



FANGIRLÖK ÉS FANBOYOK.

# NEM ÁLL MEG, AMÍG NEM KAP ELEGET.

HUSZONEGY ÉVE, 1996. SZEPTEMBER 11-ÉN VOLT AZ EGYETLEN MICHAEL JACKSON-KONCERT MAGYARORSZÁGON. JACKO NAGYSÁGÁHOZ MÉLTÓN A JACKO-RAJONGÁS INTENZITÁSA IS ŐRÜLTEN HEVES, BUDAPESTEN PÉLDÁUL EMLÉKFÁT KAPOTT AZ ÉNEKES A FANJAITÓL. ŐK MOST NEMCSAK A KONCERT ÉVFORDULÓJÁN AKTIVIZÁLHATTÁK MAGUKAT, DE A SZEPTEMBER VÉGÉN ÉRKEZŐ, *Scream* CÍMŰ, ÚJ MASH-UPOT IS TARTALMAZÓ, TÁNCDALOKRA KONCENTRÁLÓ, HALLOWEEN-TEMATIKÁJÚ FRISS VÁLOGATÁSLEMEZ MIATT IS. MI PEDIG ENNEK APROPÓJÁN ÁTTEKINTJÜK A RAJONGÁS HAT LEGFONTOSABB KORTÁRS ARCHETÍPUSÁT.

BICZÓ ANDREA.

1994-et írtunk, amikor Michael Jackson először érkezett hazánkba a *HIStory* című promóciós videó forgatására. A pop király a Kempinski királyi lakosztályában szállt meg, ahonnan többször is üdvözölte a szemközti fa alatt kitaróan táborozó rajongóit. Aztán 1996-ban kétszer is visszatért – köztük első és egyetlen magyarországi koncertjére. 2009. június 25-én a világsztár halálának híre országszerte rajongók indultak meg, hogy elzarándokoljanak az Erzsébet téri fához, ami azóta is Jacko emlékhelyéül szolgál. Persze nem ritka, hogy egy zenész halálakor egy nem hivatalos memorial születik.

A Camdenben felavatott Amy Winehouse-szobor környékét is sokszor borítja virág, de a brixtoni David Bowie-falfestmény előtti hatalmas szentély is lélegzetelállító. Természetesen a művészeket életükben is hatalmas figyelem, szeretet, rajongás vagy akár tébolyult istenítés övezi. Jackót például 1996-os budapesti koncertje előtt háromezren várták a reptéren, ilyenre előtte és azóta sem volt példa. A 21 évvel ezelőtti örületes lelkesedés már a múlté, de zenerajongó ma is sok van. Elég sok ahhoz, hogy tipizálhassuk őket, íme., hogyan rajongunk ma.

## TRÚ FANGIRL/FANBOY

Ez az a típus, aki az egészségesnél csak egy kicsit jobban lelkesedi túl a dolgokat. Ismertetőjele, hogy nagyon hangosan tud síkítani vagy füttyülni, imád merchandise-t vásárolni, pontban éjfélkor streameli az új dalt a Spotifyon. És persze megveszi az új lemezt limitált vinylen. Ha az általa kedvelt előadó a hazájába vagy környező országokba jön koncertezni, nem kérdés, hogy ott van. Sőt, pre-sale során veszi meg a jegyet – nyilván a kiemelt állót –, a fellépés napjára



pedig szabadságot vesz ki, hogy egész délelőtt a koncertre készüljön és már kapunyitáskor a helyszín előtt táborozzon. Látóköre általában nem szűkül le egyetlen előadóra, akár párhuzamosan több zenészt, énekest (de persze még kezelhető mennyiségűt) is kitüntet figyelmével.

### MEGSZÁLLOTT

Nem úgy, mint az igazi megszállott, aki általában egyetlen énekest vagy zenekart szemel ki magának, de azt nagyon. Nemcsak a sorszámozott kiadványokat, de ugyanabból a lemezből az európai, az amerikai, sőt még a japán nyomást is megveszi (ha van venezuelai, azt is). Ő nem elégszik meg a kiemelt állójeggyel, az early entryvel egyetlen koncerten. Akár egy egész európai turnén végigkíséri a zenekart, és estéről estére, ha rajta múlna, egészen a végtelenségig tudna lelkesedni ugyanazokért a show-elemekért, setlistekért. Ha teheti, minél több állomáson vásárol horroráron meet&greet-jegyet, de persze ez sem elég: a koncert után rendre felderíti a backstage összes lehetséges kijáratát és megvárja kiszemeltjét. Az előző rajongótípustól eltérően nem feltétlenül a zene vagy a buli érdekli, csak akkor teljes az estéje, ha valamilyen – vagyis inkább bármilyen – módon kontaktust sikerült létesítenie imádottjával, legalább egy közös fotó vagy aláírás formájában. Éppen ezért az előadók már sokszor megismerik, előre köszönnek neki, ettől a plusztól pedig csak eszkalálódik az egészséges határokat bőven átlépő rajongás, ami egészen addig tart, amíg a pénze, a szabadideje vagy legrosszabb esetben maga a turné.



### TORBORZÓ

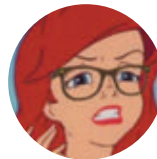
Teljesen máshogy áll a rajongáshoz a toborzó, aki ahelyett, hogy ha tehetné, felvásárolna egy stadionnyi koncertjegyet, hogy csak ő élvezhesse a fellépést, inkább legszívesebben az egész világot rákényszerítené, hogy az általa választott zenekart hallgassa. Abban persze egyezik a szemlélete az előbbi típusokkal, hogy szerinte ez a világ legjobb zenéje, de nagyon nehezen fogadja el, ha mások nem értenek ebben egyet vele. Éppen ezért szereti hirdetni az ígét, amihez elég bőséges eszköztár áll rendelkezésére. A koncertekre rendszerint válogatás nélkül hívja meg minden ismerősét Facebookon, az új dalokat, klipet hallgatás nélkül posztolja és küldi mindenkinek, aki szereti – aki meg nem, na az majd most. Rendsze-



resen látogat és kommentel külföldi és magyar fórumokon, sőt, sok esetben végül saját maga indít blogot.

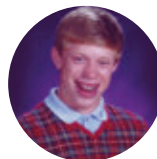
### BEFORE IT WAS COOL

Ezzel pont ellentétes a *before it was cool*-hozállású rajongó. 7"-en vesz zenét, kis kiadóktól rendel, de gyakran túl is ad a lemezeken. Ő az, aki egy elsős számú zenekarnál is maximum a 100. megtekintő, non-stop a Bandcampet bújja – mert a Spotify-playlistek túl mainstreamek –, maximum 10 ezer lájkos zenekarokat kedvel Facebookon, és mindezt kizárólag addig, amíg az első cikk megjelenik azokról a Pitchforkon vagy az NME-n. Ha pedig ne adj isten egy ismerőse is beszél vagy posztol róla, teljesen elveszti az érdeklődését, és teljesen elfelejti, hogy valaha tetszett neki ez a zene. Őt sokkal inkább érdekli az újdonság és a felfedezés öröme, mintsem a tartalom. Ha egy előadó mainstreamebb kezd lenni, az automatikusan azt jelenti, hogy rossz, függetlenül attól, hogy valóban minőségi romlás következik-e be. Szereti a saját kis ékszeresdobozában tartogatni a felfedezésre váró újdonságokat, és minden addig érdekes, amíg csak neki az. Utólag szereti úgy beállítani, hogy ő előre megmondta. Pedig nem mondta, maximum gondolta.



### NERDY

Van az a típusú ember, aki egyáltalán nem irigyli másoktól a rajongást, inkább kifejezetten teret enged embertársainak. Jól tájékozott, képben van, sőt, tulajdonképpen mindent tud az általa kedvelt zenekarokról – legalábbis a zenéjükéről, mert őt a szaftos pletykák egyáltalán nem érintik meg. Nerdként sokkal inkább izgatja az újdonság, a zene milyensége, [technikai] háttere, és az egész tevékenységre úgy tekint, mint egy nem mainstream dologra, hiszen olyan mélységéig képes beleásni magát, mint kevesen. A saját kis univerzumában nem feltétlenül számít, hogy a rajongás tárgya mennyire népszerű, hiszen itt nem az a lényeg, hogy az emberek ne tudjanak róla, sokkal inkább az, hogy ő tudjon olyan dolgokat, amiket mások nem. Viszont ezt egyáltalán nem éli meg közösségi élményként. A fórumokat inkább olvassa, mintsem kommentel, koncertekre a legritkább esetekben jár el. A zenehallgatást nem szociális tevékenységként, sokkal inkább érdekesítő kutatásként, olyan felfedezésre váró területként éli meg, ahol ember korábban még sosem járt. Míg a legtöbbnél a zenehallgatás egyfajta kikapcsolódás,



addig ő a korábban elraktározott információkat feldolgozza és alkalmazza, hogy egy komplex analízist készíthessen. Minden fontos lemez megvan neki. Természetesen vinylen.

### KREATÍV

Szintén otthon, a négy fal között tevékenykedik a kreatív rajongó, aki a legkülönfélébb művészeti ágakból merít ihletet vagy formálja művészetét imádottja köré. Van, aki a fan fictionokban éli ki kreatív energiáit, vagyis kitalál és megír történeteket, amiknek főszereplője rendszerint a rajongás tárgya, vagy pedig egy hozzá fűződő terület, például amikor egy videoklip cselekmény-szálát gondolja tovább. A grafikában jártasak sokszor kreálnak különféle fan artokat, ami készülhet bármilyen gépi vagy kézi technikával. Ezeket különféle platformokon meg is tudják osztani egymással vagy akár kevésbé tehetséges rajongótársaikkal. Legtöbb esetben célzottan az adott előadóhoz kapcsolódó fórumokon próbálkoznak, de például a DeviantArt vagy a Behance is remek platform lehet, és persze akár egy jól hashtagelt Instagram-poszt is célba érhet. A tehetségtelegebb, ám annál humorosabb kreatív rajongók számára pedig ott vannak a mémek és a gifek, amikhez alapanyagul szolgál az internet tényleg végtelen, kifogyhatatlan tárháza.



Ezek az archetípusok persze mind sztereotípiákra épülnek és igencsak sarkított kategóriák. Természetesen lehet teljesen átlagosan is rajongani. Meghallgatni egy dalt vagy lemezt a megjelenés napján, heti rendszerességgel koncertekre járni és igen, még a sikítás is bőven belefér. És ha a jobb érzésű, átlagos zenehallgatónak kicsit túlzás is lehet a rajongás, abba azért érdemes belegondolni, hogy mennyi klassz dolog született már belőle. Ki írta a Wikipedia-szócikketek, ha nem lennének nerdök? Ki rajzolna fanzine-eket, ha egy kreatív sem rajongana? Ki fedezné fel a zenekarokat, ha senki sem kutakodna az újdonságok után? És akkor az előadói oldalról még nem is beszéltünk, akiknek minden Instagramon közzétett közös fotó értékes megjelenést jelent, vagy akik napjainkban a legtöbb pénzt újra az eladott koncertjegyekből látják. Csak hogy érzékeltessük, ez mit jelent: tavaly a legnagyobb bevételű turné Bruce Springsteené volt, a *River Tour 268,3* millió dollárt hozott a konyhára. Rajongók és imádottjaik tehát sokféle, néha furcsa, mégis mindkét fél számára előnyös szimbiózisban élnek együtt. Ez jusson eszünkbe, amikor legközelebb elcsátálunk a Jacko-fa mellett.

