

Piotr Siuda

WPŁYW INTERNETU NA ROZWÓJ FANDOMÓW, CZYLI O TYM JAK ELEKTRONICZNA SIEĆ ROZWIJA I POPULARYZUJE SPOŁECZNOŚCI FANÓW

Fandomy to społeczności fanów różnorodnych zjawisk z kręgu kultury popularnej. Ich naturę trafnie opisuje Wiesław Godzic w książce *Rozumieć telewizję*¹. Skupieni w fandomach fani to grupa odbiorców tekstów medialnych niezwykle zaangażowana w proces odbioru. Po pierwsze, mają oni ogromną wiedzę na temat ulubionego produktu, wielokrotnie go odczytują, obcuja z nim nie raz czy dwa, ale wręcz kilkadziesiąt, jeśli nie więcej. Po drugie, fan jest idealnym konsumentem, starającym się zakupić wszystko lub prawie wszystko, co z danym produktem jest związane. Po trzecie, fan poprzez wtórną produkcję dąży do intensyfikacji swojej przyjemności wynikającej z kontaktu z danym tekstem – jest nie tylko konsumentem, ale i twórcą tekstów opartych na oryginale.

Współcześnie istnieje bardzo wiele fandomów – najbardziej popularne zjawiska medialne skupiają wielu fanów rozproszonych po całym świecie. Spotkać możemy wielbicieli różnych filmów (*Gwiezdne Wojny*), seriali telewizyjnych (*Star Trek*, *Przyjaciele*, *Lost*), książek, komiksów, reality show i wielu innych zjawisk popkultury. Fani tych i innych tekstów nigdy nie występują w izolacji – uczestnictwo w fandomie jest w oczywisty sposób aktywnością grupową. Wielbiele spotykają się na zlotach, tzw. konwentach, wymieniają amatorsko tworzonymi gazetami (*fanzinami*), produkują teksty oparte na oryginale, aby „pochwalić się” nimi przed innymi entuzjastami. Kultura fanowska to kultura oparta na aktywnej partycypacji i współdziałaniu, co doskonale wykazała w swoim studium fenomenu *Star Trek* Agata Jałyńska, podkreślając, że uczestnictwo w fandomie opiera się na „poczuciu wspólnoty doświadczeń z innymi oglądającymi”². Uczestnicząc w społeczności, fani czują się częścią ogólnowsiatowej rodziny. Odbierając i konsumując wytwory kultury popularnej, doświadczają

pewnej świadomości *my*, a także tworzą całości, wspólnoty w sensie realnym, czyli po prostu fandomy.

Niezwyczajnie istotnym narzędziem wykorzystywanym przez społeczności fanów jest Internet. Zaistnienie tego medium oraz aktywne jego wykorzystanie przez fanów znacząco odmieniło oblicze fandomów. Przede wszystkim przyczyniło się do ich rozwoju, popularyzacji oraz wzrostu liczebności członków. Zaznaczyć należy, że u swego zarania społeczności fanowskie nie obfitowały w zbyt wielu wielbicieli. Patrząc na historię fandomów, stwierdzić należy, że pionierami ich rozwoju byli amerykańscy fani fantastyki naukowej – to oni stanowili jeden z pierwszych fandomów. Społeczność ta zaczęła nabierać wyrazistości w latach 30. XX wieku. Jednym z jej organizatorów był Hugo Gernsback, pisarz w popularnym magazynie science fiction. Gernsback zachęcał czytelników tego pisma do nadsyłania do redakcji listów komentujących zamieszczane tam treści. Fani nie tylko komentowali, ale zaczęli się wymieniać adresami, które Gernsback publikował. Wkrótce entuzjaści zaczęli pisać listy do siebie nawzajem lub jeśli mieszkali dostatecznie blisko siebie, spotykali się osobiście. W 1934 roku Gernsback zorganizował korespondencyjny klub fanów nazwany *Science Fiction League*³.

Praktycznie w każdej nowo powstającej społeczności fanowskiej – czy to na przykład powstałym w latach 60. fandomie *Star Trek*, czy w latach 70. *Star Wars*, fani komunikowali się korespondencyjnie. Ważną rolę w organizacji odgrywały konwenty, o których fani dowiadывali się drogą listowną od innych fanów lub z magazynów, które tworzyli, a które również rozsyłane były drogą pocztową. Chodzi tu o *fanziny*, czyli amatorskie gazetki traktujące o przedmiocie uwielbienia danej grupy, wydawane w mniej lub bardziej profesjonalny sposób. Te amatorskie publikacje spopularyzował wśród fanów Russ Chauvenet, który wprowadził je do amerykańskiego fandomu science fiction. Dla wielu społeczności były one sposobem wymiany listów, sposobem dyskusji znacznie oddalonych od siebie ludzi. Niektóre składały się wyłącznie z listów i były dla fanów czymś, co umożliwiło prowadzenie dyskusji w podobny sposób, w jaki dzisiaj umożliwiają to fora internetowe i listy e-mailowe⁴. Fandomy sprzed epoki Internetu nazwać można zatem specyficznymi społecznościami korespondencji. Specyficznymi – bo grupującymi ludzi o wspólnych zainteresowaniach jakimś zjawiskiem popkulturowym. Rozproszeni terytorialnie członkowie społeczności

fanów stanowili mniejszość w generalnej populacji. Fandomy składały się z ludzi mieszkających w różnych miastach, porozumiewających się drogą pocztową i od czasu do czasu spotykających się na zlotach. O ile nawet powstawały jakieś kluby lokalne, w danym mieście czy rejonie, to zazwyczaj składały się one z niewielkiej liczby członków.

Przed zaistnieniem Internetu fandomy były przestrzennie rozbite, a komunikacja pomiędzy oddalonymi od siebie członkami fandomów była znacznie utrudniona. Opierała się na wysyłaniu listów i amatorsko tworzonych gazetkach. Chociaż istniało bardzo wielu fanów poszczególnych produktów popkulturowych, to jednak znalezienie osób dzielących zainteresowanie którymś z nich, a przez to stanie się członkiem fandomu, było zwykle trudne. Na przeszkodzie stały dwie główne bariery: bariera czasu i bariera przestrzeni. Znalezienie oddalonych od siebie fanów tych samych zjawisk było niezwykle czasochłonne. Z tych właśnie powodów fandomy były zjawiskiem słabiej niż dzisiaj zorganizowanym i rozwiniętym.

Opisaną powyżej sytuację zmienił właśnie Internet. Elektroniczna sieć i rozwijana za jej pomocą komunikacja CMC (komunikacja przez komputer) znacząco zmieniły charakter ludzkiej komunikacji w ogóle. Czas i przestrzeń przestały być jakkolwiek przeszkodą w kontaktach ludzkich, które zostały, rzecz można, odterytorializowane. Podobnie stało się z fandomami, których członkowie, przenosząc się do cyberprzestrzeni, mogli porozumiewać się coraz lepiej. Powstały społeczności wirtualne fanów, które zniosły w znacznym stopniu bariery czasu i przestrzeni, będące wcześniej dużą przeszkodą w popularyzacji i rozwoju fandomów. Dzięki społecznościom tym, każdy zainteresowany danym gatunkiem czy produktem może znaleźć ogromną liczbę wirtualnych miejsc, w których może się z nim zetknąć. Internet umożliwia łatwą komunikację między fanami, jest forum wymiany poglądów, ułatwia zdobywanie informacji.

Społeczności wirtualne fanów z całą pewnością przyczyniają się do rozwoju fandomów, szczególnie jeśli weźmiemy pod uwagę, że uznać je możemy za pełnoprawne społeczności ludzkie. Ich pełnoprawność wynika z tego, że są źródłem życia towarzyskiego, wsparcia, informacji, poczucia przynależności i tożsamości społecznej. Na popularyzację i rozwój fandomów pozytywnie wpływa również to, iż społeczności sieciowe stymulują pozainternetowe relacje między fanami.

Często zdarza się, że relacje zawiązane przez sieć przenoszą się poza Internet, co czyni go narzędziem budowania więzi istniejących w realu. Dzieje się tak również w wypadku wirtualnych społeczności fanów.

Te ostatnie bardzo często zawiązują się wokół nieoficjalnych stron *www* danego gatunku czy produktu. Obok oficjalnych stron internetowych, tworzonych zwykle przez producentów, wiele seriali, filmów czy książek ma również witryny nieoficjalne, tworzone właśnie przez fanów. Strony takie zawierają zwykle różnorakie informacje o danym tekście, ale również czaty czy fora internetowe. Te ostatnie bardzo często, poza tym że znajdują się w obrębie jakichś stron fanowskich, powstają na oddzielnie do tego celu stworzonych witrynach. Fora są niezwykle istotnym elementem, dzięki któremu powstają fanowskie społeczności wirtualne. Umożliwiają one członkom fandomu wypowiadanie się na jakikolwiek interesujący ich temat, komunikację z innymi członkami, pozyskiwanie wiadomości i informacji dotyczących ich fandomu jak i przedmiotu ich uwielbienia. Zarówno strony *www* jak i fora internetowe są również miejscem, w którym fani dzielą się z innymi wielbicielami amatorską twórczością związaną z przedmiotem ich uwielbienia oraz dzięki którym nawiązują znajomości, które potem przenoszą się do realu.

Aby wykazać, w jaki sposób Internet wpływa na rozwój i popularyzację społeczności fanów, zbadałem 17 wirtualnych wspólnot fanowskich. W badaniu posłużyłem się metodami kwestionariuszy internetowych. Badanie ankietowe to nic innego jak wywiad pisemny, czyli skierowana do respondentów ankietą. Dzięki ankiecie można szybko przebadać nawet liczną zbiorowość, rozprawdając odpowiednią ilość kwestionariuszy, które następnie są wypełniane bez udziału badacza. Moją rolą było opracowanie ankiety, wybór osób, do których ma być ona skierowana, rozprawdzenie oraz zebranie wypełnionych kwestionariuszy. Zaznaczyć trzeba, że metodą ankietową posłużyłem się w Internecie, co mocno wpływa na specyfikę tego rodzaju badania.

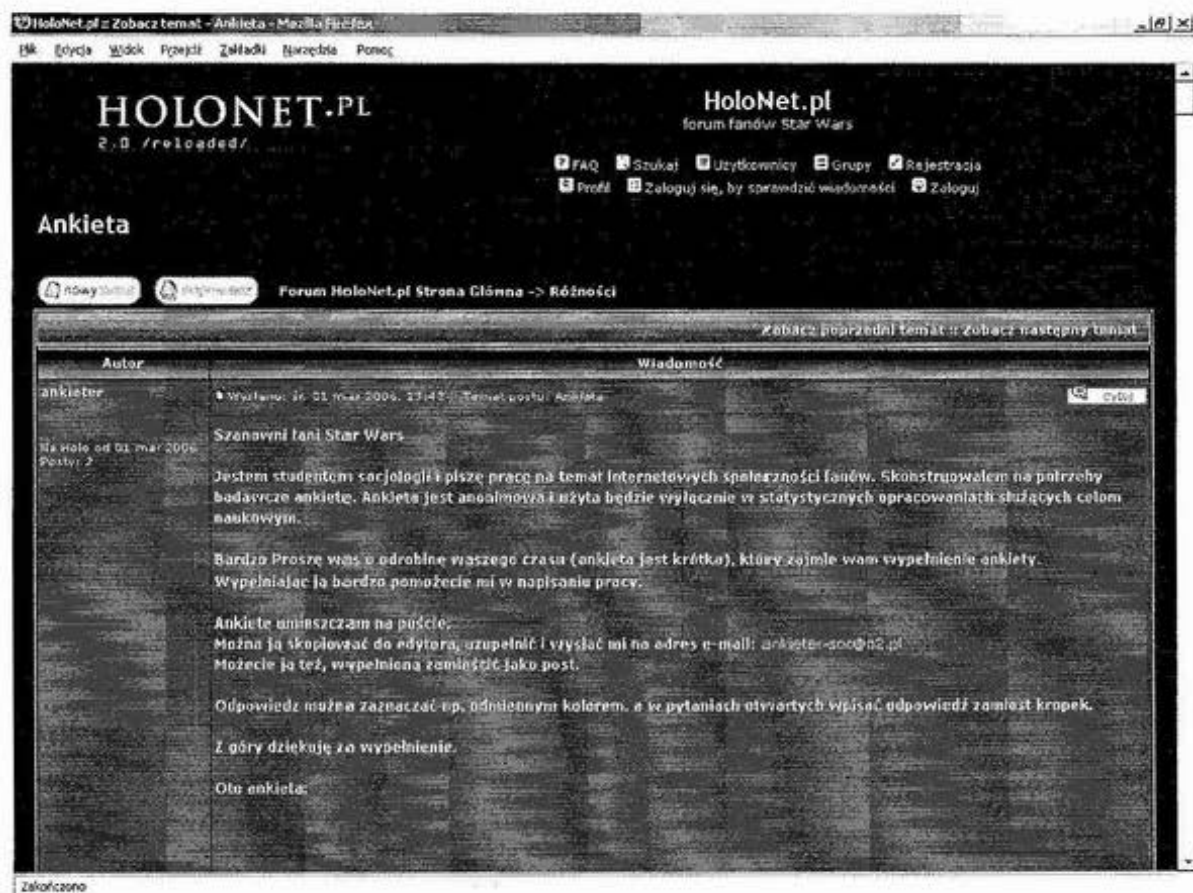
W elektronicznej sieci dystrybucja kwestionariuszy, z technicznego punktu widzenia, może przyjmować bardzo różne postaci. Mogą one być umieszczane i pobierane z różnych stron. Mogą również być rozsyłane pocztą elektroniczną z wykorzystaniem baz adresowych (na przykład związanych z wybraną listą dyskusyjną czy portalem lub wortalem). Jeszcze do niedawna dominowały kwestionariusze wysyłane pocztą, lecz wraz ze wzrostem popularności

www, użycie kwestionariuszy opartych na języku HTML znacznie wzrosło i tego rodzaju kwestionariusze zaczynają dzisiaj dominować⁵. Jest to związane z tym, że ankiety zaprojektowane w języku HTML zwiększają współczynnik wypełnionych ankiet, ponieważ język ten umożliwia stworzenie takiego kwestionariusza, który będzie dla respondenta łatwy do odczytania i zrozumienia, jak również atrakcyjny pod względem układu i szaty graficznej. Należy jednak ograniczyć zamieszczanie w kwestionariuszu skomplikowanych grafik, zdjęć, gdyż jak wykazują badania, o wiele skuteczniejsze w docieraniu do respondenta są kwestionariusze prostsze. Jest to związane z tym, że ładują się one zdecydowanie szybciej niż te wyrafinowane pod względem graficznym⁶. Kwestionariusze *on line* mogą się różnić metodą prezentacji. W jednych pytania są wyświetlane ekran po ekranie – respondent nie ma zatem możliwości zobaczenia całego kwestionariusza przed jego wypełnieniem i aby ujrzeć kolejne pytanie, musi najpierw odpowiedzieć na to aktualnie znajdujące się na ekranie. Inne kwestionariusze umożliwiają przewijanie poziome i pionowe, co pozwala zobaczyć respondentom całą ankietę przed jej wypełnieniem⁷. Zamieszczane w sieci kwestionariusze mają wiele zalet w porównaniu do realizowanych w sposób tradycyjny. Przede wszystkim są niezwykle tanie, o wiele tańsze niż przeprowadzane w realu. Poza tym zdecydowanie oszczędzają czas, bowiem internauci w miarę szybko na nie odpowiadają, a sam badacz nie musi się nawet ruszać sprzed komputera. Do zalet należy również zaliczyć to, że łatwiej jest w Internecie upominać respondentów, przypominać im o konieczności wypełnienia ankiety⁸.

Przeprowadzone przeze mnie badanie polegało na podwójnym umieszczeniu kwestionariusza na internetowych forach fanów *Star Treka*, *Gwiezdnych Wojen*, *Harry'ego Pottera*, J.R.R. Tolkiena, fantastyki, mangi, Stephena Kinga, a także forum serialu *Friends* oraz komiksu *Thorgal*. Na początku na każdym z wymienionych for pod pseudonimem Ankieter, na jednym z działów utworzyłem temat „Ankieta”. We wpisie umieściłem ankietę wraz z poprzedzającą ją prośbą o wypełnienie. Starałem się odpowiednio zmotywować respondentów oraz podałem sposób zwrotu ankiety. Korzystając z możliwości, jakie daje ankiet realizowana drogą internetową, po dwóch tygodniach postanowiłem przypomnieć się na każdym z 17 badanych for. Postanowiłem również dodatkowo zmotywować członków społeczności, którzy jeszcze nie wypełnili ankiety. Zamieściłem

kolejnego posta, w którym dziękowałem wszystkim, którzy wypełnili ankietę i informowałem, że wszyscy ci, którzy tego nie zrobili, mogą to uczynić, wypełniając ankietę stworzoną w języku HTML i umieszczoną na oddzielnej stronie. W poście umieszczałem odnośnik do tej strony i informowałem, że ankietę jest w pełni *zautomatyzowana* i bardzo wygodna. Po około dwóch tygodniach, kiedy zanotowałem spadek zbieranych odpowiedzi, badanie zakończyłem.

Obydwa rodzaje zamieszczonych przeze mnie ankiet respondenci mogli zobaczyć od razu w całości. Aby lepiej zmotywować respondentów, zdecydowałem się na dwustopniowe umieszczanie ankiet na forach. Druga ankietę stworzona była w języku HTML bez użycia zbędnych grafik, w związku z tym ładowała się szybko. Okres realizacji badań obejmował jeden miesiąc – marzec 2006 roku. W ciągu tego miesiąca zebrałem 57 wypełnionych ankiet.



Ilustracja 1. Przykład ankiety umieszczonej w poście (fragment) – forum fanów „Star Wars” – *HoloNet.pl*.

Ankieta - wpływ Internetu na kształtowanie Edycja Wydruk Przejść Złóżki Inne narzędzia Pomoc

Szanowni Państwo

Jestem studentem V roku socjologii Uniwersytetu Gdańskiego i przeprowadzam wśród Internautów - fanów różnych zjawisk z dziedziny kultury popularnej, badanie socjologiczne na temat wpływu Internetu na kształtowanie i zmianę charakteru ludzkich społeczności. Badanie jest anonimowe, tj. odpowiedzi na pytania ankiety są objęte całkowitą tajemnicą i będą wykorzystane wyłącznie do celów naukowych. Uprzejmie proszę o udzielenie szczerych i wyczerpujących odpowiedzi.

1. Czy ma Pan(i) jakiś jeden ulubiony film, serial, książkę, autora lub inne zjawisko, którego jest Pan(i) fanem (chodzi tu o coś co lubi Pan(i) najbardziej)?
Jeśli tak proszę podać co to jest: _____
2. Czy ma Pan(i) innych fanów tego zjawiska? Chodzi tu o znajomości "on-line" - w Internecie, jak również "off-line" - poza Internetem (proszę zamaczyć właściwą odpowiedź).
☐ tak
☐ nie --> proszę zakończyć wypełnianie ankiety
3. Których znajomości jest więcej (proszę zamaczyć właściwą odpowiedź)?
☐ tych w Internecie
☐ mniej więcej tyle samo
☐ tych poza internetem --> pomiń pytanie 4
☐ trudno powiedzieć --> pomiń pytanie 4
4. Dlaczego Pana(i) zdaniem tak się dzieje? Co jest tego przyczyną? _____
5. Czy razem z innymi fanami jest Pan(i) współtwórcą jakiejś strony internetowej? Nie chodzi tu o proces technicznego jej tworzenia, lecz po prostu "uczestnictwo" w takiej stronie (czatowanie, dyskusje na forum itp.) (proszę zamaczyć właściwą odpowiedź).
☐ tak
☐ nie --> proszę pominąć pytania od 6 do 16 i przejść do pytania 17

Zakończono

Ilustracja 2. Ankieta skonstruowana w języku HTML (fragment).

Opisując przeprowadzone przeze mnie badania ankietowe warto zaznaczyć, że realizowana w ten sposób ankieta ma pewną wadę związaną z reprezentatywnością próby. Badacz realizujący tego typu badanie ma ograniczony wpływ na charakter próby, na jakiej badanie jest realizowane. Chodzi o to, że po umieszczeniu kwestionariusza na stronie, w żaden sposób nie można kontrolować, do których spośród członków społeczności ankieta dotrze, którzy członkowie ją wypełnią. Poza tym Internet to miejsce publiczne i dlatego umieszczane w nim kwestionariusze mogą docierać do ludzi, dla których nie są przeznaczone. Zdarzyć się może, że przypadkowo lub złośliwie wypełnić mogą kwestionariusz osoby, które go wypełniać nie powinny, w tym wypadku ktoś spoza badanej społeczności. Może się również zdarzyć, że jedna osoba wypełni kwestionariusz kilkakrotnie⁹. W związku z tym świadomy jestem tego, że badanie moje oparte było na próbie nieprobabilistycznej i dlatego miałem ograniczoną kontrolę nad jej reprezentatywnością. Świadomy jestem również tego, że powinienem za-

chować ostrożność w uogólnianiu wniosków z przeprowadzonego przeze mnie badania.

Mimo że badanie oparte było na próbie nieprobabilistycznej, warto scharakteryzować ją ze względu na zmienne metryczkowe. W ankiecie wyróżniłem trzy takie zmienne – płeć, wiek oraz wykształcenie. Pierwsze, co rzuca się w oczy przy analizowaniu zebranego materiału badawczego jest to, że osoby badane cechują się młodym wiekiem. Najmłodszy respondent miał 14 lat, najstarszy 28. Wiek respondentów może wynikać z tego, że to głównie osoby młode entuzjastycznie interesują się różnymi zjawiskami z dziedziny kultury popularnej. Młody wiek nie jest w żadnym razie regułą wśród społeczności wirtualnych, gdyż w zależności od swojego charakteru, różne społeczności wirtualne grupują ludzi w różnym wieku. Jeśli chodzi o płeć, ankietę wypełniły 22 kobiety i 35 mężczyzn. Wśród respondentów znajdowało się 24 legitymujących się wykształceniem podstawowym, 23 ze średnim i 10 z wyższym.

Przeprowadzone przeze mnie badania pokazują ogromną rolę Internetu w rozwoju społeczności fanów. Mimo iż badania mają charakter nieprobabilistyczny, warto przytoczyć liczby, które dadzą pewien ogląd sytuacji. W ankiecie znalazło się pytanie mające zbadać, czy dany fan jakiegoś tekstu ma więcej znajomych, innych fanów tego samego tekstu, w Internecie czy może przeważają znajomości z realu. Zdecydowana większość osób odpowiedziała, że więcej znajomości wśród fanów ma w Internecie.

Tabela 1. Znajomości wśród innych fanów

Rodzaj znajomości, które przeważają	Liczba osób, które udzieliły danej odpowiedzi	Procent osób, które udzieliły danej odpowiedzi
te w Internecie	39	69%
jest ich mniej więcej tyle samo	10	18%
te poza Internetem	6	10%
trudno powiedzieć	2	3%

Osoby, które odpowiedziały, że zdecydowanie więcej znajomości wśród innych fanów mają w Internecie, zapytane dlaczego, ich zdaniem, tak się dzieje, odpowiadały najczęściej, że w najbliższym otoczeniu trudno jest spotkać kogoś interesującego

się tym samym zjawiskiem. Dla przykładu Crusia (kobieta, lat 19), fanka literatury grozy (głównie Stephena Kinga) napisała, że „literatura grozy nie jest zbyt popularna i z tego powodu wśród przypadkowych znajomych (tj. ludzi, których spotykam w szkole etc.) mało jest takich, którzy podzielają moje zainteresowania. W Internecie, za sprawą for, poznawanie innych fanów grozy jest łatwiejsze”. Generalnie tego typu poglądy przeważały. Powszechne były wypowiedzi, że dzięki Internetowi poznać można wiele osób interesujących się tym samym zjawiskiem, podczas gdy w realu tylko kilka lub w ogóle. Bardzo wielu ludzi napisało, że to właśnie tylko dzięki elektronicznej sieci poznać mogą innych fanów, gdyż są oni bardzo rozbici terytorialnie. Co więcej, w paru ankietach pojawił się pogląd, że Internet to środek komunikacji, dzięki któremu fandom w ogóle może istnieć.

Znaleźć można było także wypowiedzi świadczące o tym, że znajomości internetowych jest więcej ze względu na brak czasu na spotkania na żywo. Przykładowo Zarathos (mężczyzna, lat 28) z Trekowej Strony Startowej, komentując przewagę swoich internetowych znajomości wśród innych fanów, pisze: „nie mam wiele czasu na wyjazdy i spotkania z fanami z innych miast”. Jak twierdzi inny fan – Baca (mężczyzna, lat 21), przyczyną przeważającej liczby znajomości w Internecie jest nakierunkowanie stron internetowych. Baca na forum fanów Gwiezdných Wojen – HoloNet napisał, że „nakierunkowanie poszczególnych witryn, for etc. powoduje, iż o wiele łatwiej natrafić na nich (z samej ich definicji i istoty) na osoby o podobnych zainteresowaniach. Znajomi z miasta, uczelni to zazwyczaj laicy w dziedzinach, które mnie interesują”.

W podobnym duchu wypowiadało się bardzo wiele osób. Oto niektóre odpowiedzi na pytanie, dlaczego internetowych znajomości jest więcej:

Fakt, iż łatwiej znaleźć fanów danego zjawiska wśród całej społeczności, aniżeli szukać ich jedynie wśród znajomych i bliskiego otoczenia. Także internet umożliwia lepszy (nieraz stały) kontakt za pomocą różnych for bądź komunikatorów (T’R – mężczyzna, lat 18).

W moim regionie stosunkowo ciężko jest znaleźć osoby zainteresowane „Władcą Pierścieni”, oprócz tego korzystanie z internetu pozwala na dołączenie do ogólnokrajowych, a nawet ogólnoswiatowych grup fanów danego zjawiska (mężczyzna, lat 15).

Hmm, może dlatego że trudno jest znaleźć w swoim otoczeniu (pod blokiem, na osiedlu, w mieście/wiosce) człowieka o takich samych upodobaniach tzn.

przecież nie będę chodził i pytał nieznajomych czy są fanami fantasy. A na internecie wystarczy wpisać Fantasa, albo forum ... (tu podać nazwę autora książki fantasy) czy po prostu tytuł książki (Hatcher – mężczyzna, lat 17).

Internet sprzyja odnalezieniu się fanów i ich dalszym kontaktom bez względu na rozrzut terenowy poszczególnych fanów. Nie ma nas aż tylu, by z łatwością, przypadkiem spotkać się na ulicy jakiegoś miasta, a co dopiero gdy niektórzy z nas (tak jak ja) mieszkają w małym miasteczku, gdzie nie ma nikogo zainteresowanego tym samym „zjawiskiem”. Dzięki internetowi możemy spotykać się nawet codziennie (kobieta, lat 26).

Przeprowadzone przeze mnie badania wykazały, że Internet pełni w wypadku społeczności fanów ogromną rolę. Bardzo często umożliwia on w ogóle istnienie danych fandomów. Gdyby nie funkcjonujące w Internecie wirtualne społeczności fanów, ludzie o podobnych zainteresowaniach nie mieliby okazji w ogóle się kontaktować. W związku z tym, to za pomocą Internetu fandomy rozwijają się i popularyzują. Z poglądem tym zgadza się wielu fanów, co widać w ich odpowiedziach na pytanie o przyszłość społeczności fanowskich. Niektóre z tych odpowiedzi przedstawiam w dalszej części pracy.

Wcześniej wspomniałem już o tym, że społeczności wirtualne fanów przyczyniają się do rozwoju fandomów z tego względu, że uznać je możemy za pełnoprawne społeczności ludzkie. Zachęcająca do partycypacji oraz podejmowania różnorodnych aktywności pełnoprawność wynika z tego, że społeczności te stają się źródłem życia towarzyskiego, wsparcia, informacji, poczucia przynależności i tożsamości społecznej.

Fandomy w Internecie są, po pierwsze, źródłem życia towarzyskiego. Wynika to przede wszystkim z tego, że to dzięki nim spotkać można osoby o podobnych zainteresowaniach. Co ciekawe jednak, członkowie społeczności nie ograniczają się tylko do swoich fascynacji. Niemal wszystkie analizowane przeze mnie fora internetowe umożliwiały rozmowę nie tylko na tematy związane z ulubionym tekstem, ale też na inne, takie jak chociażby polityka, nauka, kultura. Nawet jeśli fora nie miały wyodrębnionych działów o takiej tematyce, to zawsze znajdował się na nich, *offtopic* umożliwiający dyskusję na tematy niezwiązane z danym serialem, książką czy filmem. Zwykle to właśnie *offtopic* był jednym z najpopularniejszych działów. Społeczności wirtualne fanów są zatem miejscem spotkań ludzi, gdzie można porozmawiać z kimś na różnorodne tematy, pogłębić

swoje życie towarzyskie. Zapytani o to, jaką rolę pełni dana strona w ich życiu, respondenci często to potwierdzali. Keira (kobieta, lat 19) z forum o twórczości J.R.R. Tolkiena napisała, że ta strona jest „miejscem odpoczynku, odreagowania. Poza tym korzystając z okazji publikuję tam swoje teksty, piszę z przyjaciółmi opowiadania. A przede wszystkim poznałam tam grupę świetnych ludzi z całej Polski”. Inna osoba – Feadin (kobieta, lat 18), napisała tak: „Wypowiem się raczej na temat www.elendili.pl bo to tamtej strony czuję się częścią. Jaką pełni rolę? Pomaga mi poznać nowych ludzi, przeczytać różne ciekawe artykuły i podyskutować na temat tego co lubię”.

Fani znajdują w społecznościach wirtualnych szczególnego rodzaju wsparcie – wsparcie wyspecjalizowane. Wynika ono przede wszystkim z podobnych zainteresowań członków, z tego, że w Internecie fani znajdują inne osoby interesujące się tym, co oni. Fan danego tekstu, wchodząc w kontakty z innymi jego fanami, zyskuje wsparcie w postaci utwierdzenia się, że jego pasja nie jest czymś dziwnym i dzielają ją także inni ludzie. Tak właśnie odpowiedziało paru respondentów, którzy wypełnili przygotowany przeze mnie kwestionariusz.

Część z nich podkreślała ponadto jeden z ważnych aspektów wsparcia, jakim jest to, że uczestnictwo w społeczności wirtualnej jest dla nich sposobem na zdobycie informacji o przedmiocie ich uwielbienia. Rzeczywiście, jeśli przyjrzeć się stronom internetowym, to są one często kompendiami wiedzy na temat danego produktu kultury popularnej. Kilkadziesiąt działów, ogromna ilość tematów i wypowiedzi to rzecz niemal powszechna na większych stronach czy forach. O tym, że społeczności są ważnym źródłem informacji, pisało wielu respondentów. Oto dwie odpowiedzi na pytanie o rolę strony w życiu fanów, będące tego przykładem:

Internet odgrywa ogromną rolę w życiu każdego fana. Dzięki niemu codziennie łączy się z innymi fanami i może wymieniać się opiniami na temat danego zagadnienia. Dowiaduje się o nowościach dotyczących interesującej go dziedziny (greedo_85 – mężczyzna, lat 21)>

Jest źródłem wielu informacji na temat mojego zainteresowania, mogę porozmawiać i wymienić się poglądami z innymi fanami oraz po prostu rozerwać (kobieta, lat 22).

Na podstawie powyższych rozważań stwierdzić można, że społeczności wirtualne fanów są doskonałym sposobem wzbogacenia sieci kontaktów i rozwi-

jania tej części portfeli życia towarzyskiego, które wynikają z chęci kontaktów z innymi (i z chęci uzyskania od nich wsparcia) ze względów rozrywkowych.

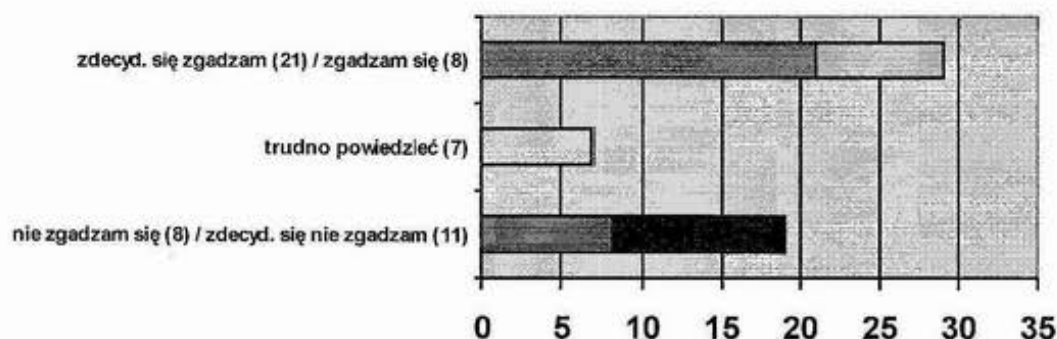
Ciekawą odpowiedź na pytanie o rolę strony w życiu fanów dała Keira (kobieta, lat 19) z forum wielbicieli twórczości J.R.R. Tolkiena. Keira odpowiedziała: „tworzymy wspólnotę nie tylko ze względu na wiodące zainteresowania, ale także z powodu innych pasji, podobnych problemów. Wspieramy się”. Wypowiedź ta, obok istotnej roli wsparcia, jaką dają internetowe wspólnoty fanów, ukazuje także, że fani – członkowie danego fandomu, często się z nim utożsamiają i czują, że do niego przynależą.

W kwestionariuszu umieściłem trzy pytania, które, według mnie, miały ukazać stopień poczucia przynależności i tożsamości członków fanowskich społeczności wirtualnych. Badanie jest nieprobabilistyczne, więc nie jest możliwe obliczanie współczynnika przynależności oraz wyciąganie z niego daleko idących wniosków nie warto jednak przytoczyć niektóre odpowiedzi, żeby uświadomić sobie, że wśród większości zbadanych osób, rzeczywiście takie poczucie przynależności istnieje. W wypadku trzech pytań, miał on do wyboru pięć możliwych odpowiedzi: *zdecydowanie się zgadzam, zgadzam się, trudno powiedzieć, nie zgadzam się, zdecydowanie się nie zgadzam*). Otrzymane wyniki obrazują zamieszczone poniżej wykresy 1, 2 i 3.

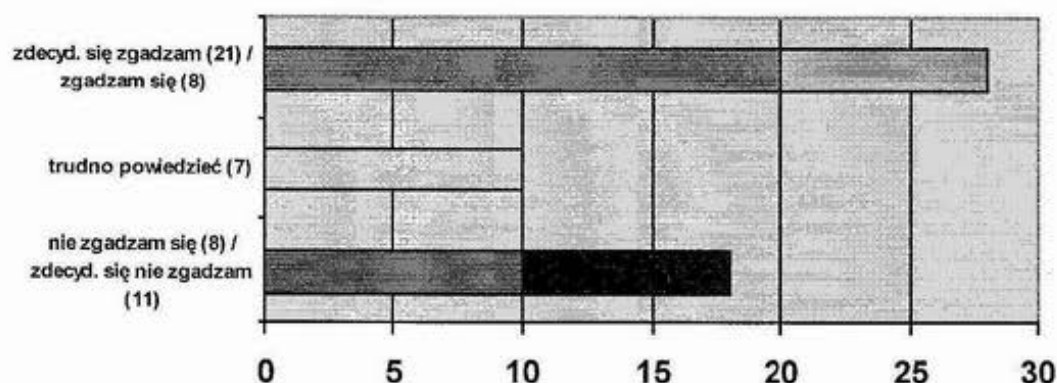
O ile dwa pierwsze pytania rzeczywiście wskazują, że poczucie przynależności w społecznościach wirtualnych istnieje, to w pytaniu o *niepowtarzalność* społeczności małe różnice między odpowiedziami *pozytywnymi* i *negatywnymi* mogą wynikać z tego, że często fani są członkami także innych społeczności (często o fanowskim charakterze). Zdałem sobie z tego sprawę wówczas, gdy w odpowiedziach na inne pytania, respondenci przyznawali się do *uczestnictwa* w kilku stronach.

Z całą pewnością jednak wśród fanów występuje poczucie tożsamości z innymi członkami oraz poczucie przynależności do społeczności wirtualnych. W przypadku fandomów w Internecie duże znaczenie wydaje się mieć to, że ich członkowie to specyficzni odbiorcy kultury popularnej. Są to osoby, które interesują się danym tekstem bardzo intensywnie. Co ważne, w danej społeczności wirtualnej fanów większość członków to właśnie takie osoby. Podstawą w budowaniu tożsamości i przynależności jest zatem podobieństwo członków w uwielbieniu danego produktu kultury popularnej.

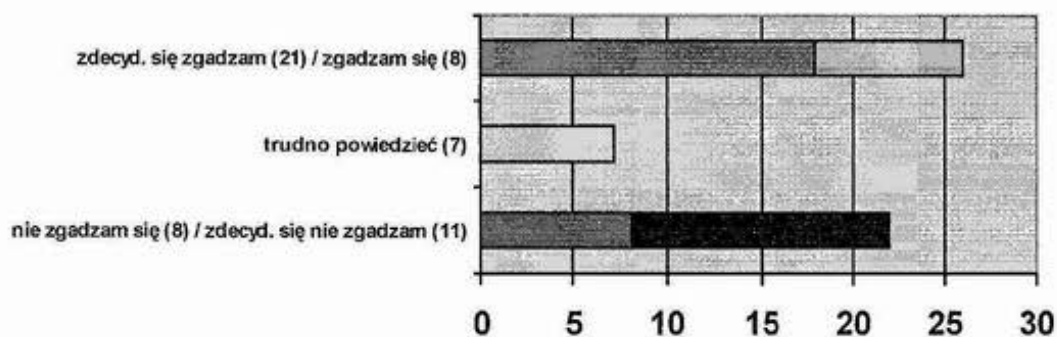
Wykres 1. Odpowiedzi na pytanie: Czy czuję, że razem z innymi osobami, które „uczestniczą” w stronie, tworzę coś w rodzaju społeczności?



Wykres 2. Odpowiedzi na pytanie: Czy uczestnictwo w stronie jest dla mnie ważne?



Wykres 3. Odpowiedzi na pytanie: Czy czuję, że grupa fanów, w której uczestniczę w Internecie, jest jedyna w swoim rodzaju, niepowtarzalna?



Fani na swoich stronach czy forach nierzadko zamieszczają fanart czyli amatorską twórczość w jakiś sposób wiążącą się z przedmiotem uwielbienia. W Internecie spotkać można różnego rodzaju fanart – opowiadania literackie, filmy,

rysunki, muzykę i inne. Fani dzielą się nimi, umieszczając je na różnych stronach www, forach czy grupach dyskusyjnych. Poprzez to znacznie wzmacniana jest wspólnotowość społeczności wirtualnych. Chodzi o to, że między tymi, którzy umieszczają jakieś teksty w Internecie, a ich odbiorcami zachodzi ciągła interakcja. Nadawcy zyskują publiczność, która z kolei często partycypuje aktywnie w tworzeniu utworów, na przykład komentuje je na forum, proponuje poprawki, wyraża o nich opinie, dopisuje ciąg dalszy. Fanart integruje ponadto członków społeczności wirtualnych z tego względu, że o ile nawet ktoś nie uczestniczy w procesie jego tworzenia, to samo zapoznawanie się z amatorskimi tekstami jest niezwykle przyjemne, co wzmacnia identyfikację fanów z przedmiotem uwielbienia, i co za tym idzie, z innymi fanami – członkami danej społeczności. Tworzenie fanart to również bardzo często aktywność grupowa, wymagająca zorganizowania się i kontaktów. Przykładowo część członków społeczności Trekowa Strona Startowa (fani Star Treka) zaangażowana jest w produkcję amatorskiego filmu. Wspólne przedsięwzięcie z całą pewnością integruje ich i rozwija poczucie przynależności do danej społeczności.

Myishi vel Madie (kobieta, lat 16) – jedna z osób, które odpowiedziały na ankietę, napisała: „Wydaje mi się, że wielu fanów książek czy gier spotyka się w Internecie, a dopiero potem (jeśli w ogóle) zaczynają spotykać się w realu. W Internecie łatwiej jest znaleźć dużo osób o podobnych zainteresowaniach”. Wypowiedź ta rzeczywiście oddaje to, co obserwować możemy w związku ze społecznościami wirtualnymi. Spaja je więc uformowana i trwająca nie tylko w cyberprzestrzeni, ale bardzo często również w realu. Dzieje się tak również w wypadku wirtualnych fandomów.

Internet także często jest narzędziem przedłużenia znajomości fanów z realu, niejako przeniesienia do cyberprzestrzeni więzi istniejących *off-line*. Jak stwierdziło 26 respondentów, najpierw zetknęli się oni z fanami ich ulubionego zjawiska w realu, a dopiero potem przenieśli te kontakty do Internetu. Z pewnością przyczyny tego były różne – mogło to być oddalenie fizyczne, konieczność komunikacji, chęć wspólnej organizacji jakiegoś przedsięwzięcia.

Społeczności wirtualne fanów nierzadko też inicjują powstanie więzi trwających w realu. Więzy, które powstały w cyberprzestrzeni, bardzo często znajdują swoją kontynuację w przestrzeni realnej. Jest to wyraźnie widoczne w analizowanych przeze mnie społecznościach wirtualnych. Na większości forów znajdują się odpo-

wiednie działały, na których można dowiedzieć się, kiedy organizowane są spotkania na żywo. Można również przeczytać sprawozdania z już odbytych spotkań. Pod względem częstości spotkań, ich organizacji oraz rozmachu prym zdają się obecnie wieść fani *Gwiezdnych Wojen*, *Star Treka* i Tolkiena. Generalnie to chyba właśnie fani fantastyki są pod tym względem najlepiej zorganizowani – przygotowywane są różnorakie konwenty, zjazdy i spotkania. Mimo tej organizacyjnej przewagi fanów wymienionych przeze mnie zjawisk, inni fani też mają ze sobą kontakt na żywo. 80% respondentów twierdząco odpowiedziało na pytanie, czy fani współtworzący stronę, w której oni uczestniczą, spotykają się także w realu.

Tabela 2 – Spotkania członków wirtualnych społeczności fanów w realu.

Czy obok spotkań w Internecie, fani współtworzący stronę, w której Pan(i) uczestniczy, spotykają się także w realu?	Liczba osób, które udzieliły danej odpowiedzi	Procent osób, które udzieliły danej odpowiedzi
tak	46	80%
nie	6	10%
nie wiem	5	10%

Spotkania takie mogą przybierać bardzo różnorodny charakter. Mogą to być spotkania w małym gronie, spotkania fanów z jednego miasta, województwa, ale też zjazdy fanów z całej Polski, czyli konwenty. W kwestionariuszu poprosiłem tych fanów, którzy odpowiedzieli twierdząco na pytanie o kontakty w realu, aby podali przykłady spotkań i krótko je opisali – jak często i gdzie się odbywają, jak zazwyczaj wyglądają. Oto niektóre z tych opisów:

Chociażby w Krakowie – nieformalna organizacja fanów „Star Trek” spotyka się, z uwagi na realizowany teraz projekt fanserialu, co tydzień w niedzielę, w klubie „Uwaga”. Zazwyczaj są to luźne spotkania towarzyskie, na których przedłużamy dyskusje na tematy poruszane na forach (startrek.pl i trek.pl), o problemach związanych ze światem „Star Trek”, naszych prywatnych sprawach, o życiu, technice, oraz oczywiście o kwestiach związanych z przygotowaniem do produkcji naszego fanserialu. Ta ostatnia część, zważywszy na potrzebę organizacji podlega pewnym „rygorom” – czynione są notatki, jest określona hierarchia działań. Przebieg spotkania zazwyczaj relacjonowany jest w raportach umieszczanych w odpowiednim dziale na forum trek.pl (Pah Wraith – mężczyzna, lat 23).

Ostatnio spotykamy się regularnie, raz w miesiącu. Umawiamy się na rynku w Poznaniu i wybieramy do jakiegoś lokalu. Tam omawiamy bieżące sprawy, nasze nadzieje na przyszłość, spostrzeżenia, niektórzy wypiją coś więcej. Ogólnie świetna zabawa. Nasz Wielkopolski fandom coraz bardziej się integruje. Robimy wspólne wypadki na spotkania innych fanów, np: do Wrocławia na Śląskie spotkania, mamy własne logo i pracujemy nad podstroną w tej witrynie, planujemy też produkcje naszych własnych, unikalnych koszulek (El_Rey – mężczyzna, lat 21).

Spotkania odbywają się bardzo spontanicznie, wystarczy hasło jednej osoby oraz ustalenie miejsca (najczęściej Kraków, Katowice, Wrocław, Poznań) a potem przez dwa tygodnie albo i dłużej można obserwować jak społeczność jest podekscytowana tym wydarzeniem i Ci, którzy mają blisko się zjeżdżają i wspólnie spędzają czas. Wbrew pozorom nie mówią o tym, o czym rozmawiają na forum, lecz o wszystkim innym. Czasem oczywiście zdarzają się bardziej zbiorowe zjazdy, żeby wszyscy Ci którzy chcą i mogą mogli się poznać (Feadin – kobieta, lat 18).

Do tej pory zorganizowaliśmy 6 oficjalnych zjazdów. Początkowo odbywały się w odstępach roku, a ostatnio nawet 1,5 miesiąca. Odbywają się w różnych częściach Polski, a wydają się tak, że się po prostu doskonale bawimy (więcej: http://stephenking.pl/serwis_redakcja_zjazdy.html). Poza tym spotykamy się przy różnych innych okazjach w mniejszym gronie (przypadkowe wizyty w danym miejscu, wyjazdy na koncerty, mecze) (Mando – mężczyzna, lat 27).

Wielkopolskie Spotkania Fanów Star Wars. Odbywają się one co miesiąc (w każdą drugą sobotę miesiąca). Plan spotkania to zazwyczaj rozmowy na aktualne tematy SW, oraz na tematy ogólne; czasem organizujemy jakąś grę powiązaną z SW (kalambury, kraje/miasta w wersji SW, familiada) (Burzol – mężczyzna, lat 19).

Warto wspomnieć o tym, że moje badanie przeprowadzone zostało tylko na polskich wirtualnych społecznościach fanów. Fandomy są w Polsce zjawiskiem nowym, jeśli porównać je do społeczności fanów na Zachodzie. Mimo że nie odbiegają od tych ostatnich charakterem, to jednak są gorzej od nich rozwinięte, słabiej zorganizowane i mniej liczne. Dotyczy to również polskich wirtualnych społeczności fanów, choć znaleźć ich można w Internecie całkiem sporą liczbę (małą jednak w porównaniu z Zachodem). Zauważyli to również respondenci w przeprowadzonych przeze mnie badaniach. Wskazali oni na różne tego przyczyny, głównie na gorszy w porównaniu z Zachodem dostęp do Internetu.

Innym wskazywanym w miarę często powodem jest mniejsza niż na Zachodzie popularność danego tekstu kultury popularnej. Oto trzy przykładowe odpowiedzi na prośbę o porównanie sytuacji polskich i zagranicznych fanów:

Wydaje mi się że nie ma dużych różnic. Jedyne to fakt, że za granicą Internet jest nieco dłużej, więc i możliwość tworzenia stron/forów dla fanów wystąpiła wcześniej. A po drugie w Polsce dostęp do Internetu wciąż nie jest najlepszy :/ (kobieta, lat 26).

Polscy fani mają gorszy dostęp do Internetu, nie wszyscy mają stały dostęp, wiele osób korzysta ze sporadycznych możliwości kiedy może skorzystać z Internetu (kobieta, lat 24).

W Polsce wpływ internetu jest większy niż na Zachodzie, gdyż tam fani tworzą zwarte społeczności, są blisko ze sobą związani, a u nas takiego typu kluby dopiero zaczynają powstawać (I. Thorne – mężczyzna, lat 24).

Na podsumowanie posłużyć mogą wypowiedzi respondentów na temat tego, jaka przyszłość czeka fandom w związku z wykorzystaniem przez niego elektronicznej sieci. Internauci mogli wyrazić swoje zdanie na ten temat, odpowiadając na jedno z zawartych w kwestionariuszu pytań. Oto przykładowe odpowiedzi na to pytanie:

Fandomy rosną w siłę. Na internetowych forach jest coraz więcej użytkowników i coraz więcej osób przegląda fanowskie strony www. Tworzonych będzie coraz więcej portali i stron. Środowisko fanowskie będzie się rozwijać w nieskończoność (greedo_85 – mężczyzna, lat 21).

Świetlana :). Internet na pewno nie ma negatywnego wpływu na środowiska fanów. Dzięki niemu mogą oni rozwijać swoje zainteresowania poprzez wymianę poglądów z innymi fanami. Dodatkowo wymaga to mniejszego zaangażowania niż wyjście z domu i poświęcenie dłuższego czasu na spotkanie. Oczywiście kontakt z człowiekiem na żywo nadal jest niezbędny, jednak w środowiskach fanowskich jest on łatwiejszy (Musley – mężczyzna, lat 20).

Będą się komunikowali poprzez łącze, spotkania „offline” będą okazjonalne, najczęściej przy okazji jakiegoś istotnego wydarzenia typu autor, czy ktoś tam inny ważny dla danego środowiska będzie w najbliższej okolicy (kobieta, lat 24).

Będzie coraz bardziej się rozwijać. Będą powstawać coraz większe fandomy, a ich działalność nie ograniczy się tylko do Internetu – będzie organizowane coraz więcej zjazdów, spotkań i konwentów (Burzol – mężczyzna, lat 19).

Sądzę, że zwiększy się międzynarodowy ruch fanowski, polscy fani bardziej zaangażują się w działalność stron zagranicznych. Poza tym fani stają się coraz częściej źródłem wiedzy na dany temat, potrafią pomóc.

Myszę, że Internet pozwoli na zorganizowanie spotkań fanowskich, w których będzie uczestniczyć coraz większa liczba osób (Keira – kobieta, lat 19)

Będzie to prawdopodobnie nasilenie się tendencji do tworzenia małych grup związanych jednym zainteresowaniem. Z pewnością w kwestii fanów nie dojdzie do powstawania jakichś masowych skupisk, bo z doświadczenia wiem, że dla fanów liczy się elitarność (Sajuuk – mężczyzna, lat 18)

Jak zatem widać, przeważały wypowiedzi o pozytywnym wpływie Internetu na społeczności fanów. Często powtarzał się pogląd, że fandomy będą się rozwijać, przybywać będzie ich członków, będą coraz lepiej zorganizowane.

Oczywiście nikt nie jest w stanie przewidzieć przyszłości. Jeśli jednak przyjrzeć się procesom zachodzącym obecnie, to stwierdzić należy, że respondenci rzeczywiście mają rację. W cyberprzestrzeni powstaje coraz więcej społeczności sieciowych, wraz z rozwojem Internetu może ich tam zaistnieć jeszcze więcej. Dotyczy to również wirtualnych społeczności fanów. Medialne fandomy z całą pewnością będą się z pomocą elektronicznej sieci dalej rozwijać i popularyzować.

Przypisy

¹ W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001, s. 183–185.

² A. Jałyńska, *Odlatując U.S.S. „Enterprise”, Star Trek – fenomen kulturowego odbioru przekazu audiowizualnego*, [w:] *Nowe Nawigacje. Współczesna kultura audiowizualna*, (red.) P. Kletowski, M. Wrona, Kraków 1999, s. 126.

³ Wikipedia. The Free Encyclopedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Science_fiction_fandom.

⁴ Tamże.

⁵ D. J. Solomon, *Conducting Web-Based Surveys*, <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=19>.

⁶ Tamże.

⁷ Tamże.

⁸ H. Gunn, *Web-based Surveys: Changing the survey Process*, http://www.firstmonday.org/issues/issue7_12/gunn/.

⁹ D. J. Solomon, dz.cyt.