

## **Media i tożsamość gejów – streszczenie rozprawy doktorskiej**

Trzyczęściowa rozprawa poświęcona została mediom jako platformom artykulacji tożsamości polskich gejów po roku 2003. W pracy krytycznie analizuję dotychczasowy dorobek w tym zakresie i proponuję autorską metodologię badań zbudowaną na podstawie połączenia wybranych koncepcji Pierre'a Bourdieu oraz Johna Fiske'a.

Część I. składa się z dwóch rozdziałów. W rozdziale 1. za cel stawiam sobie omówienie podstawowego zaplecza teoretycznego mojej pracy, za które uznaję anglosaskie studia kulturowe. Najpierw wyjaśniam, dlaczego przyjmuję taką właśnie perspektywę oraz przedstawiam przesłanki stanowiące o mojej motywacji. W dalszej części rozdziału przyglądam się kategorii tożsamości w kulturoznawstwie w perspektywie (1) synchronicznej i (2) diachronicznej. Następnie wiązę interesujące mnie zagadnienie z (3) kwestią mediów oraz odnoszę się do (4) studiów gejowsko-lesbijskich, co w obu przypadkach służy doprecyzowaniu perspektywy. Rozdział ten, a także kolejny, ma przede wszystkim wyjaśnić i uprawomocnić motywację stojącą za dokonanymi przeze mnie wyborami. Ma on także charakter rozpoznania terenu i przygotowania go dla konstrukcji własnej propozycji teoretycznej.

Rozdział 2. poświęcony jest wybranym koncepcjom związków mediów i tożsamości gejów w czterech nurtach badawczych: (1) kulturoznawczym medioznawstwie (Arthurs, Gauntlett), (2) studiach LGBT (Dyer, Cohen, Weeks, Pullen), (3) performatyce i teorii queer (Campbell, Fox) oraz (4) rodzimej wariacji teorii queer (Kochanowski). Wskazuję na słabe i mocne strony omawianych teorii i testuję, które z nich mogą być szczególnie użyteczne w mojej pracy. Wybieram pewne elementy z tradycji kulturoznawczej (prace Dyer'a i Arthurs) oraz studiów gejowsko-lesbijskich, inne ujęcia (zwł. teorię spektaklu Kochanowskiego) w całości odrzucam jako błędne i niedające się utrzymać.

Na część II. składa się jeden rozdział (3.). W oparciu o dotychczasowe rozumowania staram się tutaj zbudować własną teorię, która będzie w stanie wyjaśnić i oddać głos różnym przykładom artykulacji tożsamości gejów w mediach - zarówno postaciom fikcyjnym, użytkownikom mediów społecznościowych czy gejowskim celebrytom. Mój projekt bazuje na dorobku dwóch teoretyków: (1) Pierre'a Bourdieu oraz (2) Johna Fiske'a. (1) Od Bourdieu przejmuję pewne założenia wyłożone w „Dystynkcji” i proponuję, aby seksualność gejów rozumieć jako formę kapitału, któremu pod względem podobieństwa najbliższym do kapitału kulturowego – wydaje się on najbardziej naturalny. Będąc ich rezultatem medialnie zapośredniczone praktyki proponuję zatem rozumieć jako polityki seksualnego smaku. W ten sposób będę w stanie prześledzić pewne korelacje pomiędzy różnymi kapitałami seksualnymi a seksualnymi smakami (gustami). Staram się jednak uniknąć mechanicystycznego myślenia o seksualnych smakach, których polityki miałyby służyć reprodukcji istniejącego porządku rzeczy. (2) Ponieważ obszarem moich dociekań jest medialna kultura popularna, od Fiske'a przejmuję myślenie o znaczeniu (w tym wypadku seksualności) jako nieustannej negocjacji. Seksualne smaki wchodzą więc ze sobą w ciągle potyczki, a te wspólnoty, które lepiej skapitalizują swoją seksualność znajdują się wyżej w hierarchii seksualnych gustów. Tym samym towarzyszące im zarówno praktyki kulturowe i komunikacyjne, jak i kody estetyczne będą posiadały odmienne uznanie. Podejście takie pozwala prześledzić te procesy, nigdy jednak nie determinuje punktu dojścia.

Część III. ma charakter analityczny, gdzie testuję zaproponowaną teorię. Na potrzeby rozdziałów 4., 5. i 6. wyróżniam trzy seksualne kapitały. Są to: (rodz. 4.) seksualny kapitał polityczny, (rozd. 5.) seksualny kapitał tożsamościowy oraz (rozd. 6.) seksualny kapitał popularny. Pierwszy z nich odnoszę do takich form traktowania własnej seksualności w mediach, które nastawione są na polityczne zaangażowanie. Drugi oznacza używanie mediów w celu zaprojektowania własnej seksualnej tożsamości bez konieczności angażowania się w działalność publiczną. Chodzi tutaj o nawiązywanie przyjaźni, poszukiwanie partnera czy sposoby spędzania wolnego czasu. Może być on także nastawiony na uzyskanie możliwie wyspecjalizowanej i szybkiej/łatwej seksualnej przyjemności. Trzeci kapitał odnoszę do procesów inwestowania własnej seksualności w formy popularne: mam tutaj na myśli zarówno celebrytów, którzy budują swój wizerunek jako gejów, inwestując tym samym swoją seksualność w obiegi medialne, jak i instytucje. Tożsamością seksualną jako kapitałem posługują się nadawcy, tworząc gejowskie postacie w swoich programach. Pojawia się tutaj także fenomen gejowskich tabloidów, które robią użytek z seksualności jako kapitału napędzającego skandal i kontrowersję.