

Anna Reglińska-Jemioł

O ponadkulturowym fenomenie serii *My Little Pony: Friendship is Magic* (bronies i refiguracje męskości)

To people to who feel that, you know, an adult man watching the show that has been for little girls, they think – it is wrong and that’s strange. I think I would say this, I would ask them – ‘why do you think that’s strange and what about that makes you uncomfortable?’. As a society I think our first reaction is to jump to the conclusion that is something wrong with that. But I think that is what needs to be changed. We need to allow men to be gentle and to be sensitive and to care about one another, and not call them weak for caring [Bronies: *The Extremely* 00:43:01-00:43:34]¹.

1 Ludziom, którzy czują, że, no wiesz, dorosły mężczyzna ogląda program dla małych dziewczynek, i myślą sobie – to jest złe i to jest dziwne. Myślę, że odpowiedziałbym im tak, zapytałbym ich: „Dlaczego uważacie, że to dziwne i co takiego w tym sprawia, że czujecie się niekomfortowo?”. Myślę, że naszą pierwszą reakcją jako społeczeństwo jest wyciągnięcie pochopnego wniosku, że jest w tym coś złego. Ale sądzę, że właśnie to należy zmienić. Musimy pozwolić mężczyznom na delikatność i wrażliwość oraz troskę o siebie nawzajem, a nie nazywać ich słabymi za to, że się troszczą – we wszystkich cytatach zachowano pisownię i interpunkcję oryginału, a wyróżnienia tekstu pochodzą od autorki artykułu. Ponadto dla zachowania przejrzystości wyводу w tekście dokonano tłumaczenia na język polski angielskich pojęć i wprowadzanych cytatów.

Głos Lauren Faust², amerykańskiej scenarzystki, twórczyni filmów animowanych, najbardziej rozpoznawalnej właśnie jako producentka pierwszego sezonu *My Little Pony: Friendship Is Magic* (*My Little Pony: Przyjaźń to magia*), nie jest odosobniony. Śledząc profile społecznościowe osób pośrednio związanych z produkcją czy wprost zaangażowanych w proces twórczy serialu, dostrzec można narrację formującą obraz fandomu *bronies*³ jako grupy o jasno sprecyzowanym *credo* – tworzenia życia według własnego projektu, niezależnie od obowiązujących norm i panujących dyskursów kulturowych.

Proces formowania się fandomu *My Little Pony* funkcjonującego w aktualnym kształcie do dziś sięga początku emisji w Stanach Zjednoczonych pierwszego sezonu animowanego serialu *My Little Pony: Friendship Is Magic* (2010). Na jego estetykę wpłynęło wiele determinant: baśniowość fabuły przygód kucyków-przyjaciółek, wartości propagowane w samym przekazie językowym, silnie zestandaryzowane normy zachowań (wzorce postaw czytelne dla projektowanego odbiorcy przynależącego do wczesnoszkolnej grupy wiekowej), epatowanie w przekazie tematyką skupioną wokół pojęć przyjaźni, piękna, odwagi i altruizmu. Produkcja ta, kultywująca tradycje istniejącej od lat 80. linii zabawek firmy Hasbro (*My Little Pony*)⁴, stała się dość niespodziewanie swoistym fenomenem kulturowym, także dzięki prężnie rozwijającej się społeczności dorosłych odbiorców, głównie młodych mężczyzn (w wieku 14–24 lat). Jak podkreśla w swych badaniach Patrick Edwards ze współpracownikami, stanowią oni około 86% wszystkich fanów. Stopień ich zaangażowania, dynamikę aktywności, związki z fandomem rozpatrywać można w kontekście interakcji wewnątrzstrukturalnych w obrębie społeczności czy

-
- 2 Bohaterka *A Brony Tale* (dokument o społeczności fanowskiej MLP) – Ashleigh Ball, aktorka podkładająca głos pod główne postaci serialu, Applejack i Rainbow Dash – zwraca także uwagę na swoistą bezkompromisowość *bronies*, z jaką wiąże się po prostu odwaga bycia sobą. W tekście używany jest skrót MLP dla określenia pełnego tytułu filmowego serialu *My Little Pony: Friendship Is Magic*.
 - 3 Forma *bronies* jest kontaminacją słów *brothers* (w języku potocznym ponadto „bro” znaczy tyle, co „kumpel”) oraz *ponies* – „kucyki”. Jak zauważa Crome, określenie *bronies* jest używane przez osoby spoza społeczności fandomu w odniesieniu do dorosłych męskich fanów serialu, entuzjaści MLP adresują w ten sposób fanów bez względu na płeć [400].
 - 4 Firma Hasbro wprowadziła na rynek zabawek cztery edycje figurek kucyków (seria z 2010 r. w znacznej mierze odwzorowuje bohaterów animowanego serialu *My Little Pony: Friendship Is Magic*, z kolei na kanwie tej produkcji w 2013 r. powstał film animowany *My Little Pony: Equestria Girls*). W latach 1986–1987, z wykorzystaniem linii zabawek *My Little Pony*, został zrealizowany przy współpracy z Sunbow Productions oraz Marvel Productions pierwszy animowany serial o mieszkańcach krainy kucyków, w 1992 r. w stacji telewizyjnej Disney Channel emitowana była jego kontynuacja (*My Little Pony Tales*). W 1986 r. powstała także pełnometrażowa muzyczna animacja [Kaczmarczyk-Gwóźdź 163-164].

komunikacyjnych aspektów funkcjonowania poza tym środowiskiem [The Brony Study Research Team]⁵.

W obszarze dyskursu naukowego nad specyfiką fandomów autorzy dziś zakreślają coraz wyraźniejsze pola problematyki badawczej, konstruktywnie eksponując miejsce poszczególnych subdyscyplin. Zjawiska związane z praktykami fanowskimi podlegają zmiennym fluktuacjom. Ich recepcja znajduje odzwierciedlenie w rosnącej liczbie opracowań naukowych. Ukształtowana w ten sposób metodologia fan studies wykorzystuje jako narzędzie badań krytyczną analizę wytworów kultury popularnej, doświadczenie bezpośrednie (metodę upowszechnioną poprzez publikacje Henry’ego Jenkinsa), skupia się również na oglądzie feministycznych i queerowych aspektów kultury partycypacji [Kobus 18-22]. Zatem uprawomocnione staje się rozpatrywanie fenomenu serii MLP w szerszym (transkulturowym) kontekście – w związku z obecnością badań nad tym zjawiskiem w studiach kulturoznawczych [Robertson; Gilbert], w rozprawach z kategorii nauk o komunikacji społecznej i mediach [Hautakangas; “Contextualizing the Bronies”] czy interdyscyplinarnym obszarze badawczym gender studies [Jones; Miller; Palmer; Valiente and Rasmusson].

W polskiej literaturze przedmiotu temat fandomu MLP pojawia się najczęściej na marginesie rozważań dotyczących kultur fanowskich i opisu ich społeczno-komunikacyjnych praktyk, lokując tę tematykę w obszarze studiów z zakresu kulturoznawstwa i medioznawstwa. W kluczowych dla polskich badań fantropologicznych monografiach Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz zarysowuje się pole dalszej eksploracji tego wycinka kultury, między innymi właśnie w kontekście uwarunkowań funkcjonowania fandomu MLP. W zapowiedzi publikacji *Fandom dla średnio zaawansowanych* pojawia się rozdział *Czego chcą bronies? [Fandom dla początkujących. Część II 183]*. Obecność fantropologicznej problematyki w narracji akademickiej utrwaliły ponadto badania prowadzone przez Lidę Gąsowską [Gąsowska] czy Piotra Siudę [Siuda]. Niewątpliwie ważną pozycją opublikowaną w ostatnim czasie pozostaje również książka Aldony Kobus [Kobus]. Autorka, stawiając sobie za cel krytyczną analizę zjawiska, ujmuje „fandomy jako kolektywnie konstruowane fantazmaty na temat popkulturowych treści” [20]. W swoim dyskursie badaczka skupia się przede wszystkim na afektywnym odbiorze wytworów kultury popularnej.

5 Większość z nich jest białymi mieszkańcami Ameryki Północnej, w trakcie studiów lub ma je już za sobą. Badacze w swym opracowaniu, będącym zapisem ośmioletnich prac nad studium kultury fandomu *bronies* – głównie z perspektywy badań psychologicznych, wskazują na pięć typów postaw funkcjonujących w modelu tej społeczności: „Social Brony” (Jawny Brony), „Secret Brony” (Sekretny Brony), „Independent Brony” (Niezależny Brony), „Hidden Bronies” (Utajnieni Bronies), „Mixed Bronies” (Bronies o mieszanych cechach) [The Brony Study Research Team].

Bezspornie wizerunek *bronies* wylamuje się z utartych schematów figuracji męskości⁶ (w mediach głównonurtowych nieprzerwanie od lat przekaz o tych młodych dorosłych mężczyznach, którzy potrafią cieszyć się rozmowami o kolorowych kucykach, a w dodatku rozmawiać o uczuciach, nosi znamiona sensacji, a sami członkowie tej grupy postrzegani są jako osoby „infantylnie” i „zniewieściale”). Bożena Kaczmarczyk-Gwóźdź zauważa, że samo pojawienie się na rynku zabawkarskim serii figurek MLP wpłynęło na zmianę typu odbiorcy tego produktu (konik-zabawka z obiektu zabaw przede wszystkim chłopców stał się ulubionym przedmiotem aktywności dziewczynek). W zainteresowaniu osób dorosłych produktami MLP autorka upatruje „nasilenie syndromu Piotrusia Pana, chęć powrotu do przeszłości, zatrzymania czasu i niedojrzałość emocjonalną nabywców” [163-166]. Koresponduje to z tezami myślowymi Francesca M. Cataluccia, który w kreacji niedojrzałości widzi znak kulturowy naszych czasów. Interesującym badawczo krokiem staje się studium fandumu *bronies* w kontekście realizacji nowych form męskości (np. popkulturowego wzoru *geeka*)⁷.

Obraz fanowskiej społeczności *bronies* nie jest jednorodny, a dominującą narracją jest ta o jego empowermentowym charakterze. Wyróżnia się przekazem promującym wizerunek ugrupowania intensywnie wspierającego wszystkich swoich użytkowników [Edwards et al. 194-197]. Jak pokazują badania Edwardsa ze współpracownikami, w obrębie dyskursu społecznego toczącego się na przestrzeni lat widoczny jest ciągle proces transformacji recepcji fenomenu *bronies* (z czasem osłabły np. stygmatyzujące sądy wokół tematu pedofilskich upodobań). Agata Sutkowska wskazuje z kolei na niską pozycję tej grupy w ogólnej hierarchii fandomowej, z czym łączy przede wszystkim „»niemęskość« zainteresowań i ekspresji, młody wiek, wykraczanie poza heteronormatywność, potencjalnie problematyczny/ uznawany za dewiacyjny obiekt afektu, dość zamknięte środowisko” [44].

Dodatkowym kontekstem interpretacyjnym jest nieprzerwana (mimo końca emisji serialu) obecność społeczności *bronies* w fandomowym środowisku. W tym aspekcie rozpatrywać można wpływ entuzjastów MLP na zachwianie dotychczas utrwalonych relacji pomiędzy wiekiem odbiorców tej kulturowej transmisji a stosowanymi praktykami konsumpcyjnymi (zarówno w sferze komunikacji, jak

6 Na temat kulturowych reprezentacji istotnych w społecznym konstruowaniu czy dekonstruowaniu męskości zob. [Bly; Górski]. Seria „Studia o męskości” stworzona przez Wydawnictwo IBL PAN od lat prezentuje polskim odbiorcom różnorodne modele męskości, odmienne od tych narzucanych przez kulturę norm i ograniczeń.

7 Robertson sugeruje, że „poprzez konsumpcję mediów przedstawiających antropomorficzne zwierzęta ‘dla dziewczynek’ społeczność *bronies* angażuje się w zabawną re/konstrukcję w dużej mierze męskiej kategorii *geeka*”. Konkluzja zaś jest jasna – trzeba być prawdziwym mężczyzną (*geekiem*), żeby docenić *My Little Pony* [23].

i budowania koncepcji przekazu w systemie medialnym). W kolejnych sezonach opowieści pojawiają się epizody bliższe problemom młodych dorosłych – kłopoty w pracy, choroba, złamane obietnice, wyzwania przygotowań do ważnych życiowych wydarzeń, odpowiedzialność za posiadane dobra, cena sukcesu, konieczność ustalenia hierarchii życiowych priorytetów. Na fakt, że z czasem typ prowadzonej przez twórców serialu narracji ewoluował ku potrzebom dorosłej publiczności, zwraca uwagę w swoim tekście Ewan Kirkland. Jego dyskurs dotyczy szerzej problemu wzajemnych zależności, relacji *bronies* i producentów filmu, ze szczególnym ukierunkowaniem na transkulturowy obraz fenomenu grupy [“My Little Pony: A Transcultural” 95-96]. Wnikliwi odbiorcy potrafią wytropić w kucykowym świecie ślady transmisji kulturowych treści przeznaczonych dla starszej publiczności – na przykład kucykowe odpowiedniki postaci z filmu *Big Lebowski* [SPIDIvonMarder 37].

Członkowie fandomu MLP chętnie podkreślają swoją identyfikację z postaciami i historiami serialu (naddając bajkowym postaciom warstwę znaczeniową bliską wzorcom kulturowym, rolę odgrywaną zwyczajowo przez celebrytów czy idoli). Deklaratywnie artykułują szczerą radość z odbioru zawsze jednoznacznych treści, których nie można znaleźć w kręgu tradycyjnych męskich dyskursów kulturowych. Każdy odcinek serii kończy się swoistą puentą, przesłaniem wprost prezentowanym w liście do Księżniczki Celestii – władczyni Equestrii, w którym główne bohaterki niejako raportują, jaką naukę wyciągnęły z danego doświadczenia. Taka formuła zakończenia bliska konwencji bajki ezopowej pozwala łatwo przepracować młodemu widzowi refleksję odbiorczą. Społeczności *bronies* w przesłaniu „lekcji przyjaźni” bliski jest postulat walki z uprzedzeniami, z jakimi sami często muszą się mierzyć w życiu codziennym (w zakończeniu 19 odcinka pierwszego sezonu pojawia się znamieny komentarz głównej bohaterki: „Just because some pony is ladylike doesn’t make her weak”⁸ [“A Dog and Pony Show” 00:21:05]). Jak podkreśla Licari-Guillaume, „wychowawcza” wykładnia serii MLP tkwi przede wszystkim w kwestionowaniu wszelkich szablonowych wyobrażeń związanych z płcią (bohaterki serii MLP zdecydowanie wyróżniają się na tle innych produkcji animowanych „swoją męskością” – uwielbiają sport i współzawodnictwo, bez wahania stają do walki) [6-7]. Jaki jest stosunek fandomu MLP do feministycznych przesłań serialu? Jego członkowie patrzą na pojęcie „braterstwa” i „siostrzeństwa” w podobny sposób – jako na doświadczenie jedności i bliskości z drugą osobą, nie jako braterstwo krwi czy broni, lecz raczej solidarności i wsparcia. *Bronies* w formowaniu autentycznych relacji bliskości dostrzegają nowe perspektywy budowania wzajemności jako pewnej normy społecznej. Na marginesie tych rozważań warto

8 To, że jakiś kucyk zachowuje się jak dama, nie oznacza, że jest słaby.

odnieć się do tekstu Marii Patrice Amon, w którym badaczka pochyła się nad fenomenem *military bronies* (wojskowi *bronies*)⁹. W modelu zbiorowości opartej na tradycyjnych normach-nakazach zjawisko obecności fanów kucyków w kręgach wojskowych stanowi prawdziwe społeczne i poznawcze wyzwanie. Amon jednak wyraźnie podkreśla, że *bronies* środowisk wojskowych nie odrzucają całkowicie obowiązujących figuracji męskości, raczej dążą do poszerzenia pola rozumienia tego pojęcia, kwestionując niektóre z oczekiwań wobec postaw uważanych za męskie. Zatem w przełamywaniu stereotypów związanych z płcią chodzi im raczej o przestrzeń dla działań, które można utożsamiać z męskością. Chcą móc doświadczać owej „niemęskiej” niewinności w rozmowach o przyjaźni, uczuciach, w dzieleniu się emocjami [Amon 98-102]. Zastanawia amerykański charakter tego zjawiska prowadzący do bardziej kompleksowego pytania o narodową formę reprezentacji danej społeczności fanowskiej. Badacze wskazują na możliwość komunikacji fandomu ponad geograficznymi podziałami w kwestii transmisji treści kulturowych [Siuda; *Fandom dla początkujących. Część I*]. Natomiast wydaje się, że spojrzenie na fenomen *bronies* jako jednorodny, zborny i ponadnarodowy zjawisko byłoby znacznym uproszczeniem (ocenę tego oglądu powinna determinować jednak perspektywa geokulturowa z uwzględnieniem lokalnych narracji tożsamościowych).

Na tle innych fandomów fanów MLP wyróżnia dążenie do spotkań na żywo, poza wirtualną rzeczywistością. *Bronies* dużą wagę przywiązują do wspólnych aktywności (prac, aukcji charytatywnych), działań w obrębie swojej społeczności, osuwając w ten sposób przestrzeń do odkrywania własnej tożsamości, budując chętniej relacje w bardziej przyjaznym środowisku niż to, w którym żyją na co dzień. Bycie *brony* w niektórych przypadkach równoważy poczucie wyobcowania, braku wspólnotowości, przynależności do społeczeństwa, a tym samym niekompletności tożsamości, przejawy aktywności fanowskiej (na różnych polach) niewątpliwie stanowią emocjonalną gratyfikację. Porzucenie ironicznej i zdystansowanej postawy wobec rzeczywistości (negacja cynizmu w doświadczeniu komunikacyjnym), nacisk na ekspresję uczuciową w narracji, estyma prostoty przekazu i traktowanej z pełną powagą swoistej ckliwości zbliża ich do praktyk „nowej szczeroci” (*New Sincerity*). Społeczność fanów MLP owe poszukiwania

9 „I’m constantly surprised by how many men love MLP, (even marines!) and it proves something I’ve always believed: that innocence is [in]finite. It’s not something that can ever go away despite what a person does or has done” (Ciągłe się dziwię, jak wielu mężczyzn kocha MLP [nawet piechota morska!]. I dowodzi to czegoś, w co wierzę od zawsze: że niewinność jest [nie]skończona. To nie jest coś, co może po prostu komuś przejść, niezależnie od tego, co dana osoba robi teraz lub robiła kiedyś” – komentuje na swoim profilu Tabitha St. Germain („głos” Rarity oraz Księżniczki Luny) [St. Germain].

(nie tak oczywistego) kodu męskości przekuwa w gest afirmatywny [Miller 334-337]. Poczucie zaś szczerości przekazu, wrażenie autentyczności wzmocnione są w produkcji filmowej samym sposobem kreacji postaci bajkowych bohaterów – w serialu nie ma kucyka, który byłby nieskazitelny. Większość z nich ma wiele zalet, ale i niejedną wadę, co jest nieodłącznym rysem każdej formy egzystencji.

Wielorakość profili tematycznych stron internetowych tworzonych przez i dla fanów zgrupowania czy serwisów społecznościowych skupiających grono odbiorców MLP nakierowuje uwagę badawczą na dodatkowe konteksty interpretacyjne. Uwypukla również różnorodność funkcji pełnionych przez tę internetową przestrzeń – od roli informacyjnej dotyczącej aktywności fandomu i wymiany wiadomości na temat kolejnych sezonów serialu (serwis Equestria Daily), dalej forum dyskusyjnego (MLP Forums), galerii sztuki fanowskiej (DeviantART), archiwum twórczości literackiej członków (FiMFiction.net), wreszcie ekspozycji umożliwiającej ekspresję treści o charakterze erotycznym i pornograficznym utrzymanej głównie w konwencji *furries* (Derpibooru; Equestria After Dark) [Bajor 262-265; Bailey and Harvey 327-329; Mullis 88-93]¹⁰. Zaskakiwać może również obecność dyskursu dotyczącego entuzjastów MLP w tak różnych obszarach naukowych dociekań i kręgach akademickich: od stosunku do feministycznych przesłań serialu [Click et al; Fletcher], poprzez egalitarność kulturowego przekazu¹¹, psychologiczny aspekt relacji wewnątrz społeczności fanowskiej [Gilbert], zagadnienie identyfikacji z postaciami i wykładnią bajki [Kosnać], performatywność płci [Valiente and Rasmusson], aż po temat refiguracji męskości eksponowany w polemice społecznej [Jones], a nawet sposób wykorzystywania, angażowania sztuki fanowskiej do promowania chrześcijańskiej filozofii i ewangelizacji [Cromel]. Łączy te dociekania wspólna perspektywa – w centrum tej refleksji znajduje się *brony* widziany jako jednostka, jego doświadczenia, jego przeżycia jako fana i jako twórcy nowych treści kulturowych programowo związanych ze wspólnotą fandomu. Dokumenty poświęcone fandomowi [*Bronies: The Extremely; A Brony Tale*] poruszają jeszcze jeden interesujący temat: postaci ojców *bronies*, ich drogi do zrozumienia potrzeb swoich synów (wewnętrzny przymus angażowania się w działania fandomu, będącego wyrazem pasji do animowanej historii o kucykach). Ich ewolucja myślowa od odrzucenia do stopniowej akceptacji wyborów dziecka jawi się jako swoista determinanta nowego modelu ojcostwa opartego na bezwarunkowej miłości – bez względu na własne przekonania, status społeczny czy znane im wzorce wychowania.

10 Interdyscyplinarne badania dotyczące społeczności fandomu *furry* (entuzjastów postaci antropomorfizowanych zwierząt) prowadzi zespół Furscience [“What’s a Furry?”; Gerbasi et al.].

11 Na temat marginalizacji roli kobiet w fandomie MLP zob. [Palmer]. Natomiast ogląd tego zjawiska z perspektywy fanki (nieidentyfikującej się z *bronies*) – zob. [Connelly].

Czego można doświadczyć po obejrzeniu dziewięciu sezonów historii z krainy Equestrii? *Bronies* mają na to pytanie jedną odpowiedź: po prostu jest „O jakieś 20% fajniej”¹². Trudno w recepcji opowieści z krainy kucyków o jakąkolwiek nadinterpretację – wykładnią serialu jest wyjątkowo przejrzysta tytułowa formuła – „magii przyjaźni”, hasło promujące znaczenie i wagę siostrzeństwa, wzajemnego szacunku, solidarności, unikania oceniania się nawzajem, otwartości na różnorodność, wreszcie poczucia wspólnotowości. Subtelna zaś forma prześmiewania takich nietolerancyjnych postaw w duchu psychologii pozytywnej wyrażanej dość specyficznym stylem poczucia humoru zdecydowanie odpowiada stylowi samoekspresji i autokreacji *bronies*. Manifestowanie sprzeciwu wobec utartych stereotypów w obrębie działań fandomu przejawia się twórczo w procesie szerzenia kultury remiksu (w internetowych memach, dystrybuowanych głównie za pośrednictwem takich portali jak 4chan lub Reddit, fanartach, fanowskiej twórczości literackiej czy muzycznej entuzjastów MLP).

12 Słowa jednej z głównych bohaterek – Rainbow Dash, które stały się swoistym sloganem entuzjastów MLP, na trwałe wchodząc do słownika *bronyspeak* (mowy *bronies*).

Lista prac cytowanych

- A Brony Tale*. Directed by Brent Hodge. Hodgee Films, 2014.
- “A Dog and Pony Show”. *Little Pony: Friendship Is Magic*. Directed by Jayson Thiessen et al., season 1, episode 19, Hasbro Studios, 2010.
- Amon, Maria Patrice. “Candy Coloured Ponies and Pastel Uniforms: Military Bronies and Masculine Innocence”. *Journal of Fandom Studies*, vol. 4, no. 1, 2016, pp. 89-104.
- Bailey, John, and Brenna Harvey. “‘That Pony Is Real Sexy’: My Little Pony Fans, Sexual Abjection, and the Politics of Masculinity Online”. *Sexualities*, vol. 22, no. 3, 2019, pp. 325-342.
- Bajor, Jan. “Erotyka i pornografia w fandomie internetowym: przypadek społeczności »My Little Pony«”.
- Media i Społeczeństwo*, vol. 17, 2017, pp. 257-274.
- Bly, Robert. *Żelazny Jan. Rzecz o mężczyźnach*. Translated by Jacek Tittenbrum, Dom Wydawniczy „Rebis”, 1993.
- Bronies: The Extremely Unexpected Adult Fans of My Little Pony*. Directed by Laurent Malaquais. BronyDoc, Inc, 2012.
- Cataluccio, Francesco M. *Niedojrzałość. Choroba naszych czasów*. Translated by Stanisław Kasprzysiak, Wydawnictwo Znak, 2006.
- Click, Melissa A., et al. “Twi-dudes and Twi-guys: How Twilight’s Male Fans Interpret and Engage with a Feminized Text”. *Men and Masculinities*, vol. 19, no. 3, 2016, pp. 219-239.

- Connelly, Sherilyn. *Ponyville Confidential. The History and Culture of My Little Pony, 1981-2016*. McFarland and Company, 2016.
- Crome, Andrew. "Reconsidering Religion and Fandom: Christian Fan Works in the My Little Pony Fandom". *Culture and Religion*, vol. 14, no. 4, 2014, pp. 399-418.
- Edwards, Patrick, et al. *Meet the Bronies. The Psychology of the Adult "My Little Pony" Fandom*. McFarland and Company, 2019.
- Fletcher, Kevin. "My Little Pony, Communalism and Feminist Politics". *Orienting Feminism*, edited by Catherine Dale, et al., Palgrave Macmillan, 2018, pp. 25-42.
- Gąsowska, Lidia. *Fan fiction. Nowe formy opowieści*. Korporacja Ha!art, 2015.
- Gerbasi, Kathleen, et al. "Furries from A to Z (Anthropomorphism to Zoomorphism)". *Society and Animals*, vol. 16, no. 3, 2008, pp. 197-222.
- Gilbert, Anne. "What We Talk About When We Talk About Bronies". *Transformative Works and Culture*, vol. 20, 2015; <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/666/549>.
- Górski, Jarosław. *Męska rzecz*. Wydawnictwo Szkolne PWN, 2011.
- Hautakangas, Mikko. "It's OK to Be Joyful? My Little Pony and Brony Masculinity". *The Journal of Popular Television*, vol. 3, no. 1, 2015, pp. 111-118.
- Jones, Bethan. "My Little Pony, Tolerance Is Magic: Gender Policing and Brony Anti-fandom". *The Journal of Popular Television*, vol. 3, no. 1, 2015, pp. 119-125.
- Kaczmarczyk-Gwóźdź, Bożena. *Wśród lalek, misiów i smartfonów. Od zabawek tradycyjnych do gadżetów kultury popularnej*. Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, 2021.
- Kirkland, Ewan. "Contextualizing the Bronies: Cult, Quality, Subculture and the Contradictions of Contemporary Fandom". *The Journal of Popular Television*, vol. 8, no. 1, 2020, pp. 87-104.
- . "My Little Pony: A Transcultural Phenomenon". *The Journal of Popular Television*, vol. 3, no. 1, 2015, pp. 93-97.
- Kobus, Aldona. *Fandom. Fanowskie modele odbioru*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2018.
- Kosnać, Pavol. "The Development of Spirituality in the Brony Community". *Fiction, Invention and Hyper-reality. From Popular Culture to Religion*, edited by Carole M. Cusac, et. al., Routledge, 2016, pp. 79-99.
- Licari-Guillaume, Isabelle. "Expect the Unexpected: »My Little Pony: Friendship Is Magic« and the Creation of a Double Audience". *Transatlantica*, vol. 2, 2019; <https://journals.openedition.org/transatlantica/14963>.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata. *Fandom dla początkujących. Część I. Społeczeństwo i wiedza*. Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, 2017.
- . *Fandom dla początkujących. Część II. Tożsamość i twórczość*. Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, 2018.
- Miller, Samuel. "Rebooting Ponies and Men: Discordant Masculinity and the

- Brony Fandom”. *The Journal of Men’s Studies*, vol. 26, no. 3, 2018, pp. 327-345.
- Mullis, Justin. “All the Pretty Little Ponies’: Bronies, Desire, and Cuteness”. *The Retro-futurism of Cuteness*, edited by Jen Boyle, et. al., Punctum Books, 2017, pp. 87-110.
- Palmer, Zachary D. “I Don’t Like to Separate Myself by Gender’: How Women Navigate Hybrid Masculinities in the Brony Community”. *Journal of Gender Studies*, vol. 30, 2021.
- Robertson, Venetia Laura Delano. “Of Ponies and Men: »My Little Pony: Friendship Is Magic« and the Brony Fandom”. *International Journal of Cultural Studies*, vol. 17, no. 1, 2014, pp. 21-37.
- Siuda, Piotr. *Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*. Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 2012.
- SPIDIvonMarder. “Co gryzie Spidiego von M.? Czyli bóle fandomu”. *Brohoof*, vol. 2, 2014, pp. 33-38, <https://issuu.com/brohoof/docs/21>.
- St. Germain, Tabitha. “Go Ahead - Make My Day... Some Beloved Fans Wrote”. *Tabitha St. Germain*, <http://www.tabithastgermain.com/make-my-day.html>.
- Sutkowska, Agata. “Kozioł ofiarny w fursuitcie. Hierarchia w fandomach na przykładzie furry”. *Literatura Ludowa. Journal of Folklore and Popular Culture*, vol. 65, no. 2, 2021, pp. 35-51.
- The Brony Study Research Team. “Early Study Results”. *Brony Study Research*, <https://sites.google.com/view/bronystudyresearch/past-results/wave-one-2012-2015/early-study-results>.
- Valiente, Christian, and Xenon Rasmusson. “Bucking the Stereotypes: My Little Pony and Challenges to Traditional Gender Roles”. *Journal of Psychological Issues in Organizational Culture*, vol. 5, no. 4, 2015, pp. 88-97.
- “What’s a Furry?”. *Furscience*, <https://furscience.com/whats-a-furry/>.

Abstract

Anna Reglińska-Jemioł

On the Cross-cultural Phenomenon of the series *My Little Pony: Friendship is Magic* (bronies and refigurations of masculinity)

The animated series *My Little Pony: Friendship is Magic* has become a cultural phenomenon since its creation in 2010. The cartoon relatively quickly gained a considerable fan base (primarily bronies – mostly young men eager to demonstrate their fascination with the series' themes). It becomes legitimate to consider the phenomenon of the series in a broader (transcultural) context, especially the search for a (not so obvious) code of refiguration of masculinity and the increasingly important strategy of post-ironic cultural communication, which triggers a sincere emotional commitment in the viewers of the series. Bronies manifest a new way of constructing the concept of masculinity, far from the culturally recognized traditional norm. This text aims to organize the issues relating to the phenomenon of bronies and proposes to view it through the prism of the practices of New Sincerity as one of the trends having a significant impact on the image of contemporary popular culture.

keywords: bronies, refigurations of masculinity, *My Little Pony*, New Sincerity, fandom