

**Łukasz Kaszkowiak**

Uniwersytet Wrocławski

## Spółeczny świat polskich fanów fantastyki

**STRESZCZENIE** Artykuł jest próbą ujęcia zjawiska fanów fantastyki w ramy teorii socjologicznej. Autor wykorzystał perspektywę interakcjonistyczną, a zwłaszcza teorię światów społecznych Anselma Straussa. Społeczny świat fanów jest nazywany przez nich samych fandomem. Jego podstawowym działaniem jest zorganizowanie uczestników wokół przedmiotu fanostwa – szeroko pojętej fantastyki. Fandom dokonuje „identyfikacji” oraz „kategoryzacji” tego, co należy do przedmiotu fanostwa. Fan od zwyczajnego odbiorcy różni się tym, że poza incydentalnym doznaniem jakiegoś medium podejmuje wysiłek głębszego poznania, by odszukać interesujące go treści. W artykule dokonano analizy typologicznej fanów oraz poddano krótkiej analizie dwie ważne sfery ich działalności – konwenty oraz Internet.

### **SŁOWA KLUCZOWE**

FANI, FANDOM, FANOSTWO,  
SPOŁECZNE ŚWIATY  
FANÓW, PRZYNALEŻNOŚĆ

### **Wstęp**

Słowo „fan” jest skrótem słowa „fanatyk”. Prawdopodobnie zostało po raz pierwszy użyte w dziennikarstwie sportowym jako termin określający szczególnie zagorzałych kibiców (Siuda

2007: 143). Poza sportem fanami są nazywani również entuzjaści gatunków muzycznych, motocykli, rekonstrukcji historycznych, książek, komiksów, filmów i wielu innych dziedzin, zawsze wtedy, gdy zachodzi potrzeba oddzielenia przypadkowego odbiorcy od osoby zaangażowanej w dane zjawisko. Niniejszy artykuł dotyczy fanów fantastyki, ludzi interesujących się podobnymi obszarami twórczości medialnej, obejmującej literaturę, kino, komiks, różne rodzaje gier stołowych oraz elektronicznych; współpracujących na platformie wspólnych relacji zwanych fandomem, który formuje i ukierunkowuje działalność zorganizowanych w nim fanów, mającą na celu rozwijanie wspólnych zainteresowań na różnych polach. Można być fanem określonej dziedziny, jak na przykład gier komputerowych, ale i konkretnej pozycji; podobnie termin „fandom”, w zależności do kontekstu, będzie odnosił się do zbiorowości o różnym zasięgu. Nie jest on społecznością lokalną, subkulturą czy gangiem ani też wspólnotą wieku, wykształcenia czy zawodu (Porczyński 2014: 104–105). To zbiorowość wyrosła wokół wspólnych zainteresowań, do której przynależność zaczyna się i kończy na woli uczestników, a zatem, pytając o fandom, zawsze odnosimy się do podmiotowości jego członków. Jest on jednocześnie społecznym światem fanów; posiada miejsca, gdzie działanie może być realizowane, ale także technologię, która pozwala wykroić dla danego świata przestrzeń zarówno symboliczną, jak i fizyczną. W społecznym świecie mamy zwykle podział pracy – jedni zajmują się uzasadnianiem istnienia świata, inni poszukiwaniem nowych przestrzeni współpracy czy nauczaniem technicznych umiejętności (Konecki 2010: 24–25). Ponadto istotą fandomu jest organizowanie działań opartych na symbolach związanych z kulturą popularną (Porczyński 2014: 105), a zatem mają one charakter prosumencki – o ile zwyczajny konsument popkultury poprzestaje na biernym, incydentalnym odbiorze treści, prosument również ją przetwarza, tworzy i podejmuje wysiłek głębszego poznania (Siuda 2012: 18–19). Fan jest człowiekiem nieustannie dążącym do przeżywania na nowo obiektu zainteresowania.

Wielbiciel nie jest zwykłym kolekcjonerem, gdyż dla tego ostatniego liczy się fakt posiadania, nie czyni on niczego z elementami swojej kolekcji, lokuje je tylko w wyodrębnionym miejscu i podziwia. Miłośnik nigdy tak nie postępuje, lecz bawi się zbiorem w nieustannej grze tworzenia sensów – kolekcja staje się fragmentem codzienności, tak samo jak powietrze (Koralewska, Siuda 2014: 120).

W skali makro wpisuje się to przejście od wartości materialistycznych do postmaterialistycznych (Inglehart 2005). Fanowskie obiekty kultu nie są cenne ze względu na użyteczność i cenę, lecz mają wartość symboliczną. Przypadkowy widz obejrzy film z serii „Gwiezdne Wojny”, fan posiada całą kolekcję na nośnikach, ale również związane z tym uniwersum: książki, komiksy, zestaw figurek i pościel. Bycie fanem nie musi mieć zawsze tak komercyjnego wyrazu, bo to, czy można mówić o fanach i fandomie, zależy przede wszystkim od poczucia przynależności członków. Niemniej komercja i fanostwo to zjawiska mocno ze sobą związane i wzajemnie na siebie wpływające.

Tekst ma dwa cele – pokazać fanów jako społeczny świat oraz wyjaśnić, czym jest fandom. Wychodzę od ogólnych założeń koncepcji społecznych światów, wskazując na grunt, po jakim będę się poruszał. Następnie przedstawię definicję oraz krótką historię społeczności fanów, co pozwoli na określenie ram opisywanego zjawiska. Dalej zostanie opisane działanie podstawowe społecznego świata fanów, tzn. konwenty, kluby i Internet. Tekst zakończę krótkim opisem pozostałych aspektów fandomu w kontekście przyjętej teorii. W artykule skupię się na tym, co jest najistotniejsze dla zrozumienia i opisanego społecznego

świata fandomu. Odniosę się więc do takich aspektów, jak działanie podstawowe, legitymizacja, segmentacja, areny, a także miejsca fandomu w typologii światów społecznych.

### **Teorie społecznych światów**

Koncepcja społecznych światów może być wykorzystana do przedstawienia mozaikowej wizji współczesności. Jej punktem wyjścia są prace Anselma Straussa (2013), który jako jeden z pierwszych zauważył postępującą pluralizację społeczeństwa amerykańskiego. Procesualna perspektywa pozwala na opis dynamiki zbiorowości zogniskowanych wokół wspólnego działania.

Koncepcja społecznych światów to jedna z teorii, które zaistniały w obrębie interakcjonizmu symbolicznego. Ich wspólną cechą jest eksponowanie roli znaczenia w komunikacji oraz założenie o dyskursywnym charakterze rzeczywistości społecznej. Porządek jest więc wypracowywany, a przynajmniej odtwarzany, nie jest zaś obiektywnie istniejącą strukturą.

Herbert Blumer sformułował pięć podstawowych filarów-założeń opisujących komunikację pomiędzy członkami społeczeństwa: jaźń, czynność, interakcję społeczną, przedmiot oraz działania połączone (Blumer 2006). Dzięki jaźni istota ludzka jest refleksyjna, a zatem potrafi być przedmiotem sama dla siebie. Świadomie organizuje swoje działanie, tzn. nie jest ono tylko wypadkową wpływów zewnętrznych na jakąś pierwotną strukturę psychiczną. Ludzie komunikują się za pomocą symboli, które są konstruowane, interpretowane i przetwarzane przez innych uczestników sytuacji interakcyjnej. Kategorie społeczne, takie jak klasa, organizacja, pozycja, hierarchia, są o tyle prawdziwe, o ile odnoszą się do nich podczas projektowania działania.

Erving Goffman przesuwając środek ciężkości analizy w kierunku sytuacji interakcyjnej. Według niego człowiek zawsze stara się kontrolować wrażenie, jakie wywiera na innych osobach (Goffman 1981: 52). Z punktu widzenia poszczególnych uczestników „spotkania” (*encounter* – wprowadzony przez Goffmana stylistyczny zamiennik dla interakcji) można mówić o pozostałych osobach jako o widowni, publiczności, obserwatorach lub współuczestnikach. Jednostki nie działają oczywiście przypadkowo, lecz według „ról”, powszechnie przyjętych wzorców postępowania, zawartych w strukturze społecznej, a więc rola to „społeczna deklaracja praw i obowiązków przypisanych do danej pozycji społecznej” (Goffman 1981: 52). Trzeba jednak pamiętać, że rola społeczna sama w sobie obejmuje jedną lub kilka ról (w sensie parateatralnym), odgrywanych przed publicznością określonego rodzaju.

Świadoma działalność człowieka zostaje skanalizowana przez strukturę społeczną, nie jest więc ani całkowicie woluntarystyczna, ani zupełnie zdeterminowana (Manterys 2008: 48). Odgrywanie ról nie oznacza automatycznej replikacji struktury; nie jest nawet pochodną uzgodnień, lecz to aktor wypracowuje własną wizję tego, jak przedstawiają się możliwości strukturalne i co powinien z tym zrobić. Pomagają mu w tym inne osoby, które również pracują nad tym samym, wspólnie budując swoje przekonania na temat reguł rządzących społeczeństwem.

Ludzie nieustannie socjalizują siebie oraz innych za pomocą praktyk, którym Goffman nadał nazwy teatralne. Pojęcie „społeczeństwa” staje się tylko pewnym środkiem stylistycznym, nie zaś kategorią, która ma desygnat w świecie rzeczywistym. Jednocześnie klasyczne pojęcia, jak „socjalizacja pierwotna”, „kompetencja kulturowa”, „klasa”, „warstwa”, tracą swoją sztywność, stając się bardziej pewnymi wzorcami, do których aspirują, ale też które kreują jednostki.

Akceptując wywód Blumera, jak również wątki z prac jego następców, przedstawia wizję świata nie tyle procesualnego, ile nieustannie negocjowanego.

Znaczenia, w tym również przyznawane jednostkom statusy, będą pełniły rolę drogowskazu, dzięki nim człowiek potrafi zidentyfikować, kim jest dla innych i w jakich kategoriach postrzegać samego siebie. Ten symboliczny świat jest jednak uporządkowany – „(...) aktorzy muszą często przechodzić od jednej postawy statusu do innej w toku wzajemnych zależności (...) możemy określić tego rodzaju płynne spotkanie mianem «polistrukturowego». Bez względu na to, jakich terminów użyjemy, ważne jest, by dostrzec, że interakcja – w rozumieniu socjologicznym – «jest ustrukturuwana» (...)» (Glaser, Strauss 2006: 70).

Przechodzenie pomiędzy statusami nie zawsze odbywa się z własnej woli, np. niektóre organizacje, jak zakład pracy, mogą manipulować statusami, by zmienić rolę jednostki. Również na poziomie makrostrukturalnym symboliczna gra o statusy ma charakter kolektywny, a więc nie zależy wyłącznie od indywidualnych uczestników, ale rozkłada się na wszystkie osoby uczestniczące w grze, chociaż niekoniecznie w równy sposób.

Takie ujęcie znaczyłoby, że zjawiska makrostrukturalne muszą w jakiś sposób wynikać ze sfery mikro, z tego powodu Strauss wprowadza pojęcie społecznego świata, będącego dla jednostek organizatorem indywidualnych zobowiązań i głównym mechanizmem afiliacyjnym, poprzez który ludzie organizują życie zbiorowe (Strauss 2013: 23). To różnego rodzaju grupy społeczne, jednostki i organizacje, które uporządkowują określone typy działalności, posiadające swoiste kanały komunikacji, specjalne ideologie oraz legitymizacje dla swojego istnienia i działań (Konecki 2005: 17).

Zmiany dokonują się też pomiędzy światami społecznymi i wobec nich, ponieważ jednostka, aby realizować swoje potrzeby, należy równocześnie do różnych grup, które przenikają do jej świadomości i działań. Gra o statusy nigdy się nie kończy, tak więc i społeczne światy nie są raz na zawsze określone, lecz są tworam dynamicznymi. Uczestnicy społecznych światów świadomie projektują swoje „kariery” w celu podniesienia albo przynajmniej utrzymania posiadanego statusu.

Paul Cressey, twórca pojęcia „społeczny świat”, charakteryzował je na przykładzie szkół tańca, które dla swoich uczestników, nawet nieregularnych, stanowią odrębny społeczny świat, dysponujący unikalnym słownikiem, specyficznymi dla siebie działaniami, interesami oraz własną koncepcją tego, co jest znaczące w życiu (Cressey 1932: 31). Świat społeczny nie ma wyraźnych dla badacza ani też dla samych uczestników granic, wręcz przeciwnie, ich główna działalność przeplata się zazwyczaj z procesem ciągłego negocjowania własnego statusu, roli i granic własnych działań oraz nieustannego podejmowania wysiłku samookreślenia się (Słowińska 2010: 32). W tym miejscu należy podkreślić, że termin „społeczny świat” i jego implikacje nie posiadają charakteru rozstrzygającego czy wskazującego konkretny obiekt, lecz mają za zadanie uwrażliwić i ukierunkować badacza w odniesieniu do empirii (Kacperczyk 2010: IV).

Sensem i powodem istnienia społecznego świata jest działanie podstawowe, będące oczywiste dla wszystkich jego uczestników (Kacperczyk 2012: 42), którego granice wyznacza kraniec możliwości efektywnej komunikacji między członkami społecznego świata. Poza działaniem podstawowym to właśnie nieprzerwany dyskurs będzie konstytutywny dla społecznego świata. Ogniskuje się on na tzw. arenach. Pojęcie areny jest konstruktem teoretycznym odnoszącym się do dyskusji, jakie prowadzą uczestnicy społecznego świata wokół problemów dla nich kontrowersyjnych (Słowińska 2010: 30), tzw. punktów

granicznych. Arena konstryuuje świat społeczny, który istnieje dzięki niej i dla niej. Uczestnictwo w dyskursie pozwala odróżnić członka społeczności, czyli osobę znającą problematykę ujętą w punkcie granicznym za ważną dla niej samej, od osób niewchodzących w jej obręb. Inaczej mówiąc, ludzie są członkami świata społecznego ze względu na uczestnictwo w pewnych dyskusjach.

Procesy zachodzące wewnątrz społecznych światów są wynikiem kolektywnej i jednocześnie działalności jego uczestników. Można je podzielić na trzy typy (Słowińska 2010: 34): segmentację, przecinanie się światów oraz legitymizację.

Segmentacja polega na wewnętrznym różnicowaniu się świata społecznego. Jego części mogą zmierzać w odmiennych kierunkach ze względu na różne, niekoniecznie pozostające w konflikcie, interpretacje działania podstawowego. Subświat wyłania się wraz z ewolucją aren, budowaniem własnego rdzenia, aktywności i źródeł.

Nowe idee, innowacje technologiczne mogą spowodować arenę prowadzącą do podziału świata, kiedy dwa zespoły uczestników nie zgadzają się ze sobą w podstawowych zasadach i opiniach dotyczących podstawowego działania (Konecki 2010: 31).

Przecinanie to proces spotkania się światów i/lub subświatów społecznych. W jego trakcie dochodzi do wymiany informacji, poglądów, wartości, zasobów oraz ideologii między ich członkami. To dzięki temu zjawisku możemy mówić o społeczeństwie jako względnej całości – światy społeczne nie są odizolowane, ale same stanowią dla siebie kontekst oraz punkt odniesienia.

Legitymizacja ma dwie funkcje – społeczne uznanie społecznego świata oraz jego wewnętrzne usankcjonowanie. Członkowie budują przekonania, wartości, standardy i pewne teorie, kim są sami dla siebie, jakie znaczenia przypisują światu zewnętrznemu oraz czym dla niego są. Jest to proces nieprzerwany ze względu na niesynchroniczne przecinanie się wchodzących w jego skład światów; jednak wypracowane tymczasowo standardy pozwalają subświatom na względną strukturyzację.

Światy społeczne są konsekwencją negocjowanej natury rzeczywistości społecznej, która jest mozaiką składającą się ze wzajemnie powiązanych i wpływających na siebie elementów. Istnienie fandomu fantastycznego wpisuje się w szerszy kontekst postępującej fragmentaryzacji współczesnych społeczeństw (Marzec 2011: 3), wynikającej ze wzrostu znaczenia indywidualnie budowanej tożsamości. Postępująca emancypacja jednostki powoduje, że coraz trudniej patrzeć na społeczeństwo przez pryzmat stałych struktur. Klasy i warstwy przestały być twardymi determinantami, a stały się kontekstami dla podejmowanych indywidualnie działań. Jednostka, budując swoją tożsamość, dokonuje indywidualnych wyborów odnośnie do grup i zbiorowości, które będzie współtworzyć. Bycie fanem i uczestnictwo w fandomie to jeden z takich wyborów, związany z określonymi zainteresowaniami. Badania nad fanostwem pozwalają lepiej poznać nowoczesne, sfragmentyzowane społeczeństwa.

### **Fani fantastyki w kontekście teorii społecznych światów**

W niniejszym artykule zajmuję się fanami fantastyki. Ich fandom pojawia się w 1926 roku (Szurik 2010: 27–37), kiedy Hugo Gernsback, wydawca czasopisma „Amazing Stories”, zajmującego się publikującą opowiadań fantastycznych, podejmuje decyzję o udostępnieniu danych osób piszących do redakcji magazynu. W ten sposób miłośnicy mogli wzajemnie

komunikować się ze sobą, co niedługo potem zaowocowało powstaniem klubów korespondencyjnych, kół zainteresowań i fanzinów (amatorskie czasopisma). W 1939 roku zorganizowano pierwszy konwent *Worldcon*, podczas którego miłośnicy fantastyki brali udział w panelach dyskusyjnych, wykładach, konkursach, plebiscytach i spotkaniach autorskich. Impreza od 1945 roku jest organizowana rokrocznie.

Pierwszą próbę założenia w Polsce klubu fanów fantastyki datuje się na rok 1973 (Sedeńko 2013), przy okazji odbywającego się w Poznaniu Międzynarodowego Spotkania Pisarzy Twórców Literatury Fantastycznonaukowej. Wówczas ostatecznie nie doszło do jego powołania ze względu na obowiązujące przepisy odnośnie do zgromadzeń i stowarzyszeń. Udało się to dwa lata później, kiedy przy Socjalistycznym Związku Studentów Polskich powołano Ogólnopolski Klub Miłośników Fantastyki i Science Fiction, a w 1980 roku z jego struktur wyłoniono Polskie Stowarzyszenie Miłośników Fantastyki. Zmiana ustawy o stowarzyszeniach z 1980 roku umożliwiła powstanie pierwszych w pełni nienależnych klubów fantastyki. Dwa największe i wciąż funkcjonujące to Śląski Klub Fantastyki (1981) i Gdański Klub Fantastyki (1987). Fani zrzeszeni w lokalnych klubach prowadzili bardzo podobną działalność do swoich amerykańskich odpowiedników. Organizowano spotkania, tworzone fanziny, konwenty, jak również własny ruch wydawniczy (tzw. wydania klubowe były amatorskimi tłumaczeniami książek fantastycznych niedostępnych na oficjalnym rynku). W 1984 roku stworzono nagrodę fandomu, „Sfinks”, którą planowano przyznać na odbywającym się w następnym roku ogólnopolskim konwencie Polcon. Ze względu na śmierć pierwszego laureata jej nazwa została zmieniona w „Nagrodę Fandomu im. Janusza A. Zajdla”, funkcjonującą potocznie jako „Zajdel”. Obecnie w Polsce co roku organizuje się kilkadziesiąt konwentów fantastycznych, z czego najważniejsze to organizowane w różnych miejscach Polcon, poznański Pyrkon i przeznaczony dla członków klubów Nordcon. Jednocześnie wraz z rozwojem Internetu fandom nabrał nowego wymiaru w sieci.

Aktywność współczesnego fana można podzielić na odświętną (konwent) oraz codzienną (kluby i Internet). Obie te sfery przenikają się i razem tworzą wewnętrzną dynamikę fandomu.

Konwenty są imprezami przygotowanymi przez fanów dla fanów (Dzierżek 2006). Organizują je kluby fantastyki lub stowarzyszenia przy dużym zaangażowaniu wolontariuszy. Składające się na nie punkty programu są ujęte w bloki tematyczne. „Literatura” zawiera zatem spotkania z pisarzami, odczyty na temat najnowszych trendów literackich, konkursy; w „Grach Stołowych” organizowane są rozgrywki w gry planszowe, turnieje karciane itd. Przestrzeń konwentowa jest również zagospodarowana koncertami, przedstawieniami, pokazami i grami fabularno-terenowymi (LARP). Impreza trwa zwykle od jednego do trzech dni, zazwyczaj organizuje się ją w weekendy. Co miesiąc w Polsce odbywa się co najmniej jeden konwent, najwięcej jest ich w okresie wakacyjnym. Większość ma charakter lokalny, lecz kilka imprez, Polcon oraz te organizowane regularnie w największych miastach, ma zasięg ogólnopolski. Konwenty mogą liczyć od kilkudziesięciu do kilku tysięcy gości. Spotykają się na nich znajomi z Internetu, pisarze, tłumacze, a także służą nawiązywaniu nowych relacji. Wśród uczestników najliczniej reprezentowana jest młodzież w wieku licealnym oraz studenci ze względu na duży zasób wolnego czasu. Bardzo ważnym elementem kultury konwentowej jest równość, wyrażająca się w mówieniu do siebie, nawet do osób nieznanych, po imieniu lub używanie pseudonimu (zazwyczaj znajdują się one na rozdawanych przy wejściu identyfikatorach). Pewien wyjątek stanowią najbardziej znani pisarze, w stosunku do których obowiązują formy grzecznościowe pani/pan.

Konwent jest miejscem, gdzie fani tworzą przyjazną dla siebie przestrzeń, tzn. umożliwiającą swobodne rozwijanie swoich zainteresowań, a przede wszystkim mogą spotkać ludzi podobnych do siebie. Niektóre atrakcje, np. sesje *speed dating* (pol. szybkie randki) lub tymczasowe przedszkola dla dzieci fanów, mają charakter wyłącznie społecznościowy. Konwenty są synkretyczne jak samo fanostwo – im bardziej różnorodna oferta tematyczna, tym bardziej odpowiada różnorodnym preferencjom fanów i pozwala im na rozszerzanie swoich zainteresowań o nowe pola.

Sama przestrzeń imprezy ma zawsze charakter adaptowany, tzn. wykorzystuje się już zastaną przestrzeń zgodnie z wymogami imprezy. Konwenty są najczęściej organizowane w domach kultury oraz szkołach, rzadziej są to ośrodki wczasowe, spotkania plenerowe lub przestrzeń wystawiennicza. Scena w sali filmowej może być jednocześnie miejscem pokazów, jak i tymczasowym magazynem. Funkcja tego samego miejsca może w ciągu trwania imprezy zmienić się kilkakrotnie. Konwent może też „wyjść” poza budynek lub budynki, w których jest organizowany, fani mogą w różny sposób „przejąć” teren dookoła, np. trawniki lub skwery.

Druga część działalności fanów to sfera codzienna, sieć oraz kluby. W odróżnieniu od klasycznych mediów masowych, gdzie stosunkowo nieliczni twórcy tworzą treść dla bardzo dużej grupy odbiorców, sieć daje możliwość powstania gęstej sieci wielu twórców i przenikających się z nią małych, ale licznych kręgów odbiorców (Rettberg 2012: 78). Poza tym współczesny Internet jest medium alternatywnym, tzn. wykorzystuje lub modyfikuje przedmioty, praktyki i ustalenia społeczne służące do komunikacji w celu zakwestionowania lub zmiany dominujących, powszechnie przyjętych sposobów kreowania życia społecznego, kulturalnego oraz politycznego (Lievrouw 2012: 224).

Internet wraz z oprogramowaniem komputerowym zaciera granice pomiędzy tradycyjnymi rolami, ponieważ technologia sama w sobie jest formą przekazu.

Przez połączenie (zarówno na poziomie metadyskursywnym, jak i na poziomie koncepcji badanego przedmiotu) trzech różnych dziedzin: tego, co organiczne, techniczne oraz tekstualne, zostają ostatecznie zniesione granice oddzielające często dotychczas przeciwstawne sobie typy kultur (Filipiak 2005: 51).

Tradycyjnie przyjęte role krytyka, twórcy i odbiorcy powstały w czasach innego rodzaju przekazu i możliwości produkcyjnych, gdy te uległy zmianie, a wraz z nimi musiały ewoluować związane z nią role społeczne. Technologia niejako zachęca do prosumpcji.

O znaczeniu Internetu dla tej zbiorowości stanowi fakt, że konwent – święto i czas realnego spotkania fanów – nie jest oderwany od niego. Przykładowo, konwent Polcon 2014 posiadał jednocześnie stronę, zawierającą podstawowe informacje o imprezie, jak i profil na portalu Facebook, gdzie relacjonowano przebieg konwentu, a przy okazji stanowił on przestrzeń dla dyskusji.

Jeżeli więc tożsamość fana i jego spojrzenie na przedmiot fanostwa przez większość czasu rozwija się w rzeczywistości wirtualnej, to można ostrożnie przyjąć, że konwentowe wydarzenia, zwłaszcza prelekcje, będą syntezą tego, co dzieje się na co dzień w sieci. Zanim fan pojedzie na konwent, za pomocą Internetu zorientuje się w dyskusjach toczonych w społeczności fanów. Bez znaczenia, czy nawiąże kontakt, czy będzie się tylko przyglądał dyskursowi, pozwoli mu to jednak spojrzeć inaczej na swój przedmiot zainteresowania i stanie się to w odniesieniu do kategorii wypracowywanych przez fanów w sieci. Zrobi to



tym bardziej, jeżeli przygotowuje się do prelekcji, a często jedynym źródłem informacji o zainteresowaniach fandomu są przygotowywane przezeń miejsca w sieci.

Obecnie Stowarzyszenie Fandom Polski zrzesza największe i najstarsze kluby w Polsce, w tym Śląski Klub Fantastyki oraz Gdański Klub Fantastyki. Poza nimi istnieją mniejsze, lokalne i najczęściej nieformalne (niezarejestrowane) zrzeszenia fanów o różnej specjalizacji. Rola klubów, jako siły przewodniej fandomu, zdaje się zmieniać ze względu na zanik ich podstawowej funkcji, czyli możliwości poznania innych fanów, którą przejął Internet. Według badania „Fantastyczni 2012” (Krawczyk 2014: 197–202), przeprowadzonego w 2011 roku jednocześnie na konwencie Pyrkon oraz w sieci, 28% uczestników konwentów należało lub należy do klubu, a w przypadku internautów – 23%. Wynika z tego, że mniej więcej jedna czwarta obecnych fanów miała związek z klubami. Nie oznacza to, że pozostałą część zagospodarowuje Internet. Uczestnictwo w klubie nie musi wykluczać się z uczestnictwem w sieci, nie jest to alternatywa, lecz inny wymiar działalności fanów.

Z badania „Fantastyczni 2012” można wyprowadzić hipotezę, że istnieje związek między byciem członkiem klubu a jeżdżeniem na konwenty i aktywnością prosumpcyjną. Prosumpcji dotyczyło dwanaście pytań. Dla obu badań jedno pytanie nie odzwierciedlało powyższej reguły. W przypadku Pyrkonu pytano o recenzowanie lub poprawianie fan-fiction – 7% członków klubów odpowiedziało twierdząco, a 12% pozostałych. Dla internautów niezgodność dotyczyła samego pisania fan-fiction – kolejno 9% i 11%. Związek Widać natomiast na przykładzie pytania: „Moderowałeś/aś forum lub serwis internetowy o tematyce fantastycznej?” – twierdząco odpowiedziało 26% należących do klubów respondentów zapytanych o to na Pyrkonie i 15% osób nienależących do klubów. W przypadku badania internetowego było odpowiednio 22% i 9%. Podobne zależności obserwujemy w związku z pytaniem o prowadzenie własnej strony lub bloga – twierdząco odpowiedziało 16% uczestników konwentu zrzeszonych w klubach oraz 14% pozostałych uczestników Pyrkonu. Wśród osób odpowiadających w Internecie wartości te wynosiły 18% i 10%.

Badanie „Fantastyczni 2012” sugeruje związek między działalnością klubową i aktywnością prosumpcyjną, lecz nie odpowiada na wszystkie pytania. Przede wszystkim nie możemy ocenić siły związku tych dwóch czynników. Nie mając wglądu w dane pierwotne, trudno oszacować granicę pomiędzy biernym odbiorem a kontynuowaną na co dzień przynależnością uczestniczącą. Należałoby lepiej się przyjrzeć fanom jeżdżącym na konwenty i nieuczestniczącym w nich, podzielić ich na podkategorie „członek klubu” i „nieczłonek” i dopiero wtedy sprawdzić, czy są pomiędzy nimi jakieś różnice. To wymaga jednak dodatkowych badań.

Warto też wspomnieć, że rozwój fandomu spowodował pojawienie się nowej gałęzi rynku, która zaspokaja potrzeby fanów i kieruje nimi. Produkowane dla nich przedmioty są opisane przez pewien kod symboliczny, który jest atrakcyjny i rozumiały wyłącznie dla fanów. Takim produktem może być odpowiednio dostosowany przedmiot codziennego użytku, np. kubek z nadrukiem lub mebel, jak i rzecz oferująca wyłącznie swoje znaczenie symboliczne – figurki, plakaty itp. Przedmioty dla fanów są droższe niż ich odpowiedniki w zwykłych sklepach, ponieważ główną składową ceny jest marka. Poza tym tego rodzaju rzeczy najczęściej są produkowane w krótkich seriach, żeby nabrały charakteru kolekcjonerskiego, co dodatkowo podwyższa ich koszt.

Istnienie takich komercyjnych zjawisk na obrzeżach fandomu pokazuje, jak ważne dla bycia fanem jest przetwarzanie i kolekcjonowanie znaczeń.



## Zakończenie

Podsumowując, należy stwierdzić, że fandom w przedstawionym powyżej rozumieniu jest społecznym światem, a fani są jego aktorami. Jest to świat typu wspólnotowego (Słowińska 2010: 27), tzn., że jego członkowie skupiają się na zakładaniu i utrzymywaniu wspólnot angażujących się w realizowanie wspólnych celów. Ich działaniem podstawowym jest fanostwo, tzn. taki rodzaj zbiorowych działań, które pozwolą im na wielopoziomowe doświadczanie obiektu zainteresowania. Odbywa się to nie tylko poprzez zwiększanie wiedzy na jego temat, konsumpcję oraz prosumpcję, ale przede wszystkim poprzez możliwość zbiorowych przeżyć emocjonalnych związanych z tematem fanostwa. W przypadku opisywanej zbiorowości fanostwo dotyczy fantastyki. Odnosi się ona nie tylko do pewnej tematyki literackiej czy filmowej, ale jest całą kategorią konsumencką, obejmującą książki, filmy, serialne telewizyjne, komiksy, gry karciane, gry stołowe, gry fabularne, gry komputerowe, a także nawiązujące do nich gadżety i *cosplay* (sztukę robienia kostiumów), nie jest jednak całkowicie tożsama z zainteresowaniami fandomu. Fani, uczestnicząc w społecznym świecie, zajmują się tylko częścią produktów oferowanych na rynku fantastycznym. To, co jest przedmiotem ich zainteresowań, zależy od mody oraz od kultywowanej przez społeczność tradycji zainteresowań. Ta pierwsza ma charakter sezonowy i zazwyczaj swoje źródło w naśladowaniu fanów z Zachodu – kiedy moda tam przemija, zamiera również w Polsce. Tradycja zainteresowań to tematy przewijające się przez fandom na przestrzeni lat. Zostały wypracowane i przepracowane tutaj, stanowiąc fragment autoidentyfikacji lokalnego fandomu.

Wspomniane zróżnicowane zainteresowania jest mechanizmem segmentacyjnym. Wokół niektórych z nich wyrastają własne subświaty, np. fanów gier fabularnych, którzy posiadają własne miejsca w sieci, kluby i oczywiście miejsca na konwentach. Jednak nie każde zainteresowanie ma potencjał segmentacyjny – miłośnicy literatury, mimo jej stałej obecności na konwentach, nie wytworzyli osobnego subświata czytelników. Są oni raczej na styku fandomu i internetowego społecznego świata czytelników. Podobnie rzecz się ma z filmem i komiksami. Fandom fantastyczny jest rozpięty pomiędzy światami zaangażowanych fanów różnych mediów.

Fandom fantastyczny ma trzy typy aren. Pierwszy typ dotyczy działania podstawowego. To właśnie wspomniana wcześniej tradycja zainteresowań. Pewne dzieła, np. określona książka, cieszą się przez lata zainteresowaniem fandomu i toczone są wokół nich spory o ich ocenę. Na przykład seria książek o wiedźminie Geralacie od czasu pierwszego wydania cieszy się niesłabnącą popularnością wśród środowiska fandomu. Drugi typ aren związany jest z samymi fanami. Należą do nich np. dyskusje o statusie kobiety w fandomie, nie stosownych zachowaniach fanów na konwentach czy ocena zachowania pisarzy, którzy nie dostali „Zajdla”. Trzeci rodzaj aren dotyczy problematyki legitymizacji. W wypadku fandomu przebiega ona w dwóch kierunkach. Po pierwsze, co zostało już wspomniane, fandom zachodni, zwłaszcza amerykański, stanowi dla polskich fanów ważny punkt odniesienia. Fantastyka oraz wzorzec organizacji fanów narodziły się w USA, dotyczy to również rynku fantastyki, który jest zdominowany w większości przez Anglosasów. To również mówiący po angielsku fani jako pierwsi organizowali własne miejsca w sieci i to oni nadają kierunek ich ewolucji. Nie jest to proste przenoszenie wzorców, jednak polscy fani są „zagrożeni modą” ze względu na przebywanie w tych samych miejscach sieciowych z fanami anglojęzycznymi. Drugi rodzaj legitymizacji to walka o uznanie poza własną społecznością. Zainteresowania fanów fantastyki często spotykają się z brakiem zrozumienia wśród osób spoza fandomu, a czasem nawet z wrogością (Kaszkowiak 2013). Nie robią tego jednak

jako grupa, lecz indywidualnie. Fani uczestniczący w innych światach społecznych walczą o uznanie, jeżeli są przekonani, że fantastyka jest w nich postrzegana negatywnie. Uczestnicy fandomu dzielą się swoimi doświadczeniami i wzmacniają postawy emancypacyjne.

Koncepcja społecznych światów pozwala uchwycić najistotniejsze cechy konstytuujące fandom fantastyków. Wypracowane na gruncie tej koncepcji konstrukty teoretyczne, same będąc nieostre, dobrze oddają charakter synkretycznej, intuicyjnej i skupionej na emocjach społeczności fanów. Pojęcia działania podstawowego, legitymizacji, segmentacji, aren oraz typologia światów społecznych pozwalają na uchwycenie istoty fandomu, którą miał za zadanie przedstawić ten artykuł.

Nieoczywistość granic społeczności związanej z konkretnym zainteresowaniem skłania do wniosku, że podobne zainteresowania same w sobie nie tworzą fandomu, niemniej zaznaczają obszar wspólnych przeżyć. Fani mogą przejawiać wiele różnych, pokrewnych zainteresowań, ale ich ośrodkiem zawsze będzie fantastyka, jest ona katalizatorem dla ich wszelkich działań jako społecznego świata. Trzeba jednak pamiętać, że dla fandomu fantastyką nie będzie całość rynku filmowego lub wydawniczego opatrzona etykietą „fantastyka”, lecz to, co on sam uważa za właściwe do niej zaliczyć. Dyskusja nad działaniem podstawowym stanowi jeden z punktów granicznych społecznego świata. Należy jednak nadmienić, że fani mogą określić pewne treści mianem fantastycznych i/lub należących do fantastyki, jednocześnie nie traktując tego jako przedmiotu fanostwa (tj. jako nienależące do działania podstawowego), dlatego nie można tych rzeczy ze sobą mieszać.

Fandom, jak każdy społeczny świat, nie jest tworem oderwanym od całości struktury społecznej. Dokładne określenie jego charakterystyki otwiera furtkę do szerszej analizy, mogącej obejmować takie wątki, jak znaczenie zabawy dla współczesnych społeczeństw, relacja między kulturą popularną i jej odbiorcami, amerykańizacja oraz zmiany w społecznej definicji dorosłości. Fani to tylko jeden z elementów wielkiej społecznej mozaiki, której coraz więcej elementów powstaje w wyniku potrzeby wspólnej zabawy. To duża zmiana, ponieważ źródła powodów i sposobów negocjowania rzeczywistości społecznej przesuwają się od bardziej obiektywnych źródeł, jak model gospodarczy czy tradycja, ku systemu woluntaryzmu. Zabawa nie musi dotyczyć wyłącznie kultury popularnej, może być nią również sport, upodobania seksualne, rekonstrukcje historyczne czy jazda na rowerze – wszystkie te rzeczy łączy przyjemność, jaką dają swoim miłośnikom, oraz znaczenie dla ich indywidualnej tożsamości. Studia nad fanami fantastyki, którzy stanowią jedną z najlepiej ukonstytuowanych grup skoncentrowanych na zabawie, pozwalają opracować dokładniejsze narzędzia teoretyczne oraz metodologię zdolną opisać coraz bardziej różnicujące się i skupione na rozrywce społeczeństwo.

## LITERATURA

Blumer H. 2006, *Implikacje socjologiczne myśli George'a Herberta Meada*, w: *Współczesne teorie socjologiczne*, red. A. Jasińska-Kania, L.M Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski, Nomos, Kraków, s. 262–271.

Castells M. 2013, *Sieci oburzenia i nadziei*, PWN, Warszawa.

Cressey P.G. 1932, *The Taxi-Dance Hall. A Sociological study in Commercialized Recreation and City Life*, University of Chicago Press, Chicago.

- Dzierżek M. 2006, *Podstawowe informacje o konwentach, czyli artykuł dla początkujących*, <http://konwenty.polter.pl/Podstawowe-informacje-o-konwentach-c2666> (29.07.2015).
- Filipiak M. 2013, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk.
- Glaser B.G., Strauss A.L. 2013, *Odkrywanie teorii ugruntowanej*, Nomos, Kraków.
- Goffman E. 1981, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Inglehart R. 2005, *Pojawienie się wartości postmaterialistycznych*, w: *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Wydawnictwo Znak, Kraków, s. 334–348.
- Kacperczyk A. 2010, *Wstęp do K. Słowińska. Społeczny świat hodowców gołębi pocztowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 6, nr 3, s. I–VI.
- Kacperczyk A. 2012, *Badacz i jego ciało w procesie zbierania i analizowania danych – na przykładzie badań nad społecznym światem wspinaczki*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 8, nr 2, s. 32–63.
- Kaszkwiał Ł. 2013, *Popkultura jako forma interakcji na przykładzie Wrocławskiego Fanklubu Gwiezdných Wojen*, [niepublikowana praca magisterska], Instytut Socjologii, Uniwersytet Wrocławski.
- Konecki K. 2005, *Ludzie i ich zwierzęta. Interakcjonistyczno-symboliczna analiza społecznego świata właścicieli zwierząt domowych*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Konecki K. 2010, *W stronę socjologii jakościowej: badanie kultur, subkultur i światów społecznych*, w: *Kultury, subkultury i światy społeczne w badaniach jakościowych*, red. J. Leoński, M. Fiternicka-Gorzko, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2010, s. 17–37.
- Koralewska A., Siuda P. 2014, *Japonizacja. Anime i jego polscy fani*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk.
- Krawczyk S. 2014, *Prosumpcja polskich miłośników literatury fantastycznej*, w: *Prosumpcja: pomiędzy podejściem apokaliptycznym a emancypującym*, red. P. Siuda, T. Waglewski, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, s. 197–202.
- Lievrouw Leach A. 2012, *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, PWN, Warszawa.
- Manterys A. 2008, *Sytuacje społeczne*, Nomos, Kraków.
- Marzec W. 2011, *Granice (teorii) społecznych światów*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 7, nr 1, s. 3–21.
- Porczyński D. 2014, *Prosumpcja w polskim fandomie gier fabularnych*, w: *Prosumpcja: pomiędzy podejściem apokaliptycznym a emancypującym*, red. P. Siuda, T. Waglewski, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk, s. 99–138.
- Rettberg J.W. 2012, *Blogowanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sedeńko W. 2013, *Fandom*, <http://encyklopediafantastyki.pl/index.php?title=Fandom> (29.07.2015).
- Siuda P. 2007, *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów*, w: *Człowiek a media. Obserwacje – wizje – obawy*, red. W. Gruszczyński, A. Hebdą, Warszawa, s. 143–157.
- Siuda P. 2012, *Kultury prosumpcji. O niemożliwości powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów*, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 6–19.
- Słowińska K. 2010, *Społeczny świat hodowców gołębi pocztowych*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 6, nr 3, s. 1–135.

Strauss A.L. 2013, *Zwierciadła i maski. W poszukiwaniu tożsamości*, Nomos, Kraków.

Szurik B. 2010, *Legiony Lucasa*, w: *Dawno temu w galaktyce popularnej*, red. A. Jawłowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

## THE SOCIAL WORLD OF POLISH SPECULATIVE FICTION FANS

### KEYWORDS

FANS, FANDOM, FANSHIP,  
SOCIAL WORLDS OF FANS,  
AFFILIATION

**SUMMARY** The article is an attempt to depict the phenomenon of speculative fiction fans within the sociological theory. The author used the interactionist perspective, especially the theory of social worlds by Anselm Strauss. The social world of fans is called fandom by them. Its primary function is to organize the participants around the subject of fanship – the broadly understood speculative fiction. Fandom “identifies” and “categorizes” the subject of fanship. A fan differs from a regular recipient in that apart from an incidental experience of a medium, they make the effort of deeper understanding to look for the contents that are interesting to them. The article presents a typological analysis of fans, and a short analysis of two important spheres of fans’ activities – conventions and the Internet.