinkciju od određenih drugih, konkretno fensera, definisali šta predstavlja „dobar muzički ukus” koji onda vide kao karakteristiku svih onih koji se identifikuju kao „anime fanovi”. Na taj način, slušanje muzike koja se uklapa u koncept onoga što percipiraju kao „dobar ukus” predstavlja kulturni kapital anime fanova.

Dodatno, praveći razliku između sebe i „drugih”, ispitanici su se često samoidentifikovali kao „frikovi” (čudaci) pri čemu ova reč kod njih dobija pozitivnu konotaciju i označava osobu koja je „kul”, jedinstvena, originalna i na pozitivan način čudna. Ovime fanovi potenciraju svoju različitost od onoga što percipiraju kao „dominantna shvatanja” gde „biti čudak” predstavlja nešto negativno. Kao što je Tejlorova (Taylor 2009) objasnila, fanovi u klupskim kulturama često smatraju da treba da odbacuju ono što vide kao obeležja „dominantne kulture” u cilju uspostavljanja razlike od drugih i sopstvenog samopotvrđivanja. Tejlorova ističe da anime fanovi smatraju da često bivaju kritikovani zbog svojih opredeljenja zato što se svojim interesovanjima suprotstavljaju „dominantnim” standardima. U razgovorima sa ispitanicima često se protezalo pitanje odnosa ostatka društva prema njihovom aktivnom učešću u aktivnostima anime potkulture. Naglašavajući konzervativnost društva (ne samo fensera, već „mase”) koje ne može da prihvati drugačije ideje i nerazumevanje drugih ljudi, ističu svoju sposobnost da se uzdignu iznad konvencionalnih shvatanja kao i svoju otvorenost ka novim idejama. Neki od ispitanika smatraju da je razlog tome što većina ljudi ne shvata draž gledanja japanske animacije to što nisu odgledali nijedan „kvalitetan anime”, već su samo bili izloženi „nekvalitetnoj mejnstrim” japanskoj animaciji poput Pokemona, Digimona, Naruta i tako dalje. Na ovom primeru se izdvaja važnost posedovanja određenih znanja o animeima koje drugi ljudi nemaju, kao presudan faktor u određivanju anime fana.

Unutar same zajednice, anime fanovi takođe pokušavaju da na razne načine uzidgnu svoj položaj u odnosu na druge fanove i sebe uspostave kao „prave” fanove japanske animacije. Određenim praksama i karakteristikama fana biva dodeljena posebna vrednost. Tako se, na primer, posebno vrednuje ulaganje vremena na aktivnosti okrenute anime sadržajima i udruženju poput broja odgledanih animea i pročitanih mangi, kontinuiteta praćenja animea, ali i učestvovanja u aktivnostima koje organizuje Sakurabana. Na ovaj način biva kreirana ideja o „pravom” anime fanu sa kojima fanovi teže da se identifikuju radi uzdizanja sopstvenog statusa među ostalim fanovima. Naime, tako možemo da analiziramo razliku koju su određeni fanovi napravili između „kvalitetnih” i „nekvalitetnih” animea gde su onda gledanje „kvalitetnih animea” videli kao karakteristiku „pravih” fanova. Neki ispitanici smatraju da je popularnost određenog animea povezana sa njegovim kvalitetom. Samim tim što je neki anime popularan, ti

ispitanici smatraju da njegova vredost i kvalitet opadaju, jer po njihovom mišljenju pravi kvalitet ne može da spozna većina ljudi, referirajući i na druge fanove. Po mišljenju ove grupe ispitanika, većina fanova nisu zaista „pravi fanovi”, ne razumeju „kvalitetne anime” i naprosto se previše trude da oponašaju animaciju u realnosti, često imitirajući likove. Tejlorova (Taylor 2009) govori o tome kako anime fanovi često bivaju markirani kao nekritički potrošači od strane ostatka društva. To se ogleda i u stavovima mojih ispitanika gde ističu da ih drugi ljudi u društvu često kritikuju da su suviše opsednuti japanskom animacijom ili nezreli, ali taj proces se dešava i unutar zajednice anime fanova gde određeni fanovi kako bi uzdignuli svoj položaj i uspostavili razliku između onoga što je „kvalitetan“ sadržaj, koji oni konzumiraju, i „nekvalitetan“ sadržaj, markiraju druge anime fanove kao nekritičke potrošače. Ispitanici su najčešće „prave fanove” videli kao „otakue”, najmotivisanije fanove animea, i sebe su uglavnom tako identifikovali. Jedan ispitanik je na pitanje da li sebe smatra otakuom odgovorio: „Naravno! Odgledao sam preko stotina animea, a ne kao oni triperi koji su gledali jedan ili dva i umislili da su anime fanovi”. Drugi fanovi su pak izrazili da su sebe smatrali otakuima, ali da zato što više nemaju vremena da aktivno gledaju anime i posvećuju se aktivnostima vezanim za anime sebe više ne smatraju otakuima. Ovo implicira da „biti otaku” zahteva ulaganje dosta truda i vremena i da to predstavlja nešto posebno u njihovoj percepciji. Torntonova (Ognjanović 1996) smatra da količina određenog kulturnog kapitala koju pojedinac poseduje određuje njegov socijalni položaj. Akumuliranjem onoga što predstavlja kulturni kapital za anime fanove, oni uzdižu svoj socijalni status među ostalim anime fanovima. U tom smislu se može reći da se i broj odgledanih animea, „kvalitet” tih animea, kontinuitet gledanja animea i tome slično, koriste kao vrednosno merilo među anime fanovima. Tako fanovi uglavnom teže ka tome da odgledaju što više animea, kontinuirano prate anime serijale, prate nove anime i tako dalje, i da na taj način potvrde da su „pravi anime fanovi”. To jest, maksimiziranjem ovih formi kulturnog kapitala oni lako uzdižu ili održavaju svoj položaj među drugim fanovima. Samo članstvo u Sakurabani je često predstavljalo izraz posvećenosti nekog „anime fana”, pa su tako u svojim distinkcijama niže na vrednosnoj hijerarhiji pozicionirali druge anime fanove koji nisu članovi. Ovo se može objasniti time što se kroz pripadnost Sakurabani formira osećaj zajedničkog identiteta gde sebe kao člana Sakurabane vide nasuprot drugih fanova koji nisu učlanjeni.

Rid (Reed s. a.) je objasnio da fanovi često imaju potrebu da opravdavaju svoje privrženosti prema objektima svog interesovanja. Moji ispitanici su to često činili tako što su svoje interesovanje za gledanje animea povezivali sa učenjem o azijskim, najčešće japanskoj kulturi. Ističući značaj stečenog znanja o japanskoj kulturi iz animea, oni se protive „ustaljenom mišljenju” ljudi van zajednice anime fanova da je gledanje animea gubljenje vremena. U tom smislu mnogi od njih pokušavaju da se na razne načine približe japanskoj kulturi i uključe „japanski način života” u svoju svakodnevicu. Tako možemo posmatrati i preveliko interesovanje fanova za japanske nudle. Nudle, kao reprezentativna japanska hrana, predstavljaju

način da se učestvuje u japanskom načinu života. Mnogi od njih su navodili kao razlog zašto vole nudle to što smatraju da su one deo japanske kulture, kao i da preferiraju da ih jedu štapićima, jer tako autentičnije oponašaju manire japanske kulture. Dakle anime fan, u viđenju mojih ispitanika, nije samo osoba koja prosto gleda anime, već je to osoba koja kroz gledanje ili čitanje japanskih i drugih sadržaja uči o stranoj kulturi i time stiče određena znanja, ali tako i pokazuje svoju otvorenost ka ostalim kulturama (azijskim, najčešće japanskoj). To znanje se individualno razlikuje kod svakog fana i predstavlja kulturni kapital pojednica u zajednici. S druge strane, moji ispitanici su „otvorenost ka ostalim kulturama” i određena znanja o japanskoj kulturi percipirali kao karakteristiku svih članova Sakurabane i time je koristili da uspostave razliku između sebe i drugih implicirajući da se drugi ljudi („masa”) u mnogo manjoj meri interesuju za druge kulture.

Martinez (2009), pozivajući se na Suzan Napier, smatra da Japan kakav je u percepciji Zapada, konkretno SAD-a, ne postoji. Drugim rečima, Japan je u viđenju Zapada zapravo samo skup određenih utopističkih i antiutopističkih predstava. Ispitanici su imali utopističku sliku „japanske kulture” koju su percipirali kao koherentnu celinu u kojoj su jasno mogli da identifikuju karakteristike i obeležja koja su potom često izdvajali kao predmet svog ineteresovanja ili poštovanja. U nekim razgovorima sa ispitanicima se pokazalo da idealizovanu sliku o „japanskoj kulturi” grade tako što je stavljaju nasuprot negativnoj slici koju imaju o „srpskoj kulturi” i onome što percipiraju kao njene karakteristike. Tako je na primer jedan ispitanik govorio o Srbiji kao o „državi koja se raspada i kojoj ništa ne napreduje”, a nasuprot tome o Japanu kao o „modernom i inovativnom”.

Po mišljenju mojih ispitanika, učestvovanje u različitim svakodnevnim prakasama vezanim za anime i slične sadržaje predstavlja izvor ponosa. Vreme koje određeni fan izdvaja za aktivnosti vezane za anime je viđeno kao jedan od presudnih faktora u određivanju „posvećenosti” nekog fana. Tako da anime fan koji je proveo celu noć gledajući anime ne predstavlja ništa čudno, štaviše takva „posvećenost” bi uglavnom izazvala pozitivnu reakciju kod fanova. Po mišljenju mojih ispitanika, ljudi van anime zajednice bi osudili takvo ponašanje i zato to ne dele sa njima jer oni prosto „ne bi razumeli”. Članovi Sakurabanu vide kao mesto gde mogu da budu „ono što jesu”, to jest da slobodno iskazuju svoje interesovanje za anime sadržaje sa istomišljenicima, dok smatraju da ovakvu vrstu slobode ne mogu da postignu sa nefanovima. Tako su se kod mojih ispitanika razumevanje i podrška drugih ljudi u njihovom interesovanju za anime sadržaje izdvojili kao važni faktori. Slično tome, Rid (Reed s. a.) je pokazao da je interesovanje njegove ispitanice opalo i ona sebe više nije smatrala aktivnim anime fanom nakon što je prestala da se druži sa ljudima koji se takođe interesuju za anime. U tom smislu možemo posmatrati i važnost Sakurabane za anime fanove koji kroz povezivanje sa drugim fanovima legitimišu sopstveno interesovanje za anime. Oni ističući nerazumevanje drugih ljudi smatraju da ovakvu vrstu podrške jedino mogu dobiti od drugih fanova. Na taj način, pripadnost Sakurabani i poznanstva sa drugim anime fanovima koja oni percipiraju kao važna, predstavljaju forme društvenog kapitala. Naravno,

oni ovakva poznanstva mogu ostvariti i preko interneta sa fanovima širom sveta što često i čine. Mada, mnogi ispitanici su naglasili da im je jako važno što imaju ljude u svojoj blizini sa kojima mogu da podele ono za šta bi ih mnogi drugi osuđivali. Ispitanici ističu da se u Sakurabani često zbližuju sa drugim fanovima kroz deljenje zajedničkih interesovanja o nekom animeu, mangi, japanskoj muzici i slično, to jest ono što predstavlja kulturni kapital unutar zajednice. Takođe su ispitanici navodili da im drugi fanovi preporuča neki „dobar” anime ili mangu. U tom smislu unutar zajednice Sakurabane kod fanova japanske animacije kulturni kapital stalno prelazi u socijalni i obratno.

Zaključak

Ovaj rad pokazuje šta predstavlja kulturni i socijalni kapital pripadnika zajednice anime fanova u okviru same zajednice, a šta u odnosu sa drugim (zamišljenim) zajednicama koje su moji ispitanici identifikovali kao potkulture. Moji ispitanici su anime zajednicu percipirali kao jasno izdvojenu realnu grupu ljudi sa isto tako jasno određenim karakteristikama. Identifikovanjem sa onim što za njih predstavljaju karakteristike anime zajednice, oni potvrđuju svoju pripadnost toj grupi, ali se ujedno i distanciraju od drugih, koje su isto tako zamišljali kao ograničene grupe. Kao što je već pomenuto, Torntonova (Ognjanović 1996) je distinkcije definisala kao načine manevrisanja u borbi za društvenu moć. Moji ispitanici su jasno prepoznavali određene grupe i različitim vrednovanjem karakterestika koje su im pripisivali su ih pozicionirali na određenoj hijerarhijskoj lestvici. U distinkcijama koje prave anime fanovi jasno se uviđaju one forme kulturnog kapitala koje su prihvaćene i poželjne u odnosu na one koje su „neprihvatljive za jednog anime fana”. Zavisno od kojih drugih su se distancirali, unutrašnjih – anime fanova, ili spoljašnjih drugih – ljudi van zajednice anime fanova, ispitanici su različite vrednosti stavljali u prvi plan, to jest izdvajale su se različite forme kulturnog kapitala. Naime, kada su govorili o onim grupa koje su pozicionirali niže na socijalnoj hijerarhijskoj lestvici, pod kojim su najčešće podrazumevali „masu” ili „pasivno građanstvo”, uglavnom su naglašavali neoriginalnost, konzervativnost i netolerantnost tih neodređenih drugih. Naglašavanjem karakteristika tih neodređenih drugih koje su u viđenju članova negativne i koje stoje nasuprot onih koje pripisuju sebi, članovi pokušavaju da afirmišu sebe i u tom smislu sebe pozicioniraju iznad njih. Tako se u intervjuima posebno izdvojilo negativno mišljenje ispitanika prema „fenserima” od kojih su se jasno distancirali pripisujući im razne negativne karakteristike poput plitkougčnosti, izveštačenosti, ali kao i već pomenute neoriginalnosti i pasivnosti. Za njih fenserska kultura predstavlja „dominantnu kulturu” u Srbiji, a ono što percipiraju kao fenserska obeležja predstavljaju opšteprihvaćene norme. Iako je za njih fenserska kultura dominantna, ona je i najmanje kulturne vrednosti za moje ispitanike. S druge strane su određene grupe takođe videli kao „izdvojene iz mase” i alternativne (poput rokera, metalaca, gotičara), pozicionirali ih bliže sebi i često se identifikovali i kao pripadnici neke od tih grupa.

Za anime fanove koji su članovi Sakurabane kao važni elementi kulturnog kapitala se izdaju originalnost i alternativnost, kao i otvorenost prema drugim kulturama. Oni svoje interesovanje za anime sadržaje najčešće povezuju sa interesovanjem za azijske kulture, konkretno japansku. U tom smislu „anime fan” za njih predstavlja osobu koja je u većoj meri otvorena i zainteresovana za druge kulture od ostalih. Za njih anime i slični sadržaji predstavljaju nešto alternativno, drugačije i nesvakidašnje, a samim identifikovanjem sebe kao anime fana i oni postaju drugačiji, originalni i sposobni da „izdvoje iz mase”. Dakle, kada su moji ispitanici opisivali odnos anime zajednice i onoga što su videli kao drugačije socijalno pozicionirane grupe (najčešće fensera), kao kulturni kapital figuriralo je njihovo znanje i interesovanje za azijske kulture, potom muzički ukus, apetit za anime i manga stvaralaštvo, te i lična usmerenost i sposobnost proizvodnje umetničkih dela u duhu onoga što smatraju japanskom estetikom.

Unutar grupe postaju bitne neke druge forme kulturnog kapitala. U zajednici fanova japanske animacije takođe postoje hijerarhije gde na samom vrhu stoje „pravi fanovi”, a nasuprot njih, na dnu se nalaze „utripovani fanovi”. Ponovo, kulturni kapital služi kreiranju ove hijerarhije. Fanovi pokušavaju da na razne načine uspostave sebe kao „prave anime fanove” ograđujući se od onoga što oni percipiraju kao karakteristike „utripovanih fanova”. U tom smislu kod fanova postaju važni elementi kulturnog kapitala poput broja odgledanih animea, „kvalitet” tih animea, poznavanje japanske kulture, učestvovanje u aktivnostima Sakurabane, posvećenost izučavanju anime stvaralaštva itd. Posedovanje ovih znanja, ukusa i posvećenosti razvijanju „pravog” ili „utripovanog” anime fana figurira kao kulturni kapital. U ovom slučaju, on im pomaže da lakše ostvaruju veze sa ostalim fanovima, to jest taj kulturni kapital transformišu u socijalni. Obratno, socijalni kapital, to jest poznanstva sa drugim fanovima, se smatra korisnim jer im oni mogu dati pristup sticanju nekih formi kulturnog kapitala, na primer u vidu preporuka za gledanje nekih animea.

Kod anime fanova uviđamo kreiranje dvostruke hijerarhijske strukture. Prva se kreira u poređenju sa drugim ljudima van zajednice anime fanova, gde oni identifikuju određene grupe ljudi, porede ih sa sobom i svojim ukusima i na osnovu toga ih pozicioniraju na hijerarhijskoj lestvici vrednosti. Razlike koje uviđaju između sebe i drugih predstavljaju osnov da se fanovi međusobno identifikuju. Druga predstavlja distinkcije koje se kreiraju unutar zajednice radi simboličkog afirmisanja pojedinaca nad drugim anime fanovima.

Literatura

Bourdieu P. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press Cambridge, Massachusetts

Bourdieu P. 1986. The forms of capital. U *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (ur. J. Richardson). New York: Greenwood, str. 241-258.

- Golubović N., Golubović S. 2007. Alternativni pristupi u konceptualizaciji društvenog kapitala. *Ekonomski anali*, **52**: 152.
- Gelder K., Thornton S. 1997. *The Subculture reader*. Routledge
- Martinez D. P. 2009. From Impressionism to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West (review). *The Journal of Japanese Studies*, **35** (1): 120.
- Morikawa K. 2012. おたく /Otaku / Geek. *Working Words: New Approaches to Japanese Studies*, University of Berkeley. Dostupno na: <http://escholarship.org/uc/item/5zb9r8cr>
- Ognjanović M. 2006. Korak dalje od Burdijea: Pojam potkulturnog kapitala i proučavanje potkultura. U *Nasleđe Pjera Burdijea* (ur. M. Nemanjić i I. Spasić). Beograd: Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, str. 173-198.
- Reed C. D. Who are the “Otaku”? Exploring the evolution of fandom from a narrative perspective. Dostupno na: http://www.academia.edu/179947/Who_are_the_Otaku_Exploring_the_evolution_of_fandom_from_a_narrative_perspective
- Taylor J. R. 2009. Convention cosplay: subversive potential in anime fandom. Neobjavljena master teza. Biblioteka univerziteta Britanske Kolumbije. Vancouver: The University of British Columbia.

Milica Đokić

Analysis of the Production of Cultural Capital Among Anime Fans who are Members of Sakurabana

In this work I focused on anime fans who are members of Sakurabana, an association for promoting popular Japanese culture in Belgrade. In the process of collecting data for this study, I used the anthropological method of participant observation and semi-structured interviews conducted in September 2013. In the analysis I use Bourdieu's concepts of cultural and social capital, distinction and taste. I analyzed how anime fans who are members of Sakurabana perceive their position in society, but also how they position themselves among other members of the anime community. The paper aims to show how the idea of what it means to be an anime fan is constructed among fans and in that sense what characteristics an anime fan should have and how they are valued. The analysis shows how anime fans point out different elements as their cultural capital when trying to distinguish themselves from those who they perceive as “others” in attempts of self-validation.

