

## Internet a rozwój społeczności fanowskich na przykładzie polskich fanów serialu *Star Trek*

### Media we współczesnym społeczeństwie

Zdaniem wielu współczesnych badaczy społecznych, obserwujemy obecnie zjawisko nadejścia nowego typu społeczeństwa zastępującego masowe społeczeństwo przemysłowe. Wybitny badacz tych przemian Manuel Castells twierdzi, że społeczeństwo wchodzi obecnie w epokę nowego paradygmatu technologicznego – informacjonalizmu, który zastępuje paradygmat kapitalistycznego industrializmu<sup>1</sup>. Nowe technologie informacyjne pozwalają na większą wydajność przetwarzania informacji oraz na rekombinację i elastyczność ich rozpowszechniania. Tak jak społeczeństwo masowe było produktem mechanistycznej techniki, masowych rynków konsumpcyjnych i środków masowego przekazu, tak społeczeństwo epoki informacjonalizmu jest synergicznym efektem rozwoju technik informacyjnych, ideologii wolności i rynków opartych na swobodzie wyboru.

Informacjonalizm staje się podstawą dla społeczeństwa sieciowego organizującego się wokół sieci telekomunikacyjnych i komputerowych, przede wszystkim internetu. Zdaniem Castellsa, sieć komputerowa jest prawdziwie rewolucyjną technologią właśnie ze względu na swoją interaktywność oraz możliwość połączenia się każdego z każdym, co między innymi sprzyja oddolnie inspirowanej współpracy. Zmiany czysto technologiczne wiążą się z przemianami społecznymi. Komunikacja ludzka i organizująca ją kultura odwzorowują internetową hipertekstową strukturę: nie są linearne, nie są hierarchiczne i nie są zamkniętą całością. Inny wpływowy badacz współczesnego społeczeństwa Barry Wellman podkreśla, że dominującym wzorem uspołecznienia przestają być grupy charakteryzujące się jasno określonymi granicami i silną wewnętrzną więzią, a zaczynają być luźne sieci społeczne: „wspólnoty składające się z jednostek” (*person-*

---

<sup>1</sup> M. Castells, *Spółeczeństwo sieci*, Warszawa 2007.

może stać się każdy bez względu na swoją rolę społeczną i formalne kompetencje. Wskutek tego zwiększa się ilość dostępnych informacji. Oprócz informacji o najbardziej istotnych publicznie kwestiach, w internecie można znaleźć również informacje o zjawiskach niszowych interesujących niewielką liczbę osób.

Choć początkowo wieszczono upadek tradycyjnych mediów masowych, które miały być jakoby całkiem zastąpione przez internet, z czasem okazało się, że raczej współlistnieją one z internetem i zmieniają się pod jego wpływem (podobnie zresztą jak pod ich wpływem zmienia się też internet)<sup>7</sup>. Treści przekazywane za pośrednictwem mediów masowych są materiałem omawianym, przerabianym i współtworzonym przez użytkowników Internetu. Bywają też dla nich inspiracją do stworzenia na ich podstawie własnych utworów. Proces konwergencji mediów zachęca bowiem dotychczasowych biernych odbiorców do podejmowania twórczej aktywności. Jak ujął to Henry Jenkins, „konwergencja obejmuje nie tylko materiały produkowane komercyjnie i usługi krążące w dobrze uregulowanych, przewidywalnych obwodach. [...] Konwergencja następuje także, gdy ludzie biorą media w swoje ręce”<sup>8</sup>. Osoby, które do tej pory musiały zadowolić się rolą biernych odbiorców, stają się w ten sposób współtwórcami przekazywanej poprzez media kultury. Henry Jenkins określa to zjawisko mianem kultury partycypacji.

Należy podkreślić, że internet zachęca również, aby robić to wspólnie z innymi ludźmi. Dzięki komunikacji internetowej użytkownicy zainteresowani pewnymi kwestiami mogą podsumować posiadaną przez siebie wiedzę, dzielić się nią i wspólnie tworzyć na jej podstawie nowe treści. Pierre Lévy określa to zjawisko mianem zbiorowej inteligencji (*collective intelligence*). Jest ona efektem mobilizacji zdolności czy wiedzy pojedynczych jednostek, podlega nieustannemu wzbogacaniu w kolejnych interakcjach, a pełny wyraz zyskuje dzięki internetowi, ponieważ jego sieciowa struktura umożliwia nieustanną dystrybucję wiedzy wśród wszystkich użytkowników<sup>9</sup>. Na skutek zapośredniczonej przez internet współpracy pomiędzy jednostkami powstaje nowa forma społeczna, którą Howard Rheingold (2002) nazwał *smart mob*. Jest to rodzaj oddolnie powstającego ruchu społecznego, którego uczestnicy organizują się dzięki nowym technologiom i działają razem po to, żeby zrealizować wspólny (doraźny lub długofalowy) cel<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> T. Goban-Klas, *Ontologia Internetu*, [w:] *Społeczeństwo informacyjne – wizja czy rzeczywistość?*, red. L.H. Haber, t. 1, Kraków 2004.

<sup>8</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 22.

<sup>9</sup> P. Lévy, *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, New York 2000.

<sup>10</sup> H. Rheingold, *Smart Mobs. The Next Social Revolution. Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*, Cambridge: Basic Books 2002.

## Wpływ internetu na funkcjonowanie społeczności fanowskich

Możliwości internetu sprawiają, że staje się on naturalnym środowiskiem, w którym rozwijają się społeczności fanowskie (fandomy). Społeczności te skupiają odbiorców pewnych tekstów medialnych wyjątkowo zaangażowanych w proces odbioru, wielokrotnie odczytujących te teksty, posiadających dużą wiedzę na ich temat i darzących je głębokimi pozytywnymi emocjami<sup>11</sup>. Uczestnictwo w społeczności fanowskiej może być dla nich źródłem poczucia przynależności do szerszej wspólnoty ludzi o podobnych zainteresowaniach czy poglądach. Wytwarza się ono na skutek współdziałania, wymiany doświadczeń wynikających z aktywnego odbioru danych utworów. Niekiedy fani silnie identyfikują się z obiektem swojej adoracji, a nawet przejmują pewne jej cechy<sup>12</sup> (np. fani *Star Treka* przebiegają się za bohaterów serii).

Charakterystyczne dla społeczności fanowskich jest to, że ich członkowie są rozproszeni terytorialnie. Przed nastaniem internetu fani integrowali się za pośrednictwem korespondencji, gazet (w tym także amatorskich, tzw. fanzinów) poświęconych przedmiotowi ich uwielbienia oraz poprzez organizowane co jakiś czas zloty. Komunikacja pomiędzy oddalonymi od siebie terytorialnie wielbicielami jakiegoś zjawiska była więc dość trudna. Upowszechnienie internetu stało się potężnym impulsem do rozwoju fandomów, ponieważ dzięki sieci fani mogli odnaleźć innych fanów, niekoniecznie obecnych w ich społecznym środowisku. W sieci pojawiło się wiele miejsc, w których fani mogą wirtualnie się spotykać, wymieniać opinie i pogłębiać swoją wiedzę na temat interesującego ich zjawiska. Wirtualne społeczności fanów przyczyniają się do rozwoju fandomów również dlatego, że są źródłem życia towarzyskiego i stymulują powstawanie relacji, które mogą znaleźć swoją kontynuację poza internetem<sup>13</sup>.

Fani często też próbują w pewnym sensie przyczynić się do rozwoju zjawiska, które ich zafascynowało. Służy temu amatorska twórczość, którą można określić jako twórczość fanowską. Przez to pojęcie można rozumieć tworzone przez fanów opowiadania (*fanfiction*), rysunki, piosenki, filmy, gazetki (fanziny) czy strony internetowe związane z danym obszarem kultury. Twórczości fanowskiej sprzyja sam charakter współczesnej kultury popularnej. Jak zauważa John Fiske, w produktach kultury popularnej występują liczne sprzeczności i niedociągnięcia, co powoduje u fanów brak satysfakcji w odbiorze i chęć wzięcia sprawy

<sup>11</sup> W. Godzic, *Rozumieć telewizję*, Kraków 2001.

<sup>12</sup> Por. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

<sup>13</sup> P. Siuda, *Wpływ internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów*, [w:] *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*, red. M. Sokołowski, Toruń 2008.

w swoje ręce<sup>14</sup>. Wydaje się, że uprawianie takiej twórczości to najwyższy stopień fanowskiego zaangażowania, ponieważ wymaga dokładnego zaznajomienia się z dziedziną, która fanów interesuje, oraz poświęcenia sporych nakładów (np. czasu, pieniędzy). Tego rodzaju twórczość jest ściśle związana z internetem<sup>15</sup>. Sieć w prosty i tani sposób pozwala twórcom dotrzeć ze swymi utworami w krótkim czasie do szerokich rzesz odbiorców. Łatwo jest też uzyskać ich szybką reakcję na publikowane utwory. Twórcy łatwo mogą się z nimi komunikować, wysłuchać ich ewentualnych sugestii, a także wciągnąć ich w tworzony przez siebie projekt. Dzięki komunikacji internetowej łatwo jest też znaleźć inne osoby, które podzielają te same zainteresowania, stworzyć wraz z nimi własne projekty z zakresu twórczości fanowskiej, koordynować prace.

Twórczość fanowską można postrzegać jako ważne uzupełnienie dla kultury popularnej przekazywanej poprzez tradycyjne media masowe. Aktywność odbiorców sprawia, że utwory kultury popularnej przestają być zwykłym przekazem, a stają się żywym zjawiskiem społecznym angażującym ludzi i ich emocje. Fani-twórcy przejawiają przy tym wobec interesującego ich zjawiska emocjonalną bliskość, ale zarazem także krytyczny dystans<sup>16</sup>. Fani bywają bowiem bardzo krytyczni wobec fascynującego ich fragmentu kultury; paradoksalnie, najbardziej surowymi krytykami bywają najbardziej oddani fani. Z tego też względu fani niekiedy organizują się po to, aby wymusić na producentach pewne rozwiązania (np. fabularne) w zakresie interesującego ich fragmentu kultury. Stworzenie własnego utworu inspirowanego danym zjawiskiem bywa formą buntu wobec producentów, którzy często zdaniem fanów nie rozumieją idei zjawiska, do którego mają formalne prawa. Odwołując się do omawianego tu zjawiska, można zadać w tym miejscu pytanie: do kogo należy *Star Trek* jako pewna treść kultury? Do wytwórni Paramount Pictures, która zdaniem wielu fanów w swoich ostatnich produkcjach wypacza ideę tej serii, czy też właśnie do fanów, którzy w amatorskich utworach starają się pokazać *Star Trek* „taki, jaki powinien być”?

Jak zauważa Henry Jenkins, niektórzy fani poniekąd dopasowują w ten sposób odbierany tekst do siebie, interpretują go nie zgodnie „oficjalną” wykładnią, ale z własnymi ideami, rozbijają teksty na części i dowolnie wykorzystują pewne fragmenty, tworząc samodzielnie nowe treści. Jenkins określa tę sytuację jako „kłusownictwo” (*poaching*): fani tworzą nową, alternatywną kulturę z elementów „upolowanych” w oficjalnych przekazach i przetworzonych wedle własnych

<sup>14</sup> J. Fiske, *The Cultural Economy of Fandom*, [w:] *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, red. L. A. Lewis, London–New York 1992.

<sup>15</sup> Por. K. Hellekson, K. Busse, *Fan Fiction and Fan Community in the Age of Internet*, McFarland 2006.

<sup>16</sup> Por. W. Godzic, *op. cit.*

upodobań<sup>17</sup>. Spektakularnym przykładem takiego „kłusownictwa” są *fanfiction* zwane *slash*, które przedstawiają oryginalnych bohaterów w nietypowych konfiguracjach erotycznych, najczęściej homoseksualnych. Nazwa pochodzi od znaku *slash* umieszczonego pomiędzy imionami postaci przedstawionych w danym *fanfiction*. Pierwszym tego rodzaju *fanfiction* było opowiadanie *Kirk/Spock* wydane w 1970 r. w jednym z fanzinów. *Fanfiction* ukazujące tych bohaterów w homoseksualnej relacji są po dziś dzień niezwykle popularne w internecie. Co ciekawe, zarówno tego typu *slash*, jak i wszelkie opowiadania dotyczące relacji emocjonalnych między postaciami, są zwykle dziełem kobiet<sup>18</sup> (podczas gdy autorami parodii są w przeważającej większości mężczyźni)<sup>19</sup>.

Twórczość fanowska często bywa jednak także przedmiotem krytyki. Jest bowiem najczęściej dziełem amatorów, co skutkuje bardzo nierówną jakością publikowanych w internecie utworów, a w egalitarnej, sieciowej strukturze internetu nie podlegają one żadnej selekcji<sup>20</sup>. Twórczość fanowska spotyka się także z zarzutem bezprawnego korzystania z własności intelektualnej wypracowanej przez innych. Fanowskie filmy czy opowiadania są bowiem osadzone w uniwersach stworzonych przez przemysły kulturowe, które posiadają prawa do większości treści zaliczanych do sfery kultury popularnej. Co więcej, interpretacje dokonywane poprzez twórczość fanowską stoją czasem w jaskrawej sprzeczności z intencjami twórców oficjalnych utworów (jak ma to miejsce choćby w przypadku twórczości spod znaku *slash*). Takie zarzuty wydają się przejawem opisywanego przez Henry’ego Jenkinsa zderzenia starych i nowych mediów. Wielkie wytwórnie są bowiem związane z tradycyjnymi mediami masowymi, które dystrybuują wytwarzane przez nie treści. Tymczasem internet dzięki swojej strukturze, technicznym rozwiązaniom i możliwościom jest naturalnym środowiskiem dla tworzenia się kultury oddolnej, łączącej dowolnie bardzo różne elementy wytworzone także przez przemysły kulturowe, kultury często obrazoburczej, ale i płodnej<sup>21</sup>. Jej rozwój podlega jednak ograniczeniom, które próbują narzucić przemysły kulturowe dysponujące prawami autorskimi do wytwarzanych przez siebie treści. Środowiska biznesowe, nie chcąc uszczuplać swoich potencjalnych zysków, pragną jak najbardziej zwiększyć zakres obowiązywania praw autorskich<sup>22</sup>. Te próby ogra-

<sup>17</sup> H. Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*, New York–London 1992.

<sup>18</sup> C. Bacon-Smith, *Enterprising Women. Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Pennsylvania 1991.

<sup>19</sup> H. Jenkins, *Kultura...*, *op. cit.*

<sup>20</sup> Por. A. Keen, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, Warszawa 2007.

<sup>21</sup> H. Jenkins, *Kultura...*, *op. cit.*

<sup>22</sup> L. Lessig, *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*, Warszawa 2005.

Paramount Pictures zdecydowała się wówczas na stworzenie kolejnego serialu: *Star Trek: The Next Generation*, który nie tylko cieszył się ogromną popularnością wśród widzów, ale również był ceniony za intelektualny potencjał oraz za walory artystyczne, czego wyrazem było kilkanaście nagród Emmy oraz kilkadziesiąt nominacji do tej nagrody (a także wiele innych wyróżnień w dziedzinie SF). Kolejne filmy pełnometrażowe (*Star Trek: The Final Frontier*, *Star Trek: The Undiscovered Country*, *Star Trek: Generations*, *Star Trek: The First Contact*, *Star Trek: Insurrection*, *Star Trek: Nemesis*) oraz kolejne serie (*Star Trek: Deep Space Nine*, *Star Trek: Voyager* oraz *Enterprise*), z których część powstała już bez udziału zmarłego w 1991 r. Gene'a Rodenberry'ego, były różnej jakości i zdaniem wielu fanów nie dorównywały poziomem wcześniejszym produkcjom. Ogromne kontrowersje wzbudził jedenasty film z serii zatytułowany po prostu *Star Trek* w reżyserii J.J. Abramsa. Część publiczności uznała ten znakomicie dopracowany pod względem wizualnym obraz za odrodzenie serii, część – w tym zwłaszcza najbardziej ortodoksyjnych fanów – skrytykowała za splotenie przestania ideologicznego oryginalnego *Star Treka*.

Fani serii od początku byli ważną częścią tego zjawiska popkultury, jakim jest *Star Trek*<sup>26</sup>. Byli w stanie zorganizować się już w latach 60. podczas emisji pierwszego sezonu serialu i wymusić na wytwórni wyprodukowanie trzeciego. Z czasem stworzyli jedną z najbardziej prężnych społeczności fanowskich, znaną jako *Trekkers* (czasem określaną też jako *Trekkies*). Wielowątkowa, poruszająca różne problemy fabuła zachęcała wielbicieli serii do licznych spotkań i dyskusji. Jak pisze Eric Davis, „Trekkers nadali serialowi rezonans i głębię, napędzając go osobistymi interpretacjami, zbiorowymi rytuałami i głębokim poczuciem zabawy”<sup>27</sup>. Życie tej społeczności koncentruje się wokół trekowych konwentów i wydarzeń związanych ze *Star Trekiem* (np. premiery). Wybrani fani zostali też zaproszeni jako statyści do udziału w filmie *Star Trek: The Motion Picture*. Nowy wymiar istnieniu trekkerskiej społeczności przyniósł internet. Oprócz wielu oficjalnych i nieoficjalnych serwisów i forów internetowych w sieci pojawiły się różne formy amatorskiej twórczości inspirowanej *Star Trekiem*. Oprócz licznych opowiadań fani tworzą amatorskie filmy, z których najbardziej znane to: serial *Star Trek: The New Voyages* (pomyślane jako kontynuacja serii oryginalnej) oraz trzyodcinkowy miniserial *Star Trek: Of Gods and Men* (którego akcja rozgrywa się we wszechświecie alternatywnym). Warto też zaznaczyć, że w projektach tych biorą niekiedy udział scenarzyści i aktorzy występujący w oficjalnych produkcjach. Wszystkie te utwory są dystrybuowane przez internet.

<sup>26</sup> 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.

<sup>27</sup> E. Davis, *TechGnoza. Mit, magia + mistycyzm w wieku informacji*, Poznań 2002, s. 228.

*Fanfiction* bywa niekiedy próbą wywarcia wpływu na oficjalnych producentów; w amatorskich filmach czy opowiadaniach pojawiają się pomysły na nowe wątki albo na alternatywne rozwiązania fabularne. Z tego też względu zdarzało się, że twórcy *Star Treka* przyjmowali scenariusze nadesłane przez fanów i kręcili według nich odcinki serialu. Oficjalne *imprimatur* uzyskują też najlepsze opowiadania stworzone przez fanów, które są profesjonalnie wydawane w zbiorze zatytułowanym *Star Trek: Strange New Worlds*.

## *Star Trek* w Polsce

W Polsce *Star Trek* nie cieszy się zbyt dużą popularnością. Wydaje się, że wynika to przede wszystkim z faktu, że nigdy żaden z seriali ani filmów nie był emitowany przez ogólnie dostępną telewizję w porze dużej oglądalności. Dość powiedzieć, że serial *Star Trek: The Original Series* został po raz pierwszy w Polsce wyemitowany przez ogólnie dostępną stację telewizyjną dopiero w 2007 roku! Większość fanów zaczęła swoją przygodę ze *Star Trekiem* od oglądania serialu *Star Trek: The Next Generation*, który emitowany był przez TVP1 w paśmie porannym na początku lat 90. Serial ten, podobnie jak serial *Star Trek: Deep Space Nine*, pokażała później także telewizja TVN, ale również nie w porze najlepszej oglądalności. Seriale i filmy są natomiast od przełomu wieków dość często nadawane przez stacje kodowane.

Trudno się dziwić, że w tej sytuacji fani *Star Treka* są w Polsce nieliczni. Stanowią jednak całkiem prężnie działającą społeczność. Wyraźny impuls do rozwoju tej społeczności dała popularyzacja internetu. W sieci fani niszowych zjawisk mogą bowiem odnaleźć innych ludzi o podobnych zainteresowaniach. W ich najbliższym otoczeniu trudno jest zwykle znaleźć osoby, które interesowałyby się tym samym zjawiskiem, zwłaszcza jeśli jest ono niezbyt popularne w dominujących mediach masowych.

Początkowo fani *Star Treka* w celu integracji wykorzystywali takie internetowe narzędzia komunikacyjne, jak kanały IRC, Usenetowa grupa dyskusyjna pl.rec.fantastyka.startrek oraz listy dyskusyjne. Pod koniec lat 90. założono nieformalną organizację zrzeszającą polskich Trekkerów Polski Oddział Gwiezdnej Floty, która porozumiewała się poprzez listy dyskusyjne i kanały IRC.

Obecnie aktywność społeczności fanów *Star Treka* koncentruje się przede wszystkim wokół dwóch serwisów: powstałego w 2002 r. trek.pl (Twój Sposób na Sci-Fi) oraz powstałego w 2004 r. startrek.pl (USS Phoenix); istnieje również wiele innych mniejszych, niekiedy lokalnych, serwisów fanowskich. Częścią niektórych z nich, w tym dwóch największych, są fora dyskusyjne, gdzie użytkow-

nicy mogą wymieniać się wiedzą i opiniami na temat ich ulubionego zjawiska. Fora te są też miejscem, w którym rozwija się życie towarzyskie. Rozmowy nie dotyczą wyłącznie *Star Treka*, ale również kultury, problemów politycznych czy społecznych, a także niekiedy kwestii osobistych. Popularne są też działy przeznaczone wyłącznie „pogaduszkom na różne tematy”: na forum USS Phoenix służy temu *topic* „Kawiarenka”, na *trek.pl* dział „Mesa”. Sprzyja to powstawaniu nieformalnej, koleżeńskiej atmosfery. Użytkownicy często podkreślają, że dana społeczność i kontakty z innymi fanami są dla nich ważną i cenną częścią życia<sup>28</sup>. Wiele nawiązywanych tam relacji znajduje swoją kontynuację poza internetem. Jak wykazał Piotr Siuda w swoich badaniach poświęconych polskim fandomom (m.in. fandomowi *Star Treka*) społeczności fanowskie integrują się przez internet i stanowią dla swoich członków źródło wsparcia, informacji, poczucia przynależności i tożsamości społecznej<sup>29</sup>. Wspólnoty charakteryzujące się takimi cechami francuski uczyony Michel Maffesoli nazwał sieciowymi plemionami (*tribus*). Nie są one wyznaczone odgórnie przez struktury społeczne, ale są rezultatem ludzkich działań, kontaktów i interakcji. Dlatego też mają emocjonalny, zmienny i nietrwały charakter. Powstają spontanicznie w odpowiedzi na instynktowną potrzebę bycia z innymi ludźmi<sup>30</sup>. Grupy takie wpisują się zarazem w opisywany przez B. Wellmana sieciowy model integracji społecznej: łączą indywidualne jednostki pochodzące z różnych miejsc i komunikujące się ze sobą najczęściej za pośrednictwem internetu. Jednak zarazem realizuje się w nich pierwotna ludzka potrzeba przynależności<sup>31</sup>. Marilyn Ferguson nazywa w tym kontekście sieci społeczne nowoczesnym odpowiednikiem dawnego plemienia, który zaspokaja starą potrzebę wspólnotowości<sup>32</sup>.

W 2008 r. zostało zorganizowane ogólnopolskie spotkanie fanów: TrekSfera. Pomysł na jego organizację pojawił się na forum USS Phoenix na początku 2008 r. (w jednym z tematów użytkownik Psyker napisał wtedy: „No to jak panowie (i panie?) – ożywiemy polską... Treksferę? OOO, TrekSfera – i już mamy pomysł na nazwę. Widzicie, jak szybko to idzie? Ach, ten brainstorming...”<sup>33</sup>). Była to jednak

<sup>28</sup> Por. np. <http://www.startrek.pl/forum/index.php?action=vthread&forum=1&topic=2095&page=0> (1.12.2009).

<sup>29</sup> P. Siuda, *op. cit.*

<sup>30</sup> M. Maffesoli, *Czas plemion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, Warszawa 2008.

<sup>31</sup> B. Wellman, C. Haythornthwaite, *op. cit.*

<sup>32</sup> M. Ferguson, *The Aquarian Conspiracy. Personal and social transformation in the 1980*, podaję za: J. Naisbitt, *Megatrendy: dziesięć nowych kierunków zmieniających nasze życie*, Poznań 1997, s. 241.

<sup>33</sup> <http://www.startrek.pl/forum/index.php?action=vthread&forum=4&topic=2094#msg96615> (1.12.2009).



stosunkowo niewielka impreza o raczej czysto towarzyskim charakterze. Kolejny zlot zorganizowany w 2009 r. jako część większego konwentu poświęconego fantastyce zgromadził znacznie większą liczbę fanów, którzy mogli uczestniczyć w licznych dyskusjach, grach i konkursach. Oddolny sposób organizacji tego konwentu, współpraca pomiędzy osobami z różnych środowisk oraz koordynowanie prac przez internet pozwalają rozpatrywać ruch na rzecz zorganizowania TrekSfery jako przejaw opisywanego przez H. Rheingolda zjawiska *smart mobs*.

Funkcjonowanie społeczności polskich fanów *Star Treka* można rozpatrywać też w kontekście „zderzenia starych i nowych mediów”. Intensywny rozwój społeczności fanowskiej, który należy łączyć z popularyzacją internetu, był też zapewne związany z dostępnością w sieci pirackich kopii filmów i seriali. To, czego nie można było obejrzeć w oficjalnych mediach, fani nielegalnie ściągali z internetu. Można przy tym uznać ten proces za korzystny w ostatecznym rozrachunku także dla producentów, którzy zyskali w ten sposób grupę wiernych konsumentów, skłonnych zaopatrywać się także w legalne produkty związane z ulubioną marką, gdy tylko stały się one dostępne w Polsce. Fani są bowiem często najwierniejszą grupą konsumentów skłonnych zakupić wszystko, co dotyczy ich ulubionego świata<sup>34</sup>. „Piractwo”, zwiększając wiedzę konsumentów na temat danego produktu, może się zatem przyczynić do wzrostu popytu na produkty legalne<sup>35</sup>.

W internecie fani mogą też gromadzić i dystrybuować między sobą wiedzę na temat przekazywanego za pośrednictwem mediów masowych uniwersum *Star Treka*. W tym celu ciągle rozwijana jest *Memory Alpha* – polska wersja serwisu typu wiki stanowiącego kompendium wiedzy na temat *Star Treka*. Od 2004 r. powstaje też „Pathfinder”, gazetka internetowa, która co kilka miesięcy oferuje pisane przez fanów artykuły na tematy związane z uniwersum Gene’a Roddenberry’ego oraz z innymi światami *science-fiction*. Ponadto nowe wiadomości na tematy szeroko związane ze *Star Trekiem* pojawiają się nieustannie w prowadzonych przez fanów serwisach.

Uniwersum *Star Treka* stanowi też inspirację dla amatorskiej twórczości. Projektem, który angażuje niemal całą społeczność fanowską, jest tworzony obecnie przez kilka osób z tego grona film zatytułowany *Horizon*, którego akcja ma rozgrywać się w realiach *Star Treka*. Pomysł nakręcenia fanowskiego filmu został przedstawiony przez jednego z użytkowników forum *trek.pl*, a następnie podchwycony przez inne osoby. Prace nad filmem są koordynowane przez internet; gotowy film ma być także dystrybuowany w sieci. Twórcy projektu podkreślają jego niekomercyjny i czysto fanowski charakter, choć zarazem przykładają dużą

<sup>34</sup> 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, Toruń 2008.

<sup>35</sup> H. Jenkins, *Kultura...*, *op. cit.*