

Marta Trusewicz-Pasikowska

Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej
e-mail: m.trusewicz_pasikowska@vp.pl

Konrad Pasikowski

Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej
e-mail: konrad.pasikowski@wp.pl

Fandom internetowy jako przestrzeń przyjazna twórcom na przykładzie grupy *Sherlock Polska*. Raport z badań

STRESZCZENIE

W artykule podjęto zagadnienie fandomów internetowych jako przyjaznej przestrzeni dla amatorów twórczości fanowskiej. Przedstawiono rys teoretyczny zjawiska fanizmu, założenia metodologiczne badań własnych oraz ich wyniki. Problem badawczy dotyczył odpowiedzi na pytanie: „Czy fandom internetowy realizowany w grupie *Sherlock Polska* jest przyjazną przestrzenią dla twórców?”. Badania przeprowadzono w maju 2017 r. wśród fanów bohatera literackiego – Sherlocka Holmesa, zrzeszonych w serwisie społecznościowym Facebook za pomocą kwestionariusza internetowej ankiety (n = 370).

Słowa kluczowe: fan, fandom internetowy, twórczość, społeczność, Internet.

Wprowadzenie

Rozwój technologiczny Internetu oraz przemiany społeczne dokonujące się w jego cieniu skutkują między innymi zwiększeniem śmiałości, a czasem nawet braku wstydu w publikowaniu rozmaitych materiałów cyfrowych (filmów, zdjęć, nagrań głosowych i komentarzy tekstowych). Jedną z odpowiedzi na taki stan rzeczy jest hejt, czyli obraźliwy i agresywny sposób wypowiedzania się. Jest on „wyhodowany” na poczuciu internetowej anonimowości i jest już nie tylko męczący, ale również niebezpieczny (w skrajnych przypadkach osoba wyśmiewana i atakowana w Internecie może być również szykanowana w wymiarze fizycznym, a znane są historie, które skończyły się samobójstwem osoby nękananej).

Wracając jednak do współczesnej, amatorskiej twórczości – Andrew Keen w książce *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę* przywołuje teorię nieskończonej liczby małp Thomasa

Henry’ego Huxleya¹. Stwierdził on, że gdyby dać nieskończonej liczbie małą nieskończoną liczbę maszyn do pisania, to gdzieś, któraś z nich napisałaby sztukę Szekspira albo traktat ekonomiczny Adama Smitha². Aluzja ta nie była nad wyraz zawołowana, bowiem sam A. Keen stwierdza: „Zamiast tworzyć arcydzieła, miliony żywołowych małą – z których większość nie jest bardziej twórcza niż nasi biologiczni kuzyni – tworzą nieskończony cyfrowy zbiór miernoty”³. Jak więc twórca-amator może odnaleźć się w wirtualnej rzeczywistości? Czy istnieją dla niego bezpieczne przystanie?

W niniejszym artykule podjęliśmy problematykę fandomów internetowych jako przyjaznej przestrzeni dla amatorów-twórców, dokonując rysu teoretycznego oraz prezentacji badań własnych przeprowadzonych w internetowej grupie *Sherlock Polska* (na portalu Facebook) na próbie 370 respondentów (n = 370).

Fandom – czyli co?

Fandom (czyli zrzeszenie fanów) jest to niezhierarchizowana, nieformalna organizacja fanów, która przejawia twórczą aktywność opartą na obiekcie zainteresowania. Ze względu na obowiązujący w fandomie żargon, posługiwanie się przez jego członków specyficzną, sobie właściwą terminologią oraz tworzenie kultury materialnej (np. stroje, gadżety) oraz niematerialnej (wartości) można uznać fandom za **subkulturę**⁴. Należy oczywiście pamiętać, jak wskazuje David Muggleton, iż pojęcie subkultury jest przykładem **typu idealnego**, który w rzeczywistości nigdy jako taki nie występuje – nie zmienia to jednak faktu, iż dla potrzeb badań naukowych uzasadnione jest używanie tego mechanizmu heurystycznego⁵. Wspomniany badacz rozróżnia subkultury **nowoczesne** i **ponowoczesne**, a zachodzące między nimi dyferencje zamieszczamy w tabeli 1.

Przyjmując powyższe rozgraniczenie, należy stwierdzić, iż współczesne fandomy odznaczają się cechami subkultur ponowoczesnych.

Początek zjawiska fandomów nie jest jednoznaczny. Jak podaje Piotr Siuda, niektórzy badacze umiejscawiają datę powstania fandomów w 1813 roku, gdy Jane Austin opublikowała książkę *Duma i uprzedzenie*, inni natomiast koncentrują się na Światowym Konwencie Science Fiction, który miał miejsce 4 lipca 1939 roku w USA⁶.

¹ Faktycznie jest to błędne przypisanie „małpiej paraboli” Thomasowi Henry’emu Huxleyowi, bowiem w 1860 r., gdy wspomniany zoolog miał użyć tego porównania w debacie z biskupem Oxford Samuelem Wilberforcem, funkcjonalna maszyna do pisania nawet nie istniała.

² Keen A., *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 25.

³ Ibidem, s. 26.

⁴ A. Kobu, J. Krzyżanowska, *Słownik fandomu i fanfiction* [w:] *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*, red. P. Grochowski, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2013, s. 305–306; Siuda P., *Młodzieżowe subkultury. Między fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi* [w:] *Młodzież jako problem i jako wyzwanie ponowoczesności. Z prac Sekcji Socjologii Edukacji i Młodzieży PTS*, red. K. Szafraniec, t. III, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 204–205.

⁵ D. Muggleton, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 26.

⁶ P. Siuda, *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów* [w:] *Człowiek a media. Obserwacje – wizje – obawy*, red. W. Gruszczyński, A. Hebda, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2007, s. 144.

Tabela 1. Cechy subkultur nowoczesnych i ponowoczesnych

| NOWOCZESNOŚĆ | PONOWOCZESNOŚĆ |
|---|---|
| Tożsamość grupowa | Tożsamość fragmentaryczna |
| Homogeniczność stylu | Heterogeniczność stylu |
| Wyraźne określenie granic | Granice słabo określone |
| Subkultura określa tożsamość | Wielorakie źródła tożsamości |
| Wysoki stopień zaangażowania | Niski stopień zaangażowania |
| Przynależność do grupy postrzegana jako stała | Przemijająca więź z grupą |
| Niski stopień mobilności subkulturowej | Wysoki stopień mobilności subkulturowej |
| Nacisk na poglądy i wartości | Fascynacja stylem i wizerunkiem |
| Gest politycznego oporu | Nastroje apolityczne |
| Nastroje skierowane przeciw mediom | Pozytywny stosunek do mediów |
| Świadomość własnej autentyczności | Celebracja nieautentyczności |

Źródło: Muggleton, op. cit., s. 69.

Konkretne fandomy mogą się zawierać w innych, szerzej określających ich członków, np. fani zrzeszający się w fandomie dotyczącym serialu *Sherlock*⁷ mogą być członkami fandomu postaci Sherlocka Holmesa w ogóle. A także przynależność fana do jednego fandomu nie wyklucza możliwości przyłączenia się do fandomu dotyczącego zupełnie innego dzieła.

Obecnie istnieje niezliczona ilość fandomów zrzeszających miliony fanów z całego świata. Producenci korzystają z fanowskiego popytu i sprzedają różnego rodzaju książki, komiksy, gry oraz gadżety nawiązujące do konkretnego dzieła, wielbiciele natomiast mają możliwość zaspokajania własnych potrzeb i zainteresowań.

Fan – czyli kto?

Termin „fan” pochodzi od skrótu słowa fanatyk, które w łacinie oznaczało tego, który służy w świątyni bądź po prostu wielbiciela⁸. Po pewnym czasie terminu fanatyk zaczęto używać w stosunku do przesadnego oraz irracjonalnego entuzjasty, a słowo to nabrało znaczenia pejoratywnego. W takim rozumieniu fan jest niezwykle zaangażowanym odbiorcą kultury popularnej⁹, który wykracza poza własne przeżycia, podejmując działania odzwierciedlające swój emocjonalny stosunek do dzieła¹⁰.

Osobę fana charakteryzują następujące trzy wskaźniki:

⁷ Serial *Sherlock*, emitowany od 2010 r., produkowany przez BBC Wales.

⁸ P. Siuda, *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów...*, op. cit., s. 143.

⁹ W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2001; P. Siuda, *Jednostkowe aspekty bycia fanem, czyli w stronę nowego paradygmatu fan studies*, „Kultura i Edukacja” 2010, nr 4, s. 74.

¹⁰ V. Costello, B. Moore, *Cultural outlaws: an examination of audience activity and online television fandom*, „Television & New Media” 2007, vol. 8, nr 2, s. 127.

- entuzjastyczna konsumpcja, która jest wielokrotna i pogłębiona – fani „cechują się szczególnym typem odbioru, określanym jako emocjonalna bliskość, lecz jednocześnie krytyczny dystans, swobodnie używają krytycznych i interpretacyjnych narzędzi [...] nie gloryfikują [...]: interesują ich zarówno najlepsze jak i najgorsze przykłady”¹¹;
- samodzielna produkcja na wewnętrzny użytek fandomu, która przekuwa indywidualny odbiór dzieła w inne formy aktywności;
- nawiązywanie kontaktów z innymi fanami w celu dyskusji nad dziełem, jego interpretacji, gromadzenia informacji na jego temat, wychwytywania niespójności¹².

„Fani to twórcy [...] nowej alternatywnej kultury”¹³, wykazują się postawą prospołeczną, gdyż tworzą specyficzne wspólnoty, które posiadają własną kulturę materialną i niematerialną¹⁴. Jednym z przykładów takiej wspólnoty jest fandom internetowy w grupie Sherlock Polska w serwisie Facebook, a badania opisane w tym tekście potwierdzają powyższą tezę.

Obecnie termin **fan** uległ dewaluacji, podobnie jak słowo **pasja**. Dziś fanem jest ten, kto się tak samozidentyfikuje, a przystąpienie do fandomu zazwyczaj następuje na skutek przyłączenia się do internetowej grupy fanów; co więcej, „uczestnicy współczesnych subkultur nie identyfikują się jednoznacznie i decydująco tylko z jedną grupą subkulturową. [...] Brak grupowych granic między subkulturami, fragmentaryczność, rozluźnienie więzi grupowych wydają się sprzyjać temu zjawisku [...]”¹⁵. Powszechna dostępność oraz odruchowe lajkowanie prowadzi aktualnie do tego, iż w internetowych grupach fanowskich zdecydowaną większość stanowią bierni członkowie. Nie wykazują oni większego zaangażowania zarówno w odbiorze, jak i wytwarzaniu treści fanowskich, w takim przypadku należałoby rozróżnić pasję od zainteresowania czy zwykłej ciekawości, a wirtualną strukturę, jaką jest np. grupa na portalu Facebook, od fandomu właściwego.

Fan studies

W literaturze przedmiotu **zjawisko fanizmu** ujmowane jest najczęściej w trzech paradygmatach. Najstarsze podejście, które pojawiło się w połowie XX wieku, można nazwać **paradygmatem dewiacji**, gdyż wówczas fanów postrzegano przez negatywny pryzmat ich jednostkowej aktywności. Działalność ta miała prowadzić fanów do alienacji, będącej skutkiem ich niedojrzałości, braku kompetencji do utrzymania jakichkolwiek zdrowych relacji interpersonalnych oraz oderwania od rzeczywistości¹⁶.

¹¹ P. Siuda, *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów...*, op. cit., s. 146.

¹² Ibidem; A. Czaplińska, P. Siuda, *Fandomy jako element ruchu społecznego „wolnej kultury”, czyli prawo autorskie a produktywność fanów [w:] Homo Creator czy Homo Ludens? Twórcy–internauci–podróżnicy*, red. W. Muszyński, M. Sokołowski, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 50.

¹³ A. Ćwikiel, *Między narracją a serializacją: fenomen „Star Trek” [w:] Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, red. A. Kisielewska, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2004, s. 268.

¹⁴ P. Siuda, *Fani jako specyficzna subkultura konsumpcji. Pomiedzy fanatyczna konsumpcja a oporem przeciwko konsumeryzmowi [w:] Czas ukoi nas? Jakość życia i czas wolny we współczesnym społeczeństwie*, red. W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 60.

¹⁵ B. Kotowski, *Język. Bunt. Tożsamość. Socjologiczno-antropologiczne studium empiryczne subkultury młodzieżowej rap*, Bartłomiej Kotowski, Warszawa 2016, s. 88.

¹⁶ P. Siuda, *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, *Studia Medioznawcze* 2010b, nr 3, 88–92.

Następnie, na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, pojawił się **paradygmat oporu**, który ukazywał fanów przez pryzmat zbiorowej opozycji. Miała ona zarówno wymiar symboliczny, objawiający się nadawaniem innego od zamysłu producenta znaczenia produktowi kultury, jak i namacalny, który przejawiał się poprzez fanowską adaptację tekstów, stosownie do własnych potrzeb oraz celów¹⁷.

Najmłodsze i jednocześnie najpopularniejsze podejście do fan studies¹⁸ można nazwać **paradygmatem głównego nurtu**, w którym fani nie są postrzegani jako buntownicy czy dziwacy, a jako źródło dochodu dla producentów. Być może jedną z przyczyn tego stanu rzeczy jest fakt, iż bunt w swej istocie okazuje się nie być *sensu stricto* buntem, co można ująć słowami: „Walka o status zastępuje pogoń za *cool*, ale podstawowa struktura rywalizacji pozostaje niezmieniona”¹⁹. Dla fanów motywacją do dokonania zakupu produktu kultury nie jest zwykle nabywanie, konsumowanie i pozbywanie się, a kolekcjonowanie, dzięki któremu pogłębiają odbiór tekstu i niejako scalają się z nim²⁰. W tym ujęciu fani są również aktywnymi, partycypującymi i współtworzącymi produkty prosumentami²¹. Grupy fanowskie mają niekiedy ogromną siłę oddziaływania na producentów, gdy ci drudzy podejmą jakąś niezadowolającą dla tych pierwszych decyzję. Przykładem sukcesu odniesionego przez zjednoczonych fanów może być fala protestów amerykańskich miłośników serialu *Star Trek*²², któremu groziło zdjęcie z anteny. Do stacji telewizyjnej zostało wysłanych mnóstwo listów wyrażających sprzeciw fanów, a w kilku miastach zorganizowano wiece protestacyjne. Te skoordynowane działania odniosły zamierzony skutek, gdyż producenci ulegli naciskom²³.

Fan jako twórca

Robert Kozinets wskazuje, że fanom nadawane są etykiety ekscentryków, co z jednej strony może utrudniać im przyłączenie się do fandomu ze względu na obawę przed niekorzystnym społecznym odbiorem, jednak gdy już się na to zdecydują, ten sam fakt może zacieśniać więzy między pozostałymi odmieńcami²⁴.

Od 2004 roku, czyli od powstania Web 2.0 oraz portali społecznościowych, fani zaczęli zrzeszać się w fandomach internetowych, które znacznie ułatwiły im komunikację oraz umożliwiły prostszy sposób dzielenia się z innymi członkami własnymi przemyśleniami oraz twórczością. Od tego czasu zaczął być obecny w fandomach tzw. dyletant, czyli „człowiek, który kocha sztukę bez wzajemności, nie należy do jej wybrańców, ale jest jej wiernym sługą i jako taki czuje się szczęśliwy”²⁵. Fandomowi dyletanci dzielą się na dwie kategorie: tych,

¹⁷ Ibidem, s. 92–96.

¹⁸ *Fan studies* – obszar badań nad fandomem/zjawiskiem fanizmu.

¹⁹ J. Heath, A. Potter, *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2010, s. 396.

²⁰ Siuda P., *Młodzieżowe subkultury...*, s. 207.

²¹ P. Siuda, *Od dewiacji do głównego nurtu...*, s. 96–98.

²² *Star Trek* – amerykański serial science-fiction emitowany w latach 1966–1969 (trzy sezony); producent: Gene Roddenberry.

²³ Siuda P., *Młodzieżowe subkultury...*, s. 212.

²⁴ Ibidem, s. 208.

²⁵ S. Szuman, *O sztuce i wychowaniu estetycznym*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1975, s. 158.

którzy tworzą amatorsko dla przyjemności, oraz tych, którzy są przekonani o swym niespotykanym talencie, którego jeszcze nikt nie docenił²⁶.

Net art stanowi alternatywny układ sztuki, który funkcjonuje poza galeriami. „Dąży do przełamania izolacji jednostek, czyniąc z twórczej samoekspresji, kontaktu i globalnej, wielokierunkowej komunikacji podstawowe jakości sztuki. Otwartość, powszechność, bezgraniczność, to cechy *net artu*”²⁷. Internet stwarza dla twórczych fanów przestrzeń, w której mogą prezentować własne prace oraz nawiązywać kontakt z ich odbiorcami, co oczywiście wiąże się również ze wzrostem upowszechniania przeciętności. Przez przestrzeń twórczą rozumiemy zespół takich właściwości, które pozwalają na udostępnianie i odbieranie wytworów artystycznych, ich krytykę oraz samodoskonalenie twórców.

Twórczość fanów określa się terminem *fanart* (jest to szersze znaczenie tego pojęcia). Do amatorskiej twórczości fanów, nazywanych również wtórnymi producentami²⁸, zaliczamy m.in.:

- *fanfiction/fanfik* – fikcję literacką, która nawiązuje do tekstu odniesienia poprzez rozwinięcie wątku lub utworzenie alternatywnej wersji wydarzeń;
- *slash* – erotyczny fanfik, który przedstawia bohaterów w związkach homoseksualnych (mimo iż w oryginale są przedstawieni jako heteroseksualni);
- wiersz;
- *fan teoria* – teoria dotycząca możliwego wyjaśnienia danych wątków;
- *crossover* – krótka historia, opowiadanie, grafika, w których autor miesza różne fikcyjne światy i bohaterów;
- serwisy WWW poświęcone danemu twórcy i jego dziełom;
- prezentacje multimedialne komentujące np. pojawienie się nowych części filmu;
- *fanart* (węższe znaczenie) – forma graficzna, taka jak obraz, rysunek, komiks;
- *manip* – grafika stworzona w oparciu o wykorzystanie i edycję już istniejącej;
- stroje nawiązujące do dzieła, które fani przywdziewają na wydarzeniu zwanym *cosplay*;
- *filking* – tworzenie piosenki dotyczącej postaci z danego dzieła;
- *cover* – nowa aranżacja, interpretacja istniejącego utworu muzycznego;
- *crack/fanvid* – modyfikowana scena filmowa z podłożoną i dobraną tematycznie ścieżką muzyczną;
- *handcraft* – produkt twórczości wykonany własnoręcznie przez fana, gadżet;
- *fanaccount* – konto w serwisie społecznościowym dedykowane celebrytom²⁹.

Przyglądając się twórczości członków fandomów, można powołać się na słowa Bogdana Suchodolskiego, który stwierdził, że: „Sztuka, przekraczając granice państw i wznosząc się ponad konflikty, wiąże niewidzialnymi nićmi nieznanym sobie wzajemnie ludzi, tworzy prawdziwie ludzką wspólnotę, w której odnajdują siebie poszczególne i różne jednostki”³⁰.

²⁶ Ibidem, s. 157.

²⁷ R. W. Kluszczyński, *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimedialna*, Wydawnictwo Rabid, Warszawa 2001, s. 132.

²⁸ P. Siuda, *Jednostkowe aspekty bycia fanem...*, s. 74.

²⁹ Opracowanie własne na podstawie wywiadu swobodnego z fanką, należącą do fandomów internetowych, w tym grupy *Sherlock Polska*; 11.04.2017; wyrażamy serdeczne podziękowania dla Marty Pasikowskiej, która udzieliła wyczerpującego wywiadu wprowadzającego nas w tematykę fandomu internetowego *Sherlock Polska*.

³⁰ B. Suchodolski, *Młodość – młodość – sztuka* [w:] *Sztuka dla najmłodszych. Teoria – recepcja – oddziaływanie*, red. M. Tyszkowa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa – Poznań 1977, s. 27–28.

Twórczość fanów

Twórczość można nazwać generowaniem wytworów, które są oryginalne i postrzegane jako wartościowe pod względem społecznym³¹. Jest to, inaczej mówiąc, działalność ludzka dotycząca rozwiązywania różnorodnych zadań, którą cechuje oryginalność³². Twórcze jest to, co „nowe i cenne”³³. Robert W. Weisberg uważa, że twórczość jest rozwiązywaniem bardzo złożonego i trudnego problemu, przy czym „nie wymaga żadnych genialnych zabiegów, ale jedynie konsekwencji w stosowaniu operacji intelektualnych, które są wspólne dla wszelkich form aktywności umysłowej”³⁴. Dla twórczości istotne są elementarne procesy poznawcze, takie jak: pamięć, uwaga, spostrzeganie, wyobraźnia, oraz operacje intelektualne: myślenie, w tym myślenie intuicyjne, abstrahowanie, syntetyzowanie, analizowanie, kojarzenie, giętkość myślenia, stosowanie odległych skojarzeń oraz analogii³⁵.

Twórczość możemy podzielić na tę codzienną, która „charakteryzuje się oryginalnością, jest adekwatna, znacząca i sensowna w danym układzie społecznym. Sięga od zabawy do innowacyjności i jest właściwością samego działania oraz jego skutków”³⁶. Drugi rodzaj to twórczość wybitna, charakteryzująca się dwoistym charakterem nowości (nowym tworzywem oraz nową postacią wartości), a także uniwersalnym odniesieniem³⁷. Można wyróżnić siedem typów twórczego wkładu w określoną dziedzinę, mianowicie:

- replikację, która uzasadnia oraz potwierdza istniejące dokonania;
- redefinicję, która rzuca nowe światło, patrzy z innej perspektywy;
- inkrementację (przyrost), która przez nowe dokonania prowadzi daną dziedzinę w określonym kierunku;
- zaawansowaną inkrementację, która charakteryzuje się przyśpieszeniem;
- zmianę kierunku rozwoju dziedziny ku odmiennym metodom, celom i wartościom;
- rekonstrukcję ze zmianą kierunku, która polega na cofnięciu dziedziny i rozpoczęcia dokonań w innym kierunku;
- reinicjację, czyli cofnięcie do niegdyś nieprzyjętego punktu, który obecnie stanowi punkt wyjścia i z którego rozpoczyna się własne działania;
- integrację, czyli połączenie dwóch dziedzin dla stworzenia nowej idei³⁸.

³¹ Z. Pietrański, *Myślenie twórcze*, PZWS, Warszawa 1969, s. 10; M. Karwowski, *Kreatywność – feeria rozumień, uwikłań, powodów. Teoretyczno-empiryczna prolegomena* [w:] *Kreatywność (nie tylko) w klasie szkolnej*, red. M. Karwowski, A. Gajda, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010, s. 12–44, s. 13; J.C. Kaufman, *Kreatywność*, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010, s. 28.

³² D. Jankowski, *Wartości – aktywność artystyczna – paradygmaty działalności kulturalnej* [w:] *Edukacja kulturalna i aktywność artystyczna*, red. D. Jankowski, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 1996, s. 16.

³³ A. Góralski, *Być nowatorem. Poradnik twórczego myślenia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1990, s. 5..

³⁴ Za: E. Nęcka, *Proces twórczy i jego ograniczenia*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 1999, s. 25.

³⁵ M. Karwowski, op. cit., s. 14.

³⁶ A. Tokarz, *Poznańska M., Jedna czy wiele koncepcji twórczości?* [w:] *Edukacja artystyczna a metafora*, red. W. Limont, B. Didkowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008, s. 88.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Ibidem, s. 91; J.C. Kaufman, op. cit., s. 34–36.

Większość członków fandomów internetowych (takich jak grupa *Sherlock Polska*) nie jest aktywnie zaangażowana w jego działalność, a jedynie biernie obserwuje twórczość aktywnych członków. Bierni fani niekiedy komentują na forum czy w prywatnym gronie wytwory artystyczne współfanów bądź uczestniczą w ich rozprzestrzenianiu.

Fandom internetowy może stwarzać poczucie psychicznego bezpieczeństwa, które pozytywnie wpływa na rozwój twórczości, jednak aby miało to miejsce, fani muszą czuć, że warto podjąć ryzyko i podzielić się wynikami swojej pracy, które będą mogły zostać swobodnie omówione w przyjaznej atmosferze³⁹. Istotne jest także to, iż szeroki zakres uwagi sprzyja wzrostowi aktywności twórczej⁴⁰, co sprawia, że fandom internetowy może stanowić przyjazną przestrzeń dla fanów-artystów. Niewątpliwie warto także odnotować, że internetowa (pozorna) anonimowość oraz specyfika komunikacji zapośredniczonej może redukować obawę przed nadmierną krytyką. W sytuacjach skrajnych użytkownik może nawet założyć drugie (fałszywe) konto. Możliwości te jednakże sprzyjają dzieleniu się własnymi wytworami.

Uzasadnienie badań własnych

Z uwagi na fakt, iż Internet ma znaczący wpływ na przemiany społeczne, przeprowadzenie badań dotyczących jego użytkowania oraz prowadzenie badań on-line od kilkunastu lat jest nie tylko modne, ale również niezwykle istotne i cenne poznawczo. Zagadnienie twórczości realizowanej w przestrzeni wirtualnej niejednokrotnie było przedmiotem analiz społecznych, jednak, jak zauważył Piotr Siuda: „Metodolodzy wskazują, że wykorzystując ankietę sieciową, bardzo trudno jest zapewnić reprezentatywność [...]”⁴¹ (pewnym rozwiązaniem jest badanie społeczności *stricte* wirtualnych, co też w naszym badaniu uczyniliśmy), dlatego też każde nowe badanie zjawisk internetowych z użyciem metod badań on-line przyczynia się do poszerzenia i uaktualnienia wiedzy naukowej w tym zakresie. Powyższe uzasadnienie pozwoliło nam przeprowadzić poniżej opisane badania własne, które odbyły się w roku 2017. Za grupę docelową obraliśmy członków grupy *Sherlock Polska*, która jest przykładem fandomu internetowego. Prawdziwi fani często bywają nie tylko odbiorcami tekstów kultury, ale również ich twórcami⁴², dlatego internetowe środowisko fanowskie stanowi pole do prowadzenia badań nad twórczością w Internecie.

Przedmiot, cel i problemy badawcze

Celem niniejszych badań była odpowiedź na pytanie, czy fandom internetowy, realizowany w grupie *Sherlock Polska* (Facebook), stanowi przestrzeń przyjazną twórcom. Przedmiotem badań jest natomiast grupa *Sherlock Polska* w recepcji jej członków, będących fan-twórcami. Główny problem badawczy dotyczył kwestii związanej w pytaniem: Czy fandom internetowy realizowany w grupie *Sherlock Polska* jest przyjazną przestrzenią dla twórców? Z tak

³⁹ J. C. Kaufman, op. cit., s. 52.

⁴⁰ Ibidem, s. 53.

⁴¹ P. Siuda, *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja* [w:] *Metody badań online*, red. P. Siuda, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 49.

⁴² Siuda P., *Młodzieżowe subkultury...*, s. 204.

obranego głównego problemu wywiedziono kilka pytań badawczych: Czy członkowie grupy *Sherlock Polska* tworzą dzieła artystyczne, jeśli tak, to jakie? Jak badani twórcy oceniają relacje panujące w grupie *Sherlock Polska*? Jaką wartość dla badanych twórców ma uczestnictwo w fandomie internetowym? Jak długo badani twórcy przynależą do grupy *Sherlock Polska*? Czy badani twórcy uczestniczą w spotkaniach fandomowych, takich jak meety, konwenty? Jaka atmosfera towarzyszy prezentowanym na grupie wytworom artystycznym?

Zastosowana metoda, technika i narzędzie badawcze

Do przeprowadzenia badań użyto metody sondażu diagnostycznego, techniką była ankieta internetowa (obsługiwana przez portal www.ankietka.pl), a narzędziem kwestionariusz ankiety internetowej, zawierający metryczkę (płeć, wiek, obszar pochodzenia [wiejski/miejski], staż w grupie *Sherlock Polska*), dziewięć pytań zamkniętych oraz jedno pytanie otwarte. Oprócz danych uzyskanych za pomocą narzędzi badawczych serwis www.ankietka.pl udostępnił m.in. takie metadane jak: adres strony odsyłającej, data, godzina rozpoczęcia oraz zakończenia wypełniania kwestionariusza ankiety. Obliczenia statystyczne zostały dokonane przy pomocy programu komputerowego IBM® SPSS® Statistics (wersja 24).

Charakterystyka próby badawczej i organizacja badań

Badania zostały przeprowadzone w terminie od 1 do 9 maja 2017 roku wśród użytkowników serwisu Facebook przynależących do grupy *Sherlock Polska* (grupa ta zrzesza fanów postaci Sherlocka Holmesa przedstawianej w kanonie powieści sir Arthura Conana Doyle'a, rozmaitych adaptacjach, w tym filmowo-serialowych, na czele z popularną produkcją BBC *Sherlock*). Suma wszystkich użytkowników stanowiła więc populację $N = 20\,682$, z czego 78,3% to kobiety, 21,3% mężczyźni, 0,4% użytkowników określiło swoją płeć jako niestandardową. Dane o populacji uzyskano dzięki uprzejmości jednego z administratorów grupy *Sherlock Polska* (przedziały wiekowe były więc narzucone, a wartości jedynie procentowe). Szczegółowy rozkład populacji został przedstawiony w tabeli 2.

Tabela 2. Rozkład populacji ze względu na płeć i wiek

| Wiek \ Płeć | 13–17 | 18–24 | 25–34 | 35–44 | 45–54 | 55–64 | 65+ |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| kobieta | 36,2% | 32,7% | 6,5% | 1,9% | 0,6% | 0,2% | 0,4% |
| mężczyzna | 7,4% | 9% | 3,3% | 1% | 0,3% | 0,1% | 0,2% |
| niestandardowa | 0,2% | 0,2% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez jednego z administratorów grupy *Sherlock Polska*.

Respondenci nie byli wyłaniani losowo – sami decydowali, czy wezmą udział w badaniu po zapoznaniu się z komunikatem zamieszczonym na głównej stronie grupy. Oznacza to, iż badania nie mogą być uogólnione na całą populację, z drugiej strony można domniemywać, iż ci, którzy wzięli udział w badaniu, wykazali się większą motywacją do wypełnienia

kwestionariusza ankiety (co przekłada się na jakość wyników). Internetowy kwestionariusz ankiety został zabezpieczony hasłem, udostępnionym jedynie na forum grupy *Sherlock Polska* oraz włączono opcję blokowania wielokrotnej odpowiedzi z jednego adresu IP, co pozwoliło na ograniczenie możliwości fałszowania odpowiedzi lub ich powielania.

W pierwszym dniu badania użytkownicy zostali zachęceni do wypełnienia ankiety internetowej odpowiednio sformułowanym komunikatem zamieszczonym na forum grupy. Najwięcej ankiet zostało wypełnionych w pierwszych dwóch dniach badania, natomiast po tym, jak wyniki przestały służyć (6. i 7. dzień), w 8. dniu zamieściliśmy komunikat przypominający, dzięki czemu jeszcze 51 osób zdecydowało się wziąć udział w badaniu.

Większość respondentów (239) przy uzupełnianiu kwestionariusza ankiety internetowej korzystała z urządzeń mobilnych (tablety, smartfony itp.), o czym świadczy adres strony przekierowującej do kwestionariusza, natomiast 130 osób prawdopodobnie korzystało z komputerów.

W badaniu wzięło udział 370 członków grupy *Sherlock Polska* (co stanowi 1,79% populacji), a szczegółowy rozkład próby został zaprezentowany poniżej w tabelach 3. i 4.

Tabela 3. Zróżnicowanie próby badawczej ze względu na płeć

| Płeć | Częstość | % |
|-------------|------------|---------------|
| kobieta | 354 | 95,7% |
| mężczyzna | 12 | 3,2% |
| brak danych | 4 | 1,1% |
| SUMA | 370 | 100,0% |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zdecydowaną większość respondentów stanowiły kobiety (zgodnie z tendencją wynikającą z charakterystyki populacji), natomiast respondenci płci męskiej stanowili jedynie 3,2% próby (podczas gdy odsetek mężczyzn w populacji wyniósł 21%). Powodem takiego stanu rzeczy może być fakt, że mężczyźni rzadziej udzielają się w dyskusjach prowadzonych w grupie (obserwacja niekontrolowana, naoczna, potoczna).

Tabela 4. Zróżnicowanie próby badawczej ze względu na wiek

| Przedział Wiekowy | Częstość | % |
|-------------------|------------|---------------|
| 10-17 | 248 | 67% |
| 18-24 | 96 | 26% |
| 25-34 | 12 | 3,2% |
| 35-44 | 3 | 0,8% |
| 45-54 | 1 | 0,3% |
| brak danych | 10 | 2,7% |
| SUMA | 370 | 100,0% |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych

Chociaż oficjalnie serwis internetowy Facebook jest dostępny jedynie dla osób od 13. roku życia, to jednak niektórzy użytkownicy podają fałszywe dane. W przypadku niniejszych badań jedna osoba podała w metryczce wiek 10 lat, natomiast dwie osoby wiek 12 lat.

Średnia wieku w próbie wyniosła $M=17,39$ lat, mediana i dominanta były sobie równe $Me=D=16$ lat, wiek najstarszego respondenta to $\max = 46$ lat.

Zdecydowana większość osób badanych pochodziła z obszarów miejskich $n=285$, natomiast 83 respondentów z obszarów wiejskich; dwoje uczestników badania nie udzieliło informacji w tym zakresie. Jedynie 41 badanych fanów Sherlocka Holmesa wskazało, iż niedawno (w stosunku do czasu przeprowadzania badań) wstąpiło do grupy *Sherlock Polska* – 156 badanych przynależała do grupy od około roku, a 171 osób ponad rok; dwóch respondentów pominęło pytanie o długość stażu w grupie.

Analiza wyników badań

Ze wszystkich respondentów 157 (42,40%) wskazało, iż tworzy dzieła artystyczne⁴³ związane z uczestnictwem w fandomach (2 osoby nie udzieliły odpowiedzi na to pytanie). W tabeli 5. przedstawiono częstości pojawiających się wytworów fanowskich (jeden fan zazwyczaj podawał więcej niż jedną odpowiedź, dlatego suma będzie przewyższała wszystkich respondentów, którzy określili się jako twórcy):

Tabela 5. Wykaz częstości tworzonych dzieł fanowskich deklarowanych przez respondentów

| Nazwa | Częstości |
|----------------------------|-----------|
| fanfik (fanfiction) | 90 |
| fanart | 68 |
| fanvid | 10 |
| memy | 36 |
| handcraft | 8 |
| cover | 1 |
| tłumaczenie fanfików | 1 |
| prezentacja medialna | 1 |
| fan teorie | 1 |
| wiersze | 1 |
| fanaccount | 1 |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych

Wśród osób, które określiły siebie jako fan-twórców, 15 (9,55%) niedawno dołączyło do grupy (do 3 miesięcy), 66 (42,04%) była w grupie nie dłużej niż rok (ale dłużej niż 3 miesiące), a 75 (47,77%) posiadało staż dłuższy niż rok; 1 (0,63%) osoba nie udzieliła na to pytanie odpowiedzi.

⁴³ Wymieniono następujące rodzaje fanowskich dzieł twórczych: *cracki/fanvidy, fanarty, fanfiction, memy, handcrafty, fanaccount*, edycje graficzne zdjęć, gify, obrazy (malarstwo), fotomanipulacje, gadżety na własny użytek (zakładki do książek, torby z motywem), *cosepleye*, tłumaczenia *fanfików*, *covery*, wiersze, *fan teorie* (wyjaśnienie pojęć, patrz podrozdział: *Fan jako twórca*).

Jedynie 19 osób (12,10%) z kręgu twórców należało tylko do tego fandomu internetowego (grupa *Sherlock Polska*), 29 (18,47%) badanych przyznało, że należy również do innych fandomów internetowych, a *Sherlock Polska* nie jest ich ulubioną grupą. Natomiast zdecydowana większość wskazała, że chociaż należy do innych fandomów internetowych, to grupa *Sherlock Polska* jest ich ulubionym fandomem: 107 (68,15%); 2 osoby (1,27%) nie odpowiedziały na to pytanie.

W kwestionariuszu internetowym ankiety zostało zamieszczone również jedno pytanie otwarte, w którym respondenci zostali poproszeni o opisanie znaczenia, jakie nadają uczestnictwu w fandomie („Napisz, jaką wartość ma dla Ciebie uczestnictwo w fandomie/-ach internetowym/-ych”). Odpowiedzi zostały przeanalizowane, dzięki czemu wyłoniono sześć podstawowych kategorii, do których można zaliczyć treść odpowiedzi. Wiele z nich zaliczono do kilku kategorii, w takim przypadku łączono symbole kategorii (np. AB, ABC itd.). Klucz filtrowania wspomnianych wyników zamieszczono w tabeli 6., a w kolumnie „przykład odpowiedzi” wskazano płeć (K, M) oraz wiek respondenta.

Tabela 6. Klucz przypisywania kategorii jakościowych dla odpowiedzi o wartość uczestnictwa w fandomach internetowych

| Symbol kategorii | Opis kategorii | Przykład odpowiedzi |
|------------------|---|---|
| A | Fandom jako rozrywka, sposób spędzania wolnego czasu, odskocznia od rzeczywistości | <i>Cóż, dla mnie to tylko zabawa, chociaż pochłania dużo mojego czasu. (K16)</i> |
| B | Fandom jako miejsce poznawania nowych ludzi i wymiany poglądów | <i>W zasadzie to żadna wartość, jestem w nim, bo lubię kreatywność ludzi, którzy do niego należą. (K23)</i> |
| C | Fandom jako przestrzeń rozwijania hobby i zainteresowania produktem kultury popularnej, źródło informacji | <i>Z fandomu można dowiedzieć się ciekawych informacji na temat serialu i aktorów, być na bieżąco, poznać teorie, zainspirować się np. wystrojem nawiązującym do serialu. (K16)</i> |
| D | Fandom jako pasja, miejsce samorealizacji, źródło szczęścia, nieodłączna część życia, jest bardzo ważny | <i>Uczestniczenie w takich fandomach jest dla mnie wszystkim, całym moim życiem. (M15)</i> |
| E | Fandom jako rodzina, miejsce akceptacji i bliskich relacji społecznych, poczucie przynależności | <i>To taki drugi dom. (K14)</i> |
| F | Nieprzywiązywanie większej wagi do fandomu | <i>Jest sobie tak po prostu, nic wyjątkowego. (K16)</i> |
| Brak danych | 29 (18,5%) | |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wskazawszy kategorie oraz ich egzemplifikację, zamieszczamy tabelę 7. z częstościami i procentami występowania danych odpowiedzi dla grupy fan-twórców.

Tabela 7. Częstości występowania odpowiedzi w danej kategorii (lub kombinacji) znaczeniowej

| Symbol kategorii | Częstości | % | Symbol kategorii | Częstości | % |
|------------------|-----------|-------|------------------|-----------|-------|
| A | 5 | 3,2% | CE | 3 | 1,9% |
| B | 7 | 4,5% | DE | 5 | 3,2% |
| C | 14 | 8,9% | ABC | 4 | 2,5% |
| D | 9 | 5,7% | ABD | 2 | 1,3% |
| E | 4 | 2,5% | BCD | 6 | 3,8% |
| F | 1 | 0,6% | BCE | 4 | 2,5% |
| AB | 5 | 3,2% | BDE | 2 | 1,3% |
| AC | 3 | 1,9% | CDE | 1 | 0,6% |
| AD | 1 | 0,6% | ABCE | 1 | 0,6% |
| BC | 39 | 24,8% | BCDE | 1 | 0,6% |
| BD | 6 | 3,8% | brak danych | 29 | 18,5% |
| BE | 4 | 2,5% | SUMA | 154 | 100% |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych

Największy odsetek odpowiedzi dotyczył wypowiedzi, które zawierały kategorię BC: „Fandom jako miejsce poznawania nowych ludzi i wymiany poglądów” oraz „Fandom jako przestrzeń rozwijania hobby i zainteresowania produktem kultury popularnej, źródło informacji”. Aby porównać najczęściej pojawiające się kategorie odpowiedzi wśród twórców i nie-twórców, zestawiono zsumowane częstości występowania danych kategorii (ponieważ większość przypisywała więcej niż jedno znaczenie, wartość częstości kategorii przewyższa liczbę respondentów).

Tabela 8. Sumy częstości występowania danej kategorii odpowiedzi dla twórców i nie-twórców

| | A | B | C | D | E | F | Suma | Brak danych |
|--|----------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|---------------|----------------------------|
| twórcy (<i>n</i> = 155) | 21 (8,86%) | 81 (34,17%) | 76 (32,07%) | 33 (13,92%) | 25 (10,55%) | 1 (0,42%) | 237 (100%) | 29 (18,70% z <i>n</i>) |
| nie-twórcy (<i>n</i> = 215) | 34 (14,23%) | 77 (32,22%) | 93 (38,91%) | 13 (5,44%) | 17 (7,11%) | 5 (2,09%) | 239 (100%) | 68 (31,62% z <i>n</i>) |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych

Pierwszą informację, którą warto odnotować z tabeli 8., jest fakt, że twórcy o wiele częściej nadają więcej znaczeń dla swojego uczestnictwa w fandomie internetowym niż nie-twórcy. Wskazuje na to suma częstości występowania kategorii, która jest niemalże identyczna dla jednych i drugich (podczas gdy grupa twórców jest mniejsza o 60 respondentów).

Po drugie, zauważamy, iż nie-twórcy znacznie częściej przypisują swojemu uczestnictwu w fandomie internetowym znaczenie kategorii A („Fandom jako rozrywka...”), niż

twórcy, którzy z kolei uzyskali większy wskaźnik procentowy dla kategorii D („Fandom jako pasja...”) i E („Fandom jako rodzina...”).

Różnicę między nastawieniami twórców a nie-twórców można dostrzec również w odpowiedziach na pytanie wielokrotnego wyboru o określenie relacji, jakie panują w fandomie internetowym *Sherlock Polska*. Wyniki zaprezentowano poniżej (co koresponduje z wynikami z tabeli 8.).

Tabela 9. Jak określiłbyś/-łabyś relacje w fandomie?

| Odpowiedź | Twórcy (N = 155) | | Nietwórcy (N = 215) | |
|-----------------------------------|------------------|---------------|---------------------|---------------|
| bardzo bliskie relacje | 35 | 17,77% | 23 | 9,42% |
| koleżeńskie/przyjacielskie | 125 | 63,45% | 127 | 52,05% |
| obojętne | 27 | 13,70% | 86 | 35,25% |
| negatywne | 2 | 1,02% | 2 | 0,82% |
| inne | 8 | 4,06% | 6 | 2,46% |
| SUMA | 197 | 100% | 244 | 100% |

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych

Dane te wskazują, iż w grupie nie-twórców odnotowano niższe wskazanie odpowiedzi „bardzo bliskie relacje” oraz wyższy odsetek odpowiedzi „obojętne”. W odpowiedziach „inne” była możliwość wpisania własnego tekstu, jednak nie przeważała żadna ze skrajnych możliwości.

Interesujące rozróżnienie można także zauważyć, porównując odpowiedzi na pytanie o uczestnictwo w wydarzeniach fanowskich, takich jak *konwenty*⁴⁴ i *meety*⁴⁵. Wśród respondentów-twórców 45 osób zadeklarowało, iż uczestniczy w takich spotkaniach (28,66%); 2 osoby nie udzieliły odpowiedzi; natomiast wśród nie-twórców było to jedynie 22 respondentów (10,32%); również 2 osoby nie odpowiedziały na to pytanie.

Po przeanalizowaniu publikowanych treści zawartych w grupie *Sherlock Polska* (1 maja – 20 lipca 2017 r.) zaobserwowaliśmy, iż panuje tam przyjazna atmosfera, a fan-twórcy mogą liczyć na docenienie i konstruktywną krytykę. Jednym z przykładów fanowskiej samopomocy może być dyskusja, jaka pojawiła się pod postem umieszczonym (10.07.2017) przez fankę, która podzieliła się swoim *fanartem* przedstawiającym jedną z bohaterek serialu telewizyjnego *Sherlock*. Odbiór wizualny grafiki wskazywał na niezaawansowane umiejętności artystyczne autorki, która sama zatytułowała post: „próbowałam narysować Irene Adler. Oceniajcie w komentarzach <serduszko>⁴⁶”. Pod *fanartem* błyskawicznie rozgorzała dyskusja oraz pojawiły się ikony reakcji: „Lubię to!”=61; „Ha ha”=48; „Super”=26; „Przykro mi”=6; „Wow”=3; „Wrr”=0. Zamieszczone pod rysunkiem komentarze współfanów

⁴⁴ Oficjalne spotkania fanów, najczęściej organizowane jako impreza weekendowa, występują w formule ogólnopolskiej i międzynarodowej. Najczęściej dotyczą różnych dzieł kultury. Nieodłącznym elementem *conventów* są konkursy *coseplayowe* i spotkania z twórcami/artystami.

⁴⁵ Nieoficjalne spotkania fanów w formule kameralnej o charakterze lokalnym. Zazwyczaj trwają kilka godzin, w programie najczęściej przewidziany jest wspólny posiłek, rozmowy oraz gry.

⁴⁶ Zachowano pisownię oryginalną.

można skategoryzować jako: jednoznacznie pozytywne = 13; neutralne⁴⁷ = 13, jednoznacznie negatywne = 12 oraz te dotyczące odwołań, aby post zobaczyła inna osoba = 8.

Przykładem udzielenia fance konstruktywnej krytyki jest następujący komentarz:

A teraz czas na konstruktywną krytykę. Jak sama chyba wiesz, rysunek nie jest wspaniały i musisz się z tym liczyć, ale jeśli będziesz pracować i trzymać się rad, które dostajesz, z pewnością uda ci się osiągnąć wyższy poziom. Począwszy od szkicu – odnoszę wrażenie, że wykonujesz go dość agresywnie, spróbuj rysować delikatniej. Wykonuj także linie pomocnicze (które później zmażesz) i rysuj szczegóły, po prostu bądź dokładna, bo widać na przykład, że oczom brakuje rzęs i linii powiek, także na twarzy nie widać żadnych zmarszczek, które przy portretach są ważne, aby oddać podobieństwo. Czy mi się zdaje, czy przerysowywałaś postać, patrząc jedynie na zdjęcie Irene Adler i nie spoglądając na to, co rysujesz? To wyjaśniałoby brak symetrii i kanciaste kształty (widzimy to na przykład przy uszach). Przy portretowaniu bardzo ważne jest zachowanie symetrii i proporcji, jest to praca żmudna, dlatego następnym razem poświęć rysunkowi więcej czasu. Patrz na zdjęcie – patrz na swój szkic. Krok po kroczku. Kolorowanie u ciebie wygląda znów na agresywne (pamiętam to z malowania prac na plastikę w szkole podstawowej, „byle by skończyć i oddać pracę”). Pociągaj pędzlem czy tam kredką delikatnie, a przy farbках używaj różnych rodzajów pędzli. Przy oczach, nosie i ustach, ogólnie twarzy, potrzebne jest więcej cieni, to są małe szczegóły, ale rysownik musi na nie zwracać uwagę. Staraj się być bardzo ostrożna przy kolorowaniu, bo u ciebie wygląda to na użycie zbyt dużej ilości wody i siły. Jedyne, co pochwalę, to łączenie kolorów na twarzy – nie jest idealne, ale jak na twój poziom wygląda nieźle. Rysuj na kartce do tego przeznaczonej, albo po prostu grubszej, żeby uniknąć „falowania” i gnieceń. Szkic powinien być mniej widoczny w efekcie końcowym. Póki co radzę ci rysować z głowy i ćwiczyć poszczególne części, a dopiero później zabrać się do rysowania portretu. Na razie wyrabiaj styl i rękę⁴⁸.

Również interesująca wydaje się wypowiedź współfanki, która zareagowała na nieprzyjemne komentarze umieszczone pod postem:

Myślałam, że to post na Widzorożkach Olsikowej i już chciałam mocno oburzyć się z powodu chamskich, nie wnoszących konstruktywnej krytyki komentarzy. Nie jest to grupa dotycząca rysowania ani artystów, także niektórzy (większość) poczuli się na tyle swobodnie, by wyrazić swoje negatywne zdanie i rozbawienie poprzez niemiłe i kpiące uwagi. Nie bronię rysunku, ponieważ również uważam, że wiele mu brakuje, ale należy pamiętać, że post nie został wygenerowany automatycznie ani przez robota, a stworzyła go osoba, którą wasze komentarze mogły urazić. Łatwym wyjaśnieniem jest: „W życiu nie ma sprawiedliwości i nie każdy będzie miły”, jednak na takiej grupie moglibyśmy dbać o moralność i kulturę wypowiedzi. Nie wiemy, ile lat ma autorka – nie wiemy więc także, jaki poziom wiekowy sobą reprezentuje. Nie każdy jest stary, doświadczony, nie każdy ma dystans i nie każdy wie, co wypada. Jesteśmy tutaj różni i to też

⁴⁷ Przykład takich komentarzy: „wspieramy, wspieramy”, „będzie dobrze” do tej kategorii dołączono również udzielane rady dotyczące techniki.

⁴⁸ Zachowano oryginalną pisownię.

bywa fajne. Osobiście nie czułabym się na tyle pewna swoich możliwości, żeby, będąc na miejscu autorki, opublikować pracę, ale może ona czuła potrzebę pochwalenia się, była dumna z rysunku, cokolwiek. No trudno. Koniec apelu⁴⁹.

Jak można wydedukować z drugiego komentarza, powszechnie panująca kultura hejtu niekiedy obserwowana jest również na tego rodzaju grupach. Jednak warto pamiętać o 61 reakcjach „Lubię to!”, 26 reakcjach „Super!” a także o 13 komentarzach pozytywnych i takiej samej liczbie komentarzy neutralnych zamieszczonych pod postem. Zdecydowana reakcja autorki drugiego komentarza nie jest odosobnionym przypadkiem w tego rodzaju społecznościach, co świadczy o tym, iż fandom internetowy stanowi pozytywną przestrzeń dla twórców. We wcześniej omawianym pytaniu otwartym, dotyczącym uczestnictwa w fandomie internetowym, jedynie 20 respondentów napisało o jego wadach, z czego jedynie 3 badanych wskazało zjawisko hejtu.

Wnioski końcowe

Wspólnota fanów zrzeszonych w fandomie internetowym *Sherlock Polska* stanowi przystań dla osób szukających kontaktu z drugim człowiekiem, zrozumienia siebie oraz własnej twórczości w atmosferze szacunku i psychicznego bezpieczeństwa. Web 2.0 dało szansę wielu amatorom na rozwinięcie swojego talentu oraz publikację własnej twórczości, co niegdyś było zarezerwowane jedynie dla wykształconych i odkrytych przez autorytety artystów. Członkowie grupy *Sherlock Polska* tworzą własne dzieła artystyczne, a dominującą formą jest *fanfiction* oraz *fanart*.

Z prezentowanych badań wynika, iż fan-twórcy bardziej pozytywnie oceniają relacje panujące w fandomie internetowym niż ich koledzy, którzy nie tworzą. Ci pierwsi częściej też angażują się w pozawirtualną aktywność fandomu (*meety* i *conventy*) oraz częściej przypisują uczestnictwu w grupie takie znaczenie jak: życiowa pasja, miejsce samorealizacji, nieodłączna część życia oraz środowisko akceptacji i bliskich relacji społecznych. Prawie połowa respondentów-twórców przynależy do fandomu dłużej niż rok, co może świadczyć o satysfakcji z uczestnictwa w tej grupie. Analiza ilości oraz jakości udzielanych w grupie *Sherlock Polska* komentarzy pod postami z szeroko rozumianymi *fanartami* wskazuje, że ten fandom internetowy jest przyjazną przestrzenią dla twórców, niezależnie od poziomu ich zdolności artystycznych, czego egzemplifikacją był omówiony wcześniej przykład. Występują również niekiedy przejawy nieuzasadnionej krytyki lub hejtu, jednak zjawiska te znajdują się w mniejszości i należy je traktować jako przynależne do ogólnej tendencji społecznej oraz specyfiki Internetu, a nie jako element samego fandomu internetowego.

Powyższe rozważania potwierdzają, że fandom internetowy jest faktycznie przyjazną przestrzenią dla współczesnych twórców, co jednocześnie oznacza, iż internetowe społeczności fanów stanowią interesujące pole badawcze dla badaczy społecznych, w szczególności zainteresowanych twórczością.

⁴⁹ Zachowano oryginalną pisownię.

Bibliografia

- Czaplińska A., Siuda P., *Fandomy jako element ruchu społecznego „wolnej kultury”, czyli prawo autorskie a produktywność fanów* [w:] *Homo Creator czy Homo Ludens? Twórcy–internauci–podróżnicy*, red. W. Muszyński, M. Sokołowski, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 50–60.
- Costello V., Moore B., *Cultural outlaws: an examination of audience activity and online television fandom*, „*Television & New Media*” 2007, vol. 8, nr 2, s. 124–143.
- Ćwikiel A., *Między narracją a serializacją: fenomen „Star Trek”* [w:] *Między powtórzeniem a innowacją. Seryjność w kulturze*, red. A. Kisielewska, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2004, s. 263–273.
- Godzic W., *Rozumieć telewizję*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2001.
- Góralski A., *Być nowatorem. Poradnik twórczego myślenia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1990.
- Heath J., Potter A., *Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa 2010.
- Jankowski D., *Wartości – aktywność artystyczna – paradygmaty działalności kulturalnej* [w:] *Edukacja kulturalna i aktywność artystyczna*, red. D. Jankowski, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 1996, s. 23–52.
- Karwowski M., *Kreatywność – feeria rozumień, uwikłań, powodów. Teoretyczno-empiryczna prolegomena* [w:] *Kreatywność (nie tylko) w klasie szkolnej*, red. M. Karwowski, A. Gajda, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010, s. 12–44.
- Kaufman J.C., *Kreatywność*, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010.
- Keen A., *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Kluszczyński R. W., *Spółczesność informacyjna. Cyberkultura. Sztuka multimedialności*, Wydawnictwo Rabid, Warszawa 2001.
- Kobu A., Krzyżanowska J., *Słownik fandomu i fanfiction* [w:] *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*, red. P. Grochowski, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2013, s. 301–359.
- Kotowski B., *Język. Bunt. Tożsamość. Socjologiczno-antropologiczne studium empiryczne subkultury młodzieżowej rap*, Rozpisani.pl, Warszawa 2016.
- Muggleton D., *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.
- Nęcka E., *Proces twórczy i jego ograniczenia*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 1999.
- Pietrasiniński Z., *Myślenie twórcze*, PZWS, Warszawa 1969.
- Siuda P., *Fanfiction – przejaw medialnych fandomów* [w:] *Człowiek a media. Obserwacje – wizje – obawy*, red. W. Gruszczyński, A. Hebda, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2007, s. 143–157.
- Siuda P., *Fani jako specyficzna subkultura konsumpcji. Pomiędzy fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi* [w:] *Czas ukończy nas? Jakość życia i czas wolny*

- we współczesnym społeczeństwie, red. W. Muszyński, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008, s. 60–71.
- Siuda P., *Jednostkowe aspekty bycia fanem, czyli w stronę nowego paradygmatu fan studies*, „Kultura i Edukacja” 2010, nr 4, s. 74–94.
- Siuda P., *Od dewiacji do głównego nurtu – ewolucja akademickiego spojrzenia na fanów*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 3, s. 87–100.
- Siuda P., *Młodzieżowe subkultury. Między fanatyczną konsumpcją a oporem przeciwko konsumeryzmowi* [w:] *Młodzież jako problem i jako wyzwanie ponowoczesności*, „Z prac Sekcji Socjologii Edukacji i Młodzieży PTS”, red. K. Szafraniec, t. III, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 203–215.
- Siuda P., *Ankieta internetowa: zalety i wady – rekapitulacja* [w:] *Metody badań online*, red. P. Siuda, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk 2016, s. 28–81.
- Suchodolski B., *Młodzież–młodość–sztuka* [w:] *Sztuka dla najmłodszych. Teoria–receptcja–oddziaływanie*, red. M. Tyszkowa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa–Poznań 1977, s. 12–30.
- Szuman S., *O sztuce i wychowaniu estetycznym*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1975.
- Tokarz A., Poznańska M., *Jedna czy wiele koncepcji twórczości?* [w:] *Edukacja artystyczna a metafora*, red. W. Limont, B. Didkowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008, s. 87–99.

SUMMARY

Marta Trusewicz-Pasikowska, Konrad Pasikowski

The Internet fandom as a friendly space for creators, on the example of the ‘Sherlock Polska’ group. The research report

This article discusses the issue of the Internet fandom as a friendly space for creators. The theoretical outline, methodology of research and its outcomes are presented and the research question ‘Is the Internet fandom in the Polish Facebook group ‘Sherlock Polska’ a friendly space for creators?’ is answered. The survey was conducted among Sherlock Holmes’ fans using an online questionnaire (n = 370).

Key words: fan, Internet fandom, creativity, social community, Internet.

Data wpływu artykułu: 9.08.2017 r.

Data akceptacji artykułu: 12.02.2018 r.