

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**«ΕΙΔΩΛΑ ΚΑΙ ΟΠΑΔΟΙ ΣΤΟ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ: ΜΙΑ ΠΑΛΙΑ ΣΧΕΣΗ ΣΤΟ
ΝΕΟ ΠΕΔΙΟ ΟΡΑΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ WEB»**

Νάταλη Μιχαηλίδου

Λεμεσός 2015

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή Εργασία:

**«ΕΙΔΩΛΑ ΚΑΙ ΟΠΑΔΟΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ:
ΜΙΑ ΠΑΛΙΑ ΣΧΕΣΗ ΣΤΟ ΝΕΟ ΠΕΔΙΟ
ΟΡΑΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ WEB»**

Νάταλη Μιχαηλίδου

Επιβλέπων καθηγητής

Δρ. Διονύσης Πάνος

Λεμεσός 2015

Πνευματικά Δικαιώματα

Copyright © Νάταλη Μιχαηλίδου, 2015

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Είδωλα και Οπαδοί στο Διαδίκτυο: Μια παλιά σχέση στο νέο πεδίο ορατότητας του Web» εκπονήθηκε από τη Νάταλη Μιχαηλίδου, φοιτήτρια του Τμήματος Ε.Σ.Δ του ΤΕ.ΠΑ.Κ υπό την επίβλεψη του Λέκτορα Διονύση Πάνου και ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2015.

Η σχέση οπαδού με το είδωλο προϋπήρχε από παλιά μέσα από κοντινή επαφή, ενώ τα τελευταία χρόνια αυτό έχει αλλάξει. Αυτή η σχέση έχει πάρει μια νέα μορφή λόγω της εμφάνισης του διαδικτύου που αποτελεί το νέο πεδίο ορατότητας του web. Οι θεωρίες που αφορούν τον οπαδισμό μελετούν ως «κοινωνικά» ή «επικοινωνιακά φαινόμενα», όλες αυτές τις σχέσεις που δημιουργούν τα διάσημα πρόσωπα κυρίως από το χώρο του «θεάματος» (μουσική, κινηματογράφος, αθλητισμός) με τους «οπαδούς» τους.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η περαιτέρω έρευνα για το φαινόμενο του οπαδισμού μέσα από το νέο πεδίο ορατότητας του web. Πιο συγκεκριμένα εξετάζεται η συμπεριφορά των οπαδών στο Διαδίκτυο, ο βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του καθώς και τα χαρακτηριστικά των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου». Τέλος, μέσα από την παρούσα έρευνα θα εξεταστεί πιο συγκεκριμένα η συμπεριφορά της νεολαίας της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα, το πώς συντηρείται αυτή η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο καθώς και θα μελετηθεί εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη της παρούσας έρευνας είναι η ποιοτική ανάλυση των δεδομένων από συνεντεύξεις εις βάθος με 26 Κύπριους οπαδούς της Rihanna, ούτως ώστε να μελετηθούν οι προθέσεις, οι αξίες, οι στάσεις και οι πεποιθήσεις που κρύβονται πίσω από κάθε ανθρώπινη ατομική συμπεριφορά.

Μέσα από την ανάλυση των δεδομένων των συνεντεύξεων προέκυψαν τα εξής συμπεράσματα. Γενικά φαίνεται ότι οι Κύπριοι οπαδοί χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθημερινά για την ενημέρωση σχετικά με το είδωλο τους. Επίσης δεν τους ενοχλεί το γεγονός ότι θεωρείται «απομακρυσμένο» είδωλο γιατί μέσω του διαδικτύου μειώνονται οι χωροχρονικές αποστάσεις, και δημιουργείται το φαινόμενο της εξ αποστάσεως οικειότητας αφού το διαδίκτυο δίνει την ψευδαίσθηση της πρόσωπο με πρόσωπο σχέσης με το είδωλο. Παράλληλα φαίνεται έντονα ότι υπάρχει μεγάλος βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του κυρίως με έμμεσο τρόπο, επιλέγοντας δηλαδή ένα συγκεκριμένο κομμάτι από το όλο σύνολο (εξωτερικά, εσωτερικά ή επαγγελματικά χαρακτηριστικά). Επιπρόσθετα η σχέση τους φαίνεται να συντηρείται μέσα από το διαδίκτυο, δείχνοντας οι οπαδοί τον θαυμασμό τους κυρίως ακολουθώντας την Rihanna στα κοινωνικά δίκτυα. Τέλος, φαίνεται να υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά επιφάνειας συγκεκριμένων τμημάτων του «ακροατηρίου», και έτσι δημιουργούνται τάσεις που συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα όπως για παράδειγμα η επιλογή τους για το ίδιο είδος μουσικής (RnB,Pop).

Λέξεις – κλειδιά: είδωλο, οπαδός, συμπεριφορά στο διαδίκτυο, ταύτιση, ακροατήριο, πρότυπο

Ευχαριστίες

Η παρούσα εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς την υποστήριξη όσων μου συμπαραστάθηκαν κατά την διάρκεια εκπόνησής της. Ιδιαίτερα θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου στον επιβλέποντα καθηγητή κ. Διονύσιο Πάνο, λέκτορα του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου για την πολύτιμη βοήθεια του. Χωρίς τις συμβουλές και την μεγάλη υπομονή που τον διακατέχει δεν θα ολοκληρωνόταν επιτυχώς η παρούσα πτυχιακή εργασία.

Επιπρόσθετα θα ήθελα να εκφράσω ιδιαίτερες ευχαριστίες στους γονείς μου και στην αδερφή μου για την συμπαράσταση τους, όχι μόνο για τις ατελείωτες ώρες μελέτης και συγγραφής της παρούσας πτυχιακής εργασίας αλλά και καθ' όλης της διάρκειας της πανεπιστημιακής μου πορείας.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω και τους υπόλοιπους καθηγητές μου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου, οι οποίοι όλα αυτά τα χρόνια με εφοδίασαν με όλη την απαραίτητη γνώση για την πανεπιστημιακή εξέλιξη μου.

Περιεχόμενα

Πνευματικά Δικαιώματα.....	iii
Περίληψη	iv
Ευχαριστίες.....	v
Περιεχόμενα.....	vi
Συντομογραφίες	viii
Απόδοση Όρων	ix
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	1
Κεφάλαιο 2: Περιγραφή Προβλήματος – Αναγκαιότητα Μελέτης.....	4
Κεφάλαιο 3: Θεωρητικό Πλαίσιο	5
3.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	5
3.2 Θεωρητικό Πλαίσιο.....	5
Κεφάλαιο 4: Ερευνητικά Ερωτήματα.....	12
Κεφάλαιο 5: Μεθοδολογία	13
5.1 Συλλογή Δεδομένων.....	14
5.2 Πληθυσμός Ενδιαφέροντος και Δειγματοληψία	15
5.3 Ανάλυση Δεδομένων και Συνεντεύξεων.....	15
Κεφάλαιο 6: Αποτελέσματα	16
6.1 Γενικές πληροφορίες.....	16
6.2 Εισαγωγικές ερωτήσεις.....	16
6.3 Συμπεριφορά οπαδών στο διαδίκτυο	17
6.4 Βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο	19
6.5 Χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου	24
Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα και Θέματα προς Μελλοντική Διερεύνηση.....	28
7.1 Συμπεράσματα	28
7.1.1 Συμπεριφορά οπαδών στο διαδίκτυο	28
7.1.2 Βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο	29
7.1.3 Χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος τους ακροατηρίου.....	31
7.2 Θέματα προς Μελλοντική Διερεύνηση.....	32
Βιβλιογραφία	33
Ελληνική Βιβλιογραφία	33

Αγγλική Βιβλιογραφία	34
Παράρτημα.....	36
Επεξήγηση Βασικών Όρων	36
Ερωτήσεις Ημι-δομημένων Συνεντεύξεων	37

Συντομογραφίες

ΤΕ.ΠΑ.Κ.: Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Ε.Σ.Δ.: Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου

Μ.Μ.Ε: Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Απόδοση Όρων

Fan	<i>A fan of classic violin music / an Arsenal fan</i> enthusiast, devotee, admirer, lover, addict, supporter, follower.
Icon	<i>An icon of the Madonna hangs on the wall</i> image, idol, portrait, likeness, representation, symbol, figure, statue, model.

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

Η παρούσα έρευνα εστιάζει το ενδιαφέρον της στα είδωλα και στους οπαδούς που αποτελούν μια παλιά σχέση «εξάρτησης», μέσα όμως από το διαδίκτυο το οποίο αποτελεί το νέο πεδίο ορατότητας του web.

Σύμφωνα με την θεωρία του Jean Baudrillard, η «πραγματικότητα» που παράγεται από τα αντικείμενα δεν είναι αυθεντική, είναι μια «προσομοίωση» της, είναι η «υπερπραγματικότητα». Η απόλυτη κυριαρχία της «εικόνας» αλλά και της «συμβολικής αξίας» των πραγμάτων δημιουργεί γύρω μας μια «εικονική» πραγματικότητα, δηλαδή τίποτε δεν είναι «αυθεντικό», τα πάντα είναι οι «εικόνες» τους, τα «ομοιώματα» τους, για παράδειγμα τα γεγονότα συμβαίνουν στα media και στην τεχνολογία προτού καν συμβούν στην πραγματικότητα. Ουσιαστικά ο Baudrillard λέει ότι «η ψευδαίσθηση είναι ο θεμελιακός κανόνας των πάντων». Η τεράστια βιομηχανία του θεάματος και της ψυχαγωγίας, των ειδήσεων και της ενημέρωσης, του αθλητισμού και του υπερκαταναλωτισμού, δημιουργούν μια πραγματική «έκσταση της επικοινωνίας» για το σύγχρονο άνθρωπο, μέσω της οποίας μπορεί να αποδράσει στην υπερπραγματικότητα η οποία παράγεται από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, την επικοινωνία και τα media.

Οι κούκλες manekén παρουσιάζουν το στιγμιότυπο ενός σώματος που δεν θέλει τίποτα να πει και το οποίο δεν έχει τίποτα να πει, απλώς υπάρχει εκεί και ασκεί πάνω στους θεατές του μιαν αποχαυνωτική επίδραση (Baudrillard, 1991). Μέσα από αυτό αναγεννάται το ερώτημα εάν αυτή η αποχαυνωτική επίδραση μπορεί να ασκηθεί και στους οπαδούς (fans) που θεωρούν ως είδωλα τους τις διασημότητες μέσα στο διαδίκτυο. «Κούκλες manekén» μπορούν να ονομαστούν και οι «φωτογραφίες» των διασημοτήτων στο διαδίκτυο, αφού είναι στατικές. Είναι και αυτές το στιγμιότυπο ενός σώματος που δεν θέλει τίποτα να πει και το οποίο δεν έχει τίποτα να πει, ασκεί όμως στους οπαδούς μια επίδραση. Για παράδειγμα οι εικονικές εικόνες από διασημότητες όπως η Marilyn Monroe, ο Elvis Presley, και ο Michael Jordan διαποτίζουν την συλλογική και πολιτιστική συνείδησή μας (Soukup, 2006).

Ο άνθρωπος είναι αποξενωμένος από τον εαυτό του, από τους πολλαπλούς κλώνους του και από όλα αυτά τα ισομορφικά «εγώ» (Baudrillard, 1991). Ίσως αυτή η αποξένωση να προέρχεται μέσα από το διαδίκτυο και τους κλώνους που αναγεννιούνται μέσα από τους χρήστες και πιο συγκεκριμένα μέσα από τους οπαδούς των διασημοτήτων. Η ώθηση των οπαδών στον κανόνα του «πρέπει να είμαστε όλοι ίδιοι, αφού ακολουθούμε την τάδε διασημότητα» γίνεται όλο και πιο ισχυρή μέσα από τα media.

Το φανταστικό είναι η σμικρυσμένη μορφή της ψευδαίσθησης της ιδιοφυίας και του βασιλείου των μεταμορφώσεων (Baudrillard, 1991). Οι οπαδοί μέσα από το «φανταστικό» κόσμο που δημιουργούν από μόνοι τους, προσελκύουν κι άλλους με τις ίδιες τάσεις που ακολουθούν αυτοί, με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια σμίκρυνση της ψευδαίσθησης της «ιδιοφυίας» που αποτελεί την διασημότητα, και του βασιλείου των «μεταμορφώσεων» που ουσιαστικά είναι η μεταμόρφωση των οπαδών. Πώς μεταμφιέζεται κανείς; Πώς

υποκρίνεται; Πώς βρίσκει την καλύτερη απάντηση μέσα στη μεταμφίεση, στη σιωπή, στο παιχνίδι των σημείων, την αδιαφορία – μέσα σε μια στρατηγική των φαινομένων (Baudrillard, 1991);

Μέσα από την κοινωνία του θεάματος, έχουμε και την ανάδυση της πολιτικής οικονομίας, της αξίας της χρήσης και της ανταλλαγής (Baudrillard, 1991). Το μοιραίο αποτελείται από την έκσταση του κοινωνικού (η μάζα), του σώματος (η παχυσαρκία), του σεξ (το άσεμνο), της βίας (ο τρόμος), της πληροφορίας (η προσποίηση, η υπόκριση) και τέλος το όμορφο (η μόδα) (Baudrillard, 1991). Οι οπαδοί των διασημοτήτων συνδέουν όλα αυτά τα στοιχεία και δημιουργούν την δική τους ταυτότητα ανάλογα με την διασημότητα που θεωρούν ως είδωλο τους.

Ο Allport (1925) αναφέρει ότι ο προσδιορισμός της κοινωνικής ψυχολογίας ως η μελέτη του τρόπου με τον οποίο τα άτομα επηρεάζονται από την πραγματική ή την φανταστική παρουσία των άλλων συνδέεται άμεσα με την κοινωνική επιρροή (αναφέρεται σε Γαρδικιώτης, 2008). Παράλληλα όπως υποστηρίζουν οι Forgas & Williams (2001), κάθε διαπροσωπική συμπεριφορά περιλαμβάνει αμοιβαίες διαδικασίες επιρροής, καθώς ο άνθρωπος έχει την ικανότητα να επηρεάζει και να επηρεάζεται μέσα από την κοινωνική του ζωή (αναφέρεται σε Γαρδικιώτης, 2008). Η δεύτερη ιστορική φάση της έρευνας της κοινωνικής επιρροής (τέλη δεκαετίας 1960 μέχρι το 1980), ασχολείται με τη μειονοτική επιρροή δηλαδή με τη δύναμη που έχουν οι μειονότητες να επηρεάζουν την πλειοψηφία μιας ομάδας. Η συγκεκριμένη φάση συνδέεται με την παρούσα έρευνα, μέσα από την επιρροή που δέχονται οι οπαδοί από την διασημότητα που έχουν ως είδωλο τους. Επιπρόσθετα η μειονοτική επιρροή είναι δυνατή, χάρη στα ύψη συμπεριφοράς τα οποία επιδεικνύουν οι μειονότητες κατά την αλληλεπίδραση τους με τον στόχο της επιρροής τους (Moscovici, 1979 αναφέρεται σε Παπαστάμου, 1989). Επιπλέον υπάρχουν οκτώ φάσεις της ζωής, ξεκινώντας από τη γέννηση και τελειώνοντας με το θάνατο μέσω της οποίας ένας υγιής άνθρωπος ωριμάζει. Σε κάθε φάση, οι άνθρωποι βιώνουν μια ξεχωριστή σύγκρουση ή πρόκληση που αποτελεί ένα σημείο καμπής για προσωπική ανάπτυξη ή αποτυχία (Erikson, 1959 αναφέρεται στο Harrington & Bielby, 2010).

Συγκεκριμένα μέσα από την παρούσα έρευνα εξετάζεται η συμπεριφορά των Κύπριων οπαδών στο Διαδίκτυο, αφού η χρήση του διαδικτύου στην Κύπρο έχει αυξηθεί ραγδαία από το 2000 και φαίνεται ότι έχει αρχίσει να αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας τους (Δεμερτζής κ.α., 2010). Επιπλέον εξετάζεται ο βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του καθώς και τα χαρακτηριστικά των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου». Τέλος, μέσα από την παρούσα έρευνα θα εξεταστεί πιο συγκεκριμένα η συμπεριφορά της νεολαίας της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα, το πώς συντηρείται αυτή η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο καθώς και θα μελετηθεί εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα.

Στη συνέχεια περιγράφεται τι θα περιέχει η κάθε ενότητα της παρούσας έρευνας, όπως για παράδειγμα η περιγραφή του προβλήματος και η αναγκαιότητα μελέτης, η βιβλιογραφική επισκόπηση καθώς και το θεωρητικό πλαίσιο που έχουν χρησιμοποιηθεί. Μετέπειτα γίνεται μια περιγραφή των ερευνητικών ερωτημάτων, της μεθοδολογίας που

έχει χρησιμοποιηθεί για να επιτευχθούν πιο εμπειριστατωμένα αποτελέσματα, της ανάλυσης δεδομένων των συνεντεύξεων για την επίτευξη της παρούσας έρευνας και των αποτελεσμάτων της, των συμπερασμάτων και των μελλοντικών θεμάτων προς διερεύνηση, και τέλος παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την παρούσα έρευνα καθώς και τα παραρτήματα.

Κεφάλαιο 2: Περιγραφή Προβλήματος – Αναγκαιότητα Μελέτης

Γενικότερα υπάρχει το πρόβλημα το οποίο περιγράφεται κυρίως από την σχέση που δημιουργείται μεταξύ του οπαδού και της διασημότητας που θεωρεί ως είδωλο του. Συνήθως υιοθετεί τις τάσεις του συγκεκριμένου ειδώλου που έχει ως πρότυπο του, και πιο συγκεκριμένα το τρόπο ένδυσης ή ακόμα και τις απόψεις που ενστερνίζεται σε κάποια θέματα. Με αυτό το τρόπο ο οπαδός χάνει την δική του ταυτότητα δημιουργώντας μια άλλη, η οποία έχει χαρακτηριστικά από τον ίδιο και από το είδωλο που ακολουθεί με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια υβριδική ταυτότητα. Το πρόβλημα μεγιστοποιείται λόγω της έλευσης του διαδικτύου όπου υπάρχουν πολλές ευκαιρίες σύνδεσης του οπαδού με το είδωλο του, ακόμα και με απομακρυσμένα είδωλα όπως στην περίπτωση των Κύπριων οπαδών της Rihanna στην παρούσα έρευνα.

Σύμφωνα με τον Turner (1991), εμπλέκεται παράλληλα, η σημασία του όρου της κοινωνικής επιρροής η οποία αναφέρεται στις διαδικασίες μέσω των οποίων οι άνθρωποι επηρεάζουν έμμεσα ή άμεσα τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις πράξεις των άλλων (αναφέρεται σε Γαρδικιώτης, 2008). Καθώς επίσης αναφέρεται και σε μια αλλαγή των κρίσεων, απόψεων και στάσεων ενός ατόμου που είναι αποτέλεσμα της έκθεσης στις κρίσεις, απόψεις και στάσεις άλλων ατόμων (Van Avermaet, 1996 αναφέρεται σε Παπαστάμου, 1989).

Κατά την άποψη μου είναι αναγκαία η μελέτη του συγκεκριμένου θέματος διότι θα είναι πολύ ενδιαφέρον να ερευνηθεί η συμπεριφορά της νεολαίας της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα, λόγω της απόστασης δηλαδή που τους χωρίζουν με την διασημότητα που έχουν ως είδωλο τους. Επιπλέον, θα ήταν εξίσου ενδιαφέρον να ερευνηθεί το πώς συντηρείται αυτή η σχέση τους, αφού κυρίως γίνεται μέσα από το Διαδίκτυο και επιπρόσθετα εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα «πρότυπα». Έχει έντονο ενδιαφέρον το να ερευνηθεί κατά πόσο το απλό κοινό επηρεάζεται από τα λεγόμενα των τραγουδιστών, τις εκφράσεις τους, τον τρόπο ένδυσης τους και τις απόψεις τους περί θέματα αξιών όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία. Τα 3 ερωτήματα που προκύπτουν από την αναγκαιότητα μελέτης αναφέρονται πιο κάτω:

- Πώς συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα;
- Πώς συντηρείται η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο;
- Υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα «πρότυπα»;

Κεφάλαιο 3: Θεωρητικό Πλαίσιο

3.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Όσον αφορά την βιβλιογραφική ανασκόπηση που έγινε, έχει επιλεγθεί να χρησιμοποιηθεί η έρευνα που αφορά την εξέταση του οπαδισμού στον αθλητισμό στο Ηνωμένο Βασίλειο, η οποία είναι μια συγκριτική ανάλυση στις συμπεριφορές των οπαδών, στις διεργασίες κοινωνικοποίησης, και στην ταυτοποίηση της ομάδας από τους Parry, Jones και Wann το 2014. Ο λόγος που έχει επιλεγθεί η συγκεκριμένη έρευνα ήταν για την πρώτη μεταβλητή που χρησιμοποιεί που αφορά τις συμπεριφορές των οπαδών η οποία έχει χρησιμοποιηθεί και σε αυτή την εργασία.

Οι τέσσερις μεταβλητές, όπως φαίνονται και στον τίτλο της έρευνας, ήταν η συμπεριφορά των οπαδών του αθλητισμού, δηλαδή πόσο συχνά βλέπουν αθλήματα στην τηλεόραση, ακούνε τα αθλητικά στο ράδιο, παρακολουθούν ζωντανά αθλητικές εκδηλώσεις, τα συζητούν με άλλους και πόσο συχνή είναι η πρόσβαση τους στο διαδίκτυο. Η δεύτερη μεταβλητή αφορά τον ρόλο που έχουν οι γονείς, οι φίλοι, το σχολείο και η κοινωνία σε αυτές τις διεργασίες κοινωνικοποίησης των οπαδών. Η τρίτη μεταβλητή αφορά την ταύτιση με τον κοινωνικό ρόλο του οπαδού του αθλητισμού, δηλαδή ποιός θεωρεί ότι τον επηρεάζει περισσότερο στην απόφαση του να γίνει οπαδός αθλητισμού, εάν δηλαδή αυτοί είναι οι γονείς, οι φίλοι, το σχολείο ή η κοινωνία. Και τέλος, η τέταρτη μεταβλητή αφορά την ταυτοποίηση της ομάδας, δηλαδή την ψυχολογική σύνδεση που νιώθει ότι έχει ο οπαδός με την ομάδα του.

Επιπρόσθετα, έδωσαν ερωτηματολόγια σε ένα δείγμα των 252 φοιτητών από ένα πανεπιστήμιο του Ηνωμένου Βασιλείου. Συμπερασματικά βρήκαν διαφορές μεταξύ των φύλων στη συμπεριφορά, για παράδειγμα οι άντρες ανέφεραν μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής από τις γυναίκες (γενικά, είτε πρόσβασης τους στο διαδίκτυο είτε παρακολούθησης αθλητικών εκδηλώσεων). Η κοινωνικοποίηση του οπαδού του αθλητισμού φαίνεται να ταυτίζεται περισσότερο με τον κοινωνικό ρόλο που έχει ο «πατέρας» στην ζωή του οπαδού. Η ταυτοποίηση με την ποδοσφαιρική ομάδα και ο οπαδισμός ήταν σημαντικοί παράγοντες πρόβλεψης της συμπεριφοράς των οπαδών. Παράλληλα έγινε και μια σύγκριση των Βρετανών φιλάθλων με αποτελέσματα από άλλες έρευνες για διαφορετικές χώρες και ένα συμπέρασμα ήταν ότι η συμπεριφορά των οπαδών του Ηνωμένου Βασιλείου ήταν πιο κοντά σε εκείνη των Αμερικανών και ιδιαίτερα των οπαδών της Αυστραλίας.

3.2 Θεωρητικό Πλαίσιο

Γενικά οι θεωρίες των «Fan Culture Studies» και «Fandom Studies» μελετούν ως «κοινωνικά» ή «επικοινωνιακά φαινόμενα», όλες αυτές τις σχέσεις που δημιουργούν τα διάσημα πρόσωπα κυρίως από το χώρο του «θεάματος» (μουσική, κινηματογράφος, αθλητισμός) με τους «οπαδούς» τους. Σε αυτό το κεφάλαιο οι όροι που θα

χρησιμοποιηθούν θα είναι στην αγγλική γλώσσα επειδή δεν υπάρχουν οι ακριβείς όροι μεταφρασμένοι στα ελληνικά.¹

Η θεωρία του «Digital Fandom» δείχνει την σχέση μεταξύ της χρήσης των οπαδών στο διαδίκτυο, τις διαδραστικές τεχνολογίες και τα νέα μέσα. Γενικότερα είναι ο φακός μέσω του οποίου μπορούμε να εστιάσουμε σε αλλαγές στο σύγχρονο τοπίο των μέσων ενημέρωσης. Σύμφωνα με τον Benkler (αναφέρεται στο Booth 2010), υπάρχουν αδιαμφισβήτητες εικασίες που έχει η σύγχρονη ανάλυση των Μ.Μ.Ε, όπως για παράδειγμα ότι οι παραδοσιακές θεωρίες τους καθώς και αυτές των πολιτισμικών σπουδών δεν μπορούν να εξηγήσουν τις δυνατότητες και την πραγματοποίηση των ενεργών πρακτικών. Πρέπει να επανεξετάσουμε τους παραδοσιακούς τρόπους που ασχολούνται με θέματα όπως η ιδιοκτησία, η πρωτοτυπία, η πατρότητα, η εμπορευματοποίηση και η πνευματική ιδιοκτησία στον ενεργό κόσμο. Τα μέσα όπως για παράδειγμα και οι οπαδοί, συνεχώς εξελίσσονται και είναι μόνο μέσα από μια συνεχή και άγρυπνη παρακολούθηση αυτών των αλλαγών που οι επιστήμονες, σπουδαστές και επαγγελματίες των Μ.Μ.Ε μπορούν να ελπίζουν ότι θα μείνουν ενεργοί. Τα νέα μέσα παράγουν νέους τρόπους του οπαδισμού, και εάν ένα αντικείμενο των μέσων «αποτελεί μέρος του εαυτού του οπαδού», τότε μια αλλαγή στο είδος των νέων μέσων θα επηρεάσει τον ίδιο τον οπαδό (Sandvoss, 2005a αναφέρεται στο Booth, 2008).

Η έναρξη του «Popular Media Fandom» γίνεται στις αρχές του 1930 και συμπίπτει με ένα σημαντικό σημείο στην ιστορία της δημοφιλούς τεχνολογίας των μέσων ενημέρωσης. Η σημασία των «Fan Studies» φαίνεται από την εμπλοκή τους και με άλλες μελέτες όπως το «Popular Culture Studies» δηλαδή τις σοβαρές, μη συγκαταβατικές μελέτες όλων των μορφών της μουσικής, συμπεριλαμβανομένης της υψηλής εμπορικότητας που προωθούνται από τη βιομηχανία του «προϊόντος» (Burns, 2004), καθώς και με αναλύσεις ακροατηρίου, μελέτες της επικοινωνίας, ψυχολογίας, μελέτες των μέσων ενημέρωσης και των τεχνολογικών σπουδών. Συμμετέχοντας ενεργά σε σχέσεις γύρω από ένα κοινό πάθος, οι νέοι έχουν ένα αυθεντικό κοινό που διαβάζει, ανταποκρίνεται και κάνει κριτική στο έργο των επιστημόνων για τον οπαδισμό (Curwood, 2013). Ο οπαδισμός μπορεί να λειτουργήσει σε ατομικό/ιδιωτικό επίπεδο είτε σε μια κοινότητα. Έτσι οι μελέτες των οπαδών εστιάζουν στην φύση της ταυτότητας – την ταύτιση δηλαδή του «οπαδού» με το «είδωλο», στην έννοια του κειμένου – δηλαδή τα posts που κάνουν στο διαδίκτυο και στα θέματα της κοινότητας – δηλαδή τα χαρακτηριστικά εκείνα των «οπαδών» ως ενός πολύ ειδικού και συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου». Οι οπαδοί έχουν την δική τους γλώσσα, που μερικές φορές ονομάζεται «fanspeak», όπου οι λέξεις και οι φράσεις έχουν προσαρμοστεί για να δημιουργήσουν μια διάλεκτο που μόνο από άλλους οπαδούς μπορεί να κατανοηθεί πλήρως (Gooch, 2008). Η μελέτη του οπαδισμού είναι ένα κρίσιμο εργαλείο για τον μεταβαλλόμενο ψηφιακό κόσμο. Οι οπαδοί χρησιμοποιούν συνήθως τις τεχνολογικές τους ικανότητες, την κοινόχρηστη νοημοσύνη τους, την ατομική βάση στις γνώσεις τους, τις δεξιότητες και την κοινωνική αλληλεπίδραση τους για να διερευνήσουν και να εξερευνήσουν τα Μ.Μ.Ε.

¹ Fan Culture Studies, Fandom Studies, Digital Fandom, Popular Media Fandom, Fan Studies, Popular Culture Studies, fanspeak, Aca-fan

Όπως έχει αναφέρει πρόσφατα ο Jenkins (αναφέρεται στο Booth 2010), το μέλλον των μέσων ψυχαγωγίας ανήκει στον «οπαδό». Όλοι είμαστε «οπαδοί». Μπορεί να είμαστε οπαδοί της μουσικής, των αθλημάτων ή και του φαγητού. Το ότι είμαστε οπαδοί κάποιας διασημότητας για παράδειγμα, θα στηριχτεί στην ταυτότητά μας και στην εκτίμησή μας για τον εν λόγω οπαδισμό. Όπως αναφέρει ο Sandvoss (αναφέρεται στο Booth 2010), ένα αντικείμενο των μέσων είναι μέρος του εαυτού του οπαδού, όπως κάποιοι οπαδοί χρησιμοποιούν την ταυτότητά τους ως οπαδοί είναι ένας τρόπος για να διαφοροποιηθούν από άλλα ακροατήρια των μέσων ενημέρωσης. Για να είναι ένας οπαδός σημαίνει ότι ταυτίζεται με ένα κείμενο στα μέσα ενημέρωσης, και μελετώντας τους οπαδούς, εξερευνούμε μερικούς από τους κύριους μηχανισμούς μέσω των οποίων αλληλεπιδρούμε με τον επικοινωνιακό κόσμο στην καρδιά των κοινωνικών, πολιτικών και πολιτιστικών πραγματικοτήτων και ταυτοτήτων. Ο Postigo (αναφέρεται στο Booth 2010), τονίζει ότι ο οπαδισμός γίνεται ένας τρόπος για να κατανοήσουμε τη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα, σε μια εποχή που τα M.M.E έχουν φτάσει σχεδόν στον κορεσμό της ζωής μας.

Η θεωρία στην οποία θα στηριχθεί η παρούσα έρευνα είναι το Digital Fandom το οποίο εξετάζει τον οπαδισμό ως έργο μιας συλλογικής κοινότητας. «Δεν είναι ένα κοινό, είναι μια κοινότητα» όπως αναφέρει ο Jenkins (2007). Με τον όρο «κοινότητα» αναφέρομαι στην κοινωνική ομάδα των ατόμων με κοινά συμφέροντα, που ενώνονται μεταξύ τους μέσω κάποιας μορφής μηχανισμού του μέλους. Ουσιαστικά είναι η αυτόματα επιλεγόμενη οργάνωση μιας ομάδας οπαδών που απολαμβάνουν υπάρχων αντικείμενο των μέσων ενημέρωσης, για παράδειγμα το Facebook, δημιουργώντας περιεχόμενο μέσα από αυτό. Η προηγμένη τεχνολογία των επικοινωνιών, ειδικά τα διαδραστικά δίκτυα υπολογιστών μπορούν να γίνουν χώροι για τη δημιουργία εντελώς νέων κοινοτήτων, το καθένα με μια ξεχωριστή λαογραφική παράδοση (Baym, 1993).

Ο Jenkins (αναφέρεται στο Booth 2010), βάζει τον οπαδισμό σε ένα χώρο μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή, μια μεταφορά που βασίζεται στην αγορά ή στο εμπόρευμα της οικονομίας. Ακαδημαϊκές μελέτες του οπαδισμού έχουν περιγράψει τους οπαδούς ως συνδυασμό τόσο των καταναλωτών όσο και των παραγωγών, αλλά εξακολουθούν να παραμένουν δεμένοι σε μια διμερή ένωση η οποία βλέπει τους οπαδούς ως παραγωγικούς σε σχέση με την καταναλωτική στάση τους. Ο οπαδός «καταναλώνει» το κείμενο το οποίο τα M.M.E παράγουν προκειμένου να πωλούν διαφημιστικό χρόνο. Αυτές οι μελέτες των οπαδών χρησιμοποιούν τη μεταφορά της οικονομίας της αγοράς για να περιγράψουν το έργο των οπαδών. Το Digital Fandom παρέχει μια ισορροπία σε αυτήν την «παραγωγική» διχοτόμηση της επικοινωνίας μέσω του Διαδικτύου, αποκαλύπτοντας την μη οικονομία της αγοράς με την προηγούμενη χρήση των M.M.E από τους οπαδούς. «Να δίνεις, να λαμβάνεις, να ανταλλάζεις», αυτά είναι τα δώρα που μπορούν να απολαμβάνουν οι οπαδοί όπως περιγράφει ο Rachael Sabotini (αναφέρεται στο Hellekson, 2009).

Ο οπαδός χαρακτηρίζεται συνεχώς ως ένας δυναμικός φανατικός. Αυτό σημαίνει ότι ο οπαδισμός θεωρείται υπερβολικός σε σημείο που συνορεύει με μια διαταραγμένη συμπεριφορά. Ο οπαδισμός επιπλέον, θεωρείται ως ένα ψυχολογικό σύμπτωμα υποτιθέμενης κοινωνικής δυσλειτουργίας. Ο οπαδός είναι κατανοητό ότι είναι ένα

αποτέλεσμα μιας διασημότητας που ορίζεται ως απάντηση στο σύστημα μέσω των οποίων λειτουργούν τα Μ.Μ.Ε.

Η ψυχική υγεία αναφέρεται από εμπειρογνώμονες οι οποίοι προσφέρουν τις περιγραφές των ψυχικών δυσλειτουργιών όπως η «ερωτομανία» και το «σύνδρομο του Οθέλλου», και δείχνουν ότι η αύξηση των επιθέσεων από τους οπαδούς προς τις διασημότητες μπορεί να οφείλεται σε μια όλο και πιο ναρκισσιστική κοινωνία ή ίσως η υπερβολική φαντασία μέσα από αυτά που βλέπουμε στην τηλεόραση. Ο Caughey (αναφέρεται στο Lewis 1992) περιγράφει πώς σε ένα μέσο όρο ηλικίας, οι διασημότητες λειτουργούν ως πρότυπα για τους οπαδούς που επιδίδονται σε «τεχνητές» κοινωνικές σχέσεις μαζί τους. Ένα μοντέλο του παθολογικού οπαδού είναι η εμμονή του όρου «μοναχικός» που υπό την επιρροή των Μ.Μ.Ε., έχει εισέλθει σε μια έντονη σχέση φαντασίας με μια διασημότητα. Ο χαρακτηρισμός «μοναχικός» μπορεί να αντιπαραβληθεί με μια άλλη εκδοχή της παθολογίας του οπαδού, την εικόνα ενός υστερικού μέλους του πλήθους. Οι κίνδυνοι από τη βία, το ποτό, τα ναρκωτικά, η σεξουαλική και φυλετική ανάμειξη συνδέεται με την δημοφιλή μουσική που ακούν οι νέοι. Πλήθη των οπαδών της μουσικής που είναι έφηβοι, απεικονίζονται ως ζωώδη όντα υπό την επήρεια των μουσικών που επιλέγουν να ακούσουν. Παράλληλα ο οπαδός χαρακτηρίζεται ως «μοναχικός» με εμμονές ο οποίος πάσχει από μια ασθένεια της απομόνωσης, ή ως ένα μέλος από το πλήθος το οποίο πάσχει από μια ασθένεια της μετάδοσης. Σε κάθε περίπτωση ο οπαδός θεωρείται ως παράλογος, εκτός ελέγχου και γίνεται ουσιαστικά θήραμα σε μια σειρά από εξωτερικές δυνάμεις. Η επιρροή των Μ.Μ.Ε., μια ναρκισσιστική κοινωνία, η υπνωτική ροκ μουσική και το πλήθος μετάδοσης, γίνεται μια επίκληση για να εξηγήσει πώς οι οπαδοί πέφτουν θύματα του οπαδισμού τους, και έτσι δρουν με καταστροφικούς τρόπους. Στις μελέτες που αφορούν οπαδούς τους αθλητισμού, η βία συνδέεται εννοιολογικά με την φασαρία του πλήθους ή του χουλγκανισμού στις ομαδικές αθλητικές εκδηλώσεις, ενώ στις Popular Culture Studies συνήθως θεωρείται ότι λαμβάνει την μορφή ενός μοναχικού οπαδού που καταδιώκει μια διασημότητα (Schimmel, Harrington & Bielby, 2007).

Η απουσία σταθερής ταυτότητας και σύνδεσης θεωρείται ότι αφήνει ανοιχτό το άτομο σε παράλογες προσφυγές. Με τη βελτίωση της διαφήμισης και των εκστρατειών των δημοσίων σχέσεων στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, μαζί με την επιτυχία του πολέμου της προπαγάνδας, και την δραματική αύξηση της δημοτικότητας του κινηματογράφου και του ραδιοφώνου, οι φόβοι των βιομηχανιών μεγάλωσαν. Φάνηκε ότι ο άνθρωπος ως μάζα θα μπορούσε πολύ εύκολα να γίνει θύμα της «πειθούς μάζας». Ο οπαδός που είναι «μοναχικός» με εμμονές είναι η εικόνα του απομονωμένου, του αποξενωμένου ανθρώπου από την μάζα. Αυτός ή αυτή είναι αποκομμένος/η από την οικογένεια, τους φίλους και την κοινότητα. Η ζωή του/της γίνεται όλο και περισσότερο κυριαρχημένη από μια παράλογη προσκόλληση σε μια διασημότητα, μια διεστραμμένη προσκόλληση που κυριαρχεί στην ύπαρξή του/της. Ο ευάλωτος, μοναχικός σύγχρονος άνδρας ή γυναίκα, παρασύρεται από τα Μ.Μ.Ε., στην φανταστική κοινωνία με τις διασημότητες, και διασχίζει τελικά αυτήν την γραμμή, παίρνοντας στο στάδιο της παθολογίας, και απειλεί το αντικείμενο του πόθου του, το είδωλό του. Ο Miligram (αναφέρεται στο Lewis 1992) ορίζει ένα οπαδό ως φανατικό ως «κάποιος που πηγαίνει σε ακραία σημεία όσον αφορά τις πεποιθήσεις, τα συναισθήματα

και τις δράσεις του». Ο οπαδισμός ως παθολογικό μοντέλο υπονοεί ότι υπάρχει μια λεπτή γραμμή μεταξύ «κανονικού» και «υπερβολικού» οπαδισμού. Αυτή η γραμμή διασχίζεται εάν και όταν οι διακρίσεις μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας καταρρέουν.

Οι περισσότεροι άνθρωποι είναι οπαδοί κάποιας διασημότητας, αν όχι τότε είναι βέβαιο ότι γνωρίζουν κάποιον που είναι. Στο μικρο-οικονομικό επίπεδο της κατανάλωσης του οπαδού, πρόσφατες μελέτες έχουν διερευνήσει τις διαπροσωπικές απολαύσεις και τα κίνητρα αυτών με επικέντρωση στη σχέση μεταξύ του εαυτού του οπαδού και των αντικειμένων του πόθου του.

Παράλληλα δημιουργούνται κοινότητες στο διαδίκτυο με άτομα που δεν υποστηρίζουν τον οπαδισμό, και ούτε την ειδωλοποίηση μιας διασημότητας, άρα δημιουργείται μια ψηφιακή επανάσταση μεταξύ των οπαδών και αυτών που είναι εναντίον του οπαδισμού, δηλαδή οι Aca-fan κοινότητες. Υποστηρίζουν ότι οι οπαδοί ήταν πάντα στην πρώτη γραμμή των M.M.E. και των μετασχηματισμών της βιομηχανίας, και αναδιαρθρώνει τις σχέσεις μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή στην ψηφιακή οικονομία. Η ψηφιακή επανάσταση είχε μια βαθιά επίδραση πάνω στον οπαδισμό, θολώνοντας τα όρια μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών, δημιουργώντας συμβιωτικές σχέσεις μεταξύ ισχυρών εταιρειών και μεμονωμένων οπαδών, και οδηγεί σε νέες μορφές πολιτιστικής παραγωγής. Κατά μία έννοια, είναι μια ενίσχυση της γεμάτης και πολύ αμφισβητημένης σχέσης μεταξύ των οπαδών των μέσων ενημέρωσης και των παραγωγών, που χαρακτηρίζει τον κλάδο εδώ και δεκαετίες, και η οποία απασχόλησε τις βιομηχανίες περιεχομένου από τότε που οι τεχνολογίες του Διαδικτύου επεκτάθηκαν γρήγορα στην πρόσβαση των καταναλωτών σε υποδομές παραγωγής και διανομής (Murray, 2004). Ορισμένοι οπαδοί απολαμβάνουν τις νέες ευκαιρίες που παρουσιάζονται από τις ψηφιακές τεχνολογίες, ενώ άλλοι θρηνούν την ψηφιακά ενεργοποιημένη καταπάτηση της εταιρικής εξουσίας σε κάθε χώρο του οπαδισμού. Τα θέματα που τέθηκαν από τους οπαδούς και των Aca-fan κοινοτήτων έχουν συνέπειες όχι μόνο για τον οπαδισμό αλλά και για όλους τους τομείς της ψηφιακής παραγωγής και κατανάλωσης. Οι λέσχες Διαδικτύου και οι ιστοσελίδες έχουν παράσχει χώρους για τους οπαδούς για να διατηρήσουν αυξημένες συνδέσεις με τους δύο παραγωγούς των μέσων ενημέρωσης και τα εξελισσόμενα προνόμια τους μέσω της καλλιτεχνικής παραγωγής και του πολιτικού ακτιβισμού (Shefrin, 2004).

Όσον αφορά τον όρο εξ αποστάσεως οικειότητα φαίνεται να υπάρχει στο παρασκήνιο από πολύ παλιά, και πιο συγκεκριμένα από τη δεκαετία του '50 - '60 σχεδόν όταν οι Horton & Wohl (1956) τον ανέφεραν πρώτοι σε κάποιες διάσημες μελέτες τους για την τηλεόραση. Ένα από τα πιο εντυπωσιακά χαρακτηριστικά των νέων μέσων. είναι ότι δίνουν την ψευδαίσθηση της πρόσωπο με πρόσωπο σχέσης με τον ερμηνευτή. Οι «παρά-κοινωνικές σχέσεις» μπορεί να διέπονται από λίγη ή καθόλου αίσθηση της υποχρέωσης, της προσπάθειας, ή ευθύνης από την πλευρά του θεατή. Αυτός είναι ελεύθερος να αποχωρήσει ανά πάσα στιγμή. Αν εξακολουθεί να συμμετέχει, αυτές οι «παρά-κοινωνικές σχέσεις» παρέχουν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο πολλά μπορούν να προστεθούν από τη φαντασία. Άρα το κοινό είναι ελεύθερο να επιλέξει μεταξύ των σχέσεων που προσφέρονται, από την άλλη πλευρά όμως δεν μπορεί να δημιουργήσει νέες σχέσεις. Η

αλληλεπίδραση είναι μονόπλευρη, μη διαλεκτική, που ελέγχεται από τον ερμηνευτή, και δεν επιδέχεται αμοιβαία ανάπτυξη. Υπάρχουν, βέβαια, τρόποι με τους οποίους οι θεατές μπορούν να κάνουν γνωστά στους καλλιτέχνες και τους τεχνικούς που σχεδιάζουν τα προγράμματα τα συναισθήματά τους, αλλά αυτά βρίσκονται εκτός της ίδιας της «παράκοινωνικής» αλληλεπίδρασης. Όποιος βρίσκει την εμπειρία ανικανοποίητη, έχει μόνο τη δυνατότητα να αποσυρθεί.

Αρκετό καιρό μετά όμως, τον όρο επανέφερε στο προσκήνιο ο Joshua Meyrowitz στο βιβλίο «No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior». Αρχικά ο Meyrowitz (1985) αναφέρεται στον Goffman ο οποίος περιγράφει την κοινωνική ζωή ως ένα είδος πολλαπλών σταδίων δράματος στο οποίο ο καθένας μας εκτελεί διαφορετικούς ρόλους σε διαφορετικές κοινωνικές αρένες ανάλογα με τη φύση της κατάστασης, ιδιαίτερο ρόλο σε αυτό παίζει και η εμφάνιση του κοινού. Ο Meyrowitz (1985) προτείνει ότι ο μηχανισμός μέσω του οποίου τα ηλεκτρονικά μέσα επηρεάζουν την κοινωνική συμπεριφορά είναι μια πολύ ευδιάκριτη αναδιάταξη των κοινωνικών σταδίων στα οποία παίζουμε τους ρόλους μας και μια επακόλουθη αλλαγή στην αίσθηση της κατάλληλης συμπεριφοράς. Στην πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδραση, οι συνδυασμένες καταστάσεις των ηλεκτρονικών μέσων είναι σχετικά μόνιμες και αναπόφευκτες, και ως εκ τούτου έχουν πολύ μεγαλύτερη επίδραση στην κοινωνική συμπεριφορά.

Παράλληλα λίγα χρόνια αργότερα ο Meyrowitz (1999) αναφέρεται στο βιβλίο του, «Understandings of Media» στο τι είναι τα media. Στο συγκεκριμένο βιβλίο εξηγεί τις τρεις μεταφορές για το μέσο οι οποίες αναφέρονται στο μέσο ως «όχημα», ως η «γλώσσα» και ως το «περιβάλλον». Η πιο κοινή μεταφορά για τα μέσα είναι ότι το μέσο χρησιμοποιείται ως «όχημα» για να φυλάει ή να στέλνει σημαντικά στοιχεία τα οποία αξίζουν την κατάλληλη προσοχή και ανάλυση. Η μεταφορά ως «όχημα» είναι τόσο κοινή επειδή το περιεχόμενο είναι το πιο φανερό κομμάτι των μεσολαβημένων και αμεσολάβητων αλληλεπιδράσεων μας. Όλοι έχουμε την αίσθηση ότι ένα μήνυμα ότι κάποιος μας αγαπά, έχει μεγάλη δύναμη και σημασία πέρα από το γεγονός ότι μπορούμε να το λάβουμε με διαφορετικούς τρόπους για παράδειγμα είτε με πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδραση, είτε με γράμμα, με τηλέφωνο, με e-mail ή με βιντεοκασέτα.

Σήμερα, με τα εκατοντάδες τηλεοπτικά κανάλια, τα καλωδιακά δίκτυα, τα δορυφορικά συστήματα, και τις εκατομμύρια ιστοσελίδες των ηλεκτρονικών υπολογιστών, ο μέσος πολίτης όλων των προηγμένων βιομηχανοποιημένων κοινωνιών έχει εικόνες μέσα στο μυαλό του από άλλους ανθρώπους, άλλες πόλεις και χώρες, άλλα επαγγέλματα και άλλους τρόπους ζωής. Οι εικόνες αυτές βοηθούν στη διαμόρφωση του φανταστικού «αλλού» το οποίο έχει σχεδιαστεί από το κάθε άτομο. Υπό αυτή την έννοια, όλα τα M.M.E, ανεξάρτητα από τον προφανή σκοπό τους και το σχεδιασμό, λειτουργούν ως νοητικά «παγκόσμια συστήματα εντοπισμού θέσης».

Τέτοιες αλλαγές στις αισθήσεις του «εμείς» εναντίον «αυτός» και του «εδώ» εναντίον του «αλλού» δεν είναι ούτε καλές ούτε εγγενώς κακές. Ωστόσο, είναι πολύ διαφορετικές από παλαιότερα, όπου το μέρος δεσμεύεται με τις εμπειρίες. Και οι δυο χάνουμε και κερδίζουμε. Χάνουμε την παλιά άνεση και την απλότητα του να είμαστε σε

φραγμένα συστήματα αλληλεπίδρασης, όπου ο «εμπιστευτικός» ρόλος θεωρείται δεδομένος. Ωστόσο, με ένα ευρύ φάσμα των ηλεκτρονικών μέσων, συμπεριλαμβανομένων των κινητών τηλεφώνων, είμαστε επίσης απελευθερωμένοι από την ίδια δέσμευση των εμπειριών μας. Είμαστε ελεύθεροι να επιλέξουμε τα δικά μας δίκτυα για την ένταξη και το δικό μας επίπεδο συμμετοχής σε κάθε δίκτυο. Ως αποτέλεσμα, μπορούμε να δημιουργήσουμε ο κάθε ένας από εμάς τις δικές μας προσαρμοσμένες και εξελισσόμενες συγχωνεύσεις των τοπικών και παγκόσμιων ταυτοτήτων. Καθώς όλο και περισσότεροι χρήστες έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, φαίνεται πιθανό ότι αυτό το ενεργό τμήμα του πληθυσμού των οπαδών θα συνεχίσει επίσης να αυξάνεται (Castello, 1999).

Επιπρόσθετα, ο John Thompson (2005) προσθέτει στο άρθρο «The New Visibility» ότι η πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδραση είναι «διαλογική» στον χαρακτήρα, με την έννοια ότι περιλαμβάνει γενικά μια αμφίδρομη ροή των πληροφοριών και της επικοινωνίας, δηλαδή ένα άτομο μιλάει σε ένα άλλο (ή άλλα) και ο παραλήπτης μπορεί να ανταποκριθεί και έτσι ο διάλογος ξετυλίγεται. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό της πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδρασης είναι ότι περιλαμβάνει συνήθως μια πολλαπλότητα των συμβολικών συνθημάτων, για παράδειγμα οι λέξεις μπορούν να συμπληρωθούν με χειρονομίες, εκφράσεις του προσώπου, αλλαγές στον τονισμό προκειμένου να μεταφέρει μηνύματα και να ερμηνεύσει τα μηνύματα των άλλων. Τέλος, αναφέρει ότι το ορατό είναι αυτό που μπορεί να δει κανείς το οποίο είναι αντιληπτό από την αίσθηση της όρασης, ενώ το αόρατο είναι αυτό που δεν μπορεί να δει κανείς γιατί είναι κρυμμένο από την θέα μας.

Κεφάλαιο 4: Ερευνητικά Ερωτήματα

Μέσα από την βιομηχανία του θεάματος, αποφασίσθηκε να ερευνηθεί πιο συγκεκριμένα το πλαίσιο της μουσικής βιομηχανίας, με την περισσότερη επικέντρωση στους οπαδούς των διασημοτήτων, και πιο συγκεκριμένα των οπαδών της Rihanna. Ο στόχος της έρευνας είναι να αναλύσει την συμπεριφορά συγκεκριμένων χρηστών στο Διαδίκτυο, οι οποίοι είναι «οπαδοί» (fans), τον βαθμό ταύτισης τους με το «είδωλο» τους και τα χαρακτηριστικά τους μέσα από ένα συγκεκριμένο τμήμα του «ακροατηρίου», για παράδειγμα της μουσικής βιομηχανίας όπως ανέφερα πριν. Τα τρία ερευνητικά ερωτήματα αναφέρονται πιο κάτω:

- Πώς συμπεριφέρονται οι «οπαδοί» στο Διαδίκτυο;

Στόχος του 1^{ου} ερευνητικού ερωτήματος είναι να εξετάσει αρχικά την συμπεριφορά των οπαδών στο διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα το πώς συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα.

- Ποιός είναι ο βαθμός ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του;

Όσον αφορά το 2^ο ερευνητικό ερωτήματα, στόχος του είναι να εξετάσει τον βαθμό ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του και πως συντηρείται αυτή η σχέση μέσα από το Διαδίκτυο.

- Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου»;

Στόχος του 3^{ου} ερευνητικού ερωτήματος είναι να εξετάσει τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» καθώς και να μελετηθεί αν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα.

Κεφάλαιο 5: Μεθοδολογία

Σε αυτό το κεφάλαιο θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία, δηλαδή οι στρατηγικές επιλογές που έγιναν σχετικά με το πώς μελετήθηκε το κάθε φαινόμενο για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας, όπως η διαδικασία εκτέλεσης της έρευνας, τα μέσα συλλογής των δεδομένων καθώς και ο πληθυσμός ενδιαφέροντος και η δειγματοληψία. Σύμφωνα με τον Hay (2000), η κοινωνική έρευνα που προσεγγίζει τα αντικείμενά της με ποιοτικό μεθοδολογικά τρόπο στοχεύει κυρίως στη διερεύνηση μη μετρήσιμων και μη ποσοτικοποιήσιμων διαστάσεων της κοινωνικής συμπεριφοράς, κοινωνικών φαινομένων, διαδικασιών, τάσεων και νοημάτων (αναφέρεται στο Ιωσηφίδης & Σπυριδάκης, 2006).

Ο Ιωσηφίδης (2001) υποστηρίζει ότι η ποιοτική έρευνα στοχεύει στην περιγραφή, ανάλυση, ερμηνεία και κατανόηση κοινωνικών φαινομένων, καταστάσεων και χαρακτηριστικών κοινωνικών ομάδων απαντώντας κυρίως στα ερωτήματα «πώς» και «γιατί» (αναφέρεται στο Ιωσηφίδης 2008). Ο λόγος που έχει επιλεγθεί να διεκπεραιωθεί ποιοτική έρευνα είναι για να μελετηθούν εις βάθος τα ερωτήματα «πώς» και «γιατί» που αφορούν τα τρία ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Πιο συγκεκριμένα η παρούσα έρευνα στοχεύει στην εις βάθος περιγραφή και ανάλυση σχετικά με την συμπεριφορά των οπαδών στο διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα πως συμπεριφέρονται οι Κύπριοι οπαδοί σε απομακρυσμένα είδωλα. Παράλληλα στοχεύει στην εμβάθυνση της ερμηνείας και κατανόησης του βαθμού ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του και πως συντηρείται αυτή η σχέση μέσα από το Διαδίκτυο. Τέλος, στοχεύει στην ανάλυση των χαρακτηριστικών των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου», καθώς και για το κατά πόσο υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα.

Στο πεδίο της κοινωνικής ψυχολογίας κυριαρχεί ιστορικά το γνωστικό παράδειγμα, το οποίο ερμηνεύει τα φαινόμενα της κοινωνικής ψυχολογίας με όρους γνωστικών διαδικασιών – της σκέψης, της αντίληψης και του λογικού συλλογισμού (Philips & Jørgensen, 2009). Η αιτία που επιλέχθηκαν να γίνουν ημι-δομημένες συνεντεύξεις εις βάθος είναι για την περαιτέρω ανάλυση του λόγου των οπαδών σχετικά με την συμπεριφορά τους μέσα στο Διαδίκτυο και τη νοητική επεξεργασία των πληροφοριών που λαμβάνουν από τις διεργασίες που εκτελούν σε αυτό το περιβάλλον. Μια βασική ιδέα της γνωστικής ψυχολογίας είναι ότι το άτομο διαχειρίζεται την μάζα πληροφοριών για τον κόσμο με την βοήθεια γνωστικών διαδικασιών, όπως για παράδειγμα την διαδικασία της αντίληψης δηλαδή την άμεση εμπειρία των αισθήσεων (Philips & Jørgensen, 2009). Η παρούσα έρευνα, μέσα από τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις εις βάθος, στοχεύει στην κατανόηση της αντίληψης των οπαδών σε θέματα αξιών (οικογένεια, πολιτική ιδεολογία, θρησκεία), τόσο δικών τους όσο και αυτών που πιστεύουν ότι υποστηρίζει η Rihanna. Επιπρόσθετα, στοχεύει στην εύρεση των χαρακτηριστικών εκείνων των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» για να ερευνηθεί εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα.

Αρχικά έγινε βιβλιογραφική ανασκόπηση με αποτέλεσμα να καταγραφούν κάποιες από τις συνιστώσες της παρούσας έρευνας, όπως για παράδειγμα η συμπεριφορά των οπαδών στο διαδίκτυο, η ταύτιση του οπαδού με το είδωλο του καθώς και τα χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου. Ακολούθως έγινε η προετοιμασία των ερωτήσεων για ημι-δομημένη συνέντευξη και μετέπειτα με απώτερο σκοπό να εξεταστούν περιπτώσεις ατόμων που είναι οπαδοί της Rihanna, πραγματοποιήθηκαν 26 εις βάθος ημι-δομημένες συνεντεύξεις. Τέλος, έγινε θεματική ανάλυση και καταγραφή των αποτελεσμάτων των συνεντεύξεων για να εξεταστούν τα ερευνητικά ερωτήματα, δηλαδή πώς συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα, πώς συντηρείται η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο και αν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα «πρότυπα».

5.1 Συλλογή Δεδομένων

Ο όρος «ποιοτική συνέντευξη» αναφέρεται συνήθως στις εις βάθος συνεντεύξεις, στις ημι-δομημένες ή στις χαλαρά δομημένες μορφές συνέντευξης (Mason, 1996). Το εργαλείο συλλογής δεδομένων που θα χρησιμοποιηθεί θα είναι ανοιχτές ημι-δομημένες συνεντεύξεις εις βάθος. Παράλληλα έγιναν 30 με 40 συνεντεύξεις μέχρι να επέλθει κορεσμός. Το τελικό δείγμα της παρούσας έρευνας που χρησιμοποιήθηκε είναι 26 φοιτητές που σπουδάζουν στην Κύπρο ή στο εξωτερικό. Η διαδικασία της μεθοδολογίας που θα ακολουθήσει η συγκεκριμένη έρευνα, αρχικά είναι ο ορισμός των εννοιών που θα χρησιμοποιηθούν οι οποίες εστιάζουν στην συμπεριφορά των οπαδών στο Διαδίκτυο, στο βαθμό ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του και στα χαρακτηριστικά των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου. Πιο συγκεκριμένα, η συνέντευξη χωρίζεται σε πέντε μέρη όπως προανέφερα πιο πάνω με σκοπό να είναι ξεκάθαρα και διαχωρισμένα τα θέματα με τα οποία ασχολείται η υφιστάμενη έρευνα. Στο Α' μέρος ζητήθηκαν κάποιες γενικές πληροφορίες όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, και στο Β' μέρος πραγματοποιήθηκαν κάποιες εισαγωγικές ερωτήσεις για το θέμα της έρευνας ούτως ώστε να νιώσει πιο άνετα ο συμμετέχων/ουσα μαζί με την ερευνήτρια. Τα υπόλοιπα τρία μέρη που αναφέρω πιο κάτω (Γ', Δ' και Ε'), περιλαμβάνουν κάποιες τυποποιημένες ερωτήσεις που προέρχονται από τα ερευνητικά ερωτήματα για να μπορούν οι συμμετέχοντες να εκφράσουν τις δικές τους απόψεις περί του θέματος. Το Γ' μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με το πως συμπεριφέρονται οι οπαδοί στο Διαδίκτυο καθώς εξετάζει πιο συγκεκριμένα το πως συμπεριφέρονται οι Κύπριοι οπαδοί σε απομακρυσμένα είδωλα. Το Δ' μέρος ασχολείται με τον βαθμό ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του και πως συντηρείται αυτή η σχέση μέσα από το Διαδίκτυο. Το Ε' μέρος αφορά την διερεύνηση των χαρακτηριστικών των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» καθώς και η μελέτη για το κατά πόσο υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα. Σε κάποιες περιπτώσεις ζητείται από τους συμμετέχοντες να αναπτύξουν περισσότερο τις απαντήσεις τους εάν αυτές είναι ελλιπείς. Για την σωστή κωδικοποίησή τους και την εξαγωγή έγκυρων αποτελεσμάτων, όλες οι συνεντεύξεις μαγνητοφωνήθηκαν και απομαγνητοφωνήθηκαν.

Η μελέτη περίπτωσης για την παρούσα έρευνα είναι οπαδοί της Robyn Rihanna Fenty, ευρύτερα γνωστή ως Rihanna, η οποία γεννήθηκε στις 20 Φεβρουαρίου 1988 στον Άγιο Μιχαήλ των Barbados και είναι τραγουδίστρια R&B και Pop μουσικής, ηθοποιός και σχεδιάστρια μόδας. Επέλεξα την Rihanna επειδή η εμπλοκή της στα κοινωνικά δίκτυα κυρίως στο Instagram και Facebook έγινε όλο και πιο έντονη, καθώς και η συζήτηση γύρω από το πρόσωπο της έχει αρκετό ενδιαφέρον. Επιπρόσθετα, έχει αρκετούς fans και αυτό φαίνεται μέσα από τις σελίδες που δημιουργούν οι ίδιοι στο Facebook παίρνοντας χιλιάδες Likes, καθώς υπάρχουν αμέτρητοι λογαριασμοί στο Instagram που αναφέρονται σε αυτήν. Επιπρόσθετα έχει την δική της σειρά ρούχων στο κατάστημα River Island οπότε μπορεί να θεωρηθεί fashion icon για κάποιον.

5.2 Πληθυσμός Ενδιαφέροντος και Δειγματοληψία

Αρχικά έγινε δειγματοληψία χιονοστιβάδας (snowball sampling) των συμμετεχόντων στις συνεντεύξεις, γιατί έχω προσεγγίσει τα πλησιέστερα και πιο εύκαιρα άτομα (φίλους μου στο Facebook) τα οποία μου πρότειναν κάποια άλλα άτομα τα οποία δήλωναν οπαδοί της Rihanna. Οι ερωτήσεις είναι ημι-κατευθυντήριες αφού επιλέχθηκαν να γίνουν ημι-δομημένες συνεντεύξεις με συγκεκριμένες θεματικές ερωτήσεων που αφορούν τον στόχο της παρούσας έρευνας. Οι ερωτήσεις και η σειρά τους διαμορφώνονται στο διάλογο ερευνητή με ερωτώμενου. Οι τύποι των ερωτήσεων είναι αρχικά κάποιες βασικές ερωτήσεις για δημογραφικά χαρακτηριστικά του/της συμμετέχοντα, ενώ μετέπειτα υπάρχουν κάποιες υποθετικές ερωτήσεις, καθώς και κάποιες εισαγωγικές και συμπερασματικές ερωτήσεις.

Ο πληθυσμός ενδιαφέροντος για την διεκπεραίωση αυτής της έρευνας είναι άτομα τα οποία είναι ηλικίας 18 έως 24 που σπουδάζουν είτε εργάζονται, καθώς το κύριο κριτήριο επιλογής των συμμετεχόντων ήταν να είναι οπαδοί της Rihanna. Έγιναν συνολικά 26 συνεντεύξεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι λόγω του μικρού αριθμού δείγματος, τα αποτελέσματα της έρευνας δεν μπορούν να γενικευτούν στο γενικότερο πληθυσμό. Επιπρόσθετα έχουν σαν στόχο να απαντήσουν συγκεκριμένα ερωτήματα, με βάση το δείγμα και να προσφέρουν γενικότερες ιδέες για περαιτέρω έρευνα γύρω από το φαινόμενο του οπαδισμού. Τα συμπεράσματα στα οποία καταλήγει η παρούσα έρευνα ισχύουν μόνο για το συγκεκριμένο δείγμα της έρευνας.

5.3 Ανάλυση Δεδομένων και Συνεντεύξεων

Αρχικά ηχογραφήθηκαν οι 26 συνεντευξιαζόμενοι που έλαβαν μέρος στην διαδικασία των συνεντεύξεων εις βάθος. Στην συνέχεια κάθε συνέντευξη απομαγνητοφωνήθηκε έτσι ώστε να υπάρχουν καταγραμμένα όσα ειπώθηκαν για να μπορεί να γίνει ασφαλής ανάλυση τους. Ακολούθως οι συνεντεύξεις κωδικοποιήθηκαν ούτως ώστε να μπορούν να εντοπίζονται οι πληροφορίες των συμμετεχόντων όσον αφορά την συμπεριφορά τους ως οπαδοί στο διαδίκτυο, τον βαθμό ταύτισης τους με το είδωλο τους και τα χαρακτηριστικά των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου. Κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων από τις συνεντεύξεις εις βάθος χρησιμοποιούνται κάποια αποσπάσματα που ειπώθηκαν από τους συμμετέχοντες προκειμένου η παρουσίαση των αποτελεσμάτων να είναι πιο έγκυρη και πιο περιγραφική.

Κεφάλαιο 6: Αποτελέσματα

Έπειτα από την συλλογή και ανάλυση των δεδομένων προκύπτουν τα εξής αποτελέσματα που απαντούν στα ερευνητικά ερωτήματα που εξετάζει η παρούσα έρευνα. Παρουσιάζονται πιο αναλυτικά τα αποτελέσματα από τις πέντε θεματικές των συνεντεύξεων εις βάθος που πραγματοποιήθηκαν. Η πρώτη θεματική ενότητα αφορά γενικές πληροφορίες για τον συνεντευξιαζόμενο και η δεύτερη περιέχει κάποιες εισαγωγικές ερωτήσεις για να ενταχθεί ο συνεντευξιαζόμενος στο θέμα. Ενώ στις υπόλοιπες τρεις θεματικές ενότητες εμπεριέχονται τα τρία ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας τα οποία είναι:

- Πώς συμπεριφέρονται οι «οπαδοί» στο Διαδίκτυο;
- Ποιός είναι ο βαθμός ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του;
- Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου»;

6.1 Γενικές πληροφορίες

Στην πρώτη θεματική ενότητα παρουσιάζονται κάποιες γενικές πληροφορίες που αφορούν τους συνεντευξιαζόμενους, κυρίως σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους.

Τα άτομα που επιλέχθηκαν για τις συνεντεύξεις ήταν από τυχαία δειγματοληψία μέσα από τους «φίλους» που έχω στον προσωπικό μου λογαριασμό του Facebook. Οι γυναίκες κυριάρχησαν έναντι των αντρών με αρκετά μεγάλη διαφορά, καθώς μέσα από αυτό φαίνεται ότι η Rihanna ακολουθείται περισσότερο από τις γυναίκες της Κύπρου. Το δείγμα αποτελείται από 18 φοιτητές, επτά εργαζόμενους και ένα άνεργο φοιτητή – ηλικίας 20 έως 24 χρονών. Οι 11 φοιτητές από τους 18 σπουδάζουν στην Κύπρο, τέσσερις φοιτητές σπουδάζουν στην Αγγλία, δύο φοιτητές σπουδάζουν στην Ελλάδα και ένας φοιτητής σπουδάζει στην Κύπρο αλλά για το εαρινό εξάμηνο του 2015 βρίσκεται σε πρόγραμμα ERASMUS στην Ολλανδία. Όσον αφορά τώρα τους επτά εργαζόμενους, οι πέντε από αυτούς εργάζονται στην Κύπρο ενώ οι άλλοι δύο στην Αγγλία, και τέλος ένας συνεντευξιαζόμενος είναι άνεργος.

6.2 Εισαγωγικές ερωτήσεις

Η δεύτερη θεματική ενότητα αφορά κυρίως «Εισαγωγικές» ερωτήσεις, όπως για παράδειγμα με τι ασχολείται ο κάθε συνεντευξιαζόμενος στον ελεύθερο του χρόνο και αν πηγαίνει γυμναστήριο ή όχι, καθώς και για ποιό λόγο το κάνει ή όχι.

Οι περισσότεροι συνεντευξιαζόμενοι στον ελεύθερο τους χρόνο διασκεδάζουν με φίλους σε κέντρα διασκέδασης είτε κάνοντας ταξίδια. Αρκετοί από αυτούς ασχολούνται κυρίως με την μουσική, είτε γράφοντας μουσική και στίχους, είτε παίζοντας ένα μουσικό

όργανο, ακόμα και τραγουδώντας είτε απλά ακούγοντας μουσική. Κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους χαλαρώνουν βλέποντας σειρές μόνοι τους είτε βλέποντας ταινίες με φίλους στο σπίτι, πηγαίνοντας σε καφέ με φίλους, παίζοντας χαρτιά, πηγαίνοντας για ψώνια, διαβάζοντας βιβλία, ζωγραφίζοντας, μαγειρεύοντας είτε απλά όταν είναι κοντά στην οικογένεια τους. Επιπλέον ασχολούνται με το Διαδίκτυο χρησιμοποιώντας κυρίως κοινωνικά δίκτυα όπως το Facebook, το Instagram και το Twitter. Το Twitter μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους οπαδούς για να μάθουν για την παρά-κοινωνική αλληλεπίδραση και τις γνώσεις του άλλου ατόμου (Stever & Lawson, 2013). Κάποιοι άλλοι συνεντευξιαζόμενοι ασχολούνται με δραστηριότητες του πανεπιστημίου, είτε γράφοντας άρθρα σε δημοσιογραφική ιστοσελίδα του πανεπιστημίου είτε κάνοντας κάποια εκπομπή στο ραδιοφωνικό σταθμό του ΤΕ.ΠΑ.Κ, είτε απλά μελετώντας για τις διάφορες εργασίες που έχουν. Υπάρχουν και κάποιοι συνεντευξιαζόμενοι οι οποίοι δουλεύουν για να κερδίσουν κάποια επιπλέον χρήματα ώστε να νιώθουν πιο ανεξάρτητοι. Όσον αφορά το ερώτημα αν πηγαίνουν γυμναστήριο ή όχι, οι πιο πολλοί από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι αθλούνται είτε συμμετέχοντας σε κάποιο άθλημα όπως για παράδειγμα ποδόσφαιρο ή πετόσφαιρα καθώς και με ακραία αθλήματα, είτε γυμνάζονται στο σπίτι, είτε πηγαίνουν στο γυμναστήριο. Ο κύριος λόγος για τον οποίο αθλούνται είναι για να αποκτήσουν ένα γυμνασμένο σώμα προσαρμοσμένο στα δικά τους θέλω και στόχους. Κάποιοι επιπλέον λόγοι είναι για να διατηρήσουν την φυσική τους κατάσταση καθώς και για να είναι υγιείς, είτε για χάσιμο κιλών σε συνδυασμό με την υγιεινή διατροφή. Παράλληλα, κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους τονίζουν ότι η άθληση είναι ένας τρόπος διαφυγής από την καθημερινότητα, ένας τρόπος εκτόνωσης καθώς και για απόκτηση ενέργειας. Από την άλλη πλευρά κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι δεν έχουν χρόνο να πηγαίνουν γυμναστήριο λόγω προγράμματος του πανεπιστημίου.

6.3 Συμπεριφορά οπαδών στο διαδίκτυο

Στην τρίτη θεματική ενότητα με τίτλο «Συμπεριφορά Οπαδών στο Διαδίκτυο» εξετάζεται η συμπεριφορά του οπαδού στο Διαδίκτυο καθώς και πιο συγκεκριμένα πως συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα.

Μέσα από την ανάλυση δεδομένων που έγινε φαίνεται ότι η νεολαία της Κύπρου χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση το Διαδίκτυο για να ενημερώνεται για την Rihanna. Με την εμφάνιση των εφαρμογών Web 2.0 γίνεται μια μεταστροφή στον τρόπο περιεχομένου των μέσων ενημέρωσης, κι έτσι το κοινό ζητά το δικαίωμα συμμετοχής στο πλαίσιο της κουλτούρας (Jenkins, 2006 αναφέρεται στο Van Dijck, 2009). Χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο είτε μέσα από το Google, το YouTube, τα διάφορα Blogs που αφορούν την ίδια καθώς και από την προσωπική της ιστοσελίδα. Κυρίως όμως ενημερώνονται από τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης όπως Facebook, Twitter, Instagram είτε μέσα από fan groups είτε μέσα από την επίσημη σελίδα της τραγουδίστριας. Η προσέλκυση των οπαδών του Facebook είναι μια πολύτιμη επικοινωνιακή στρατηγική για το μάρκετινγκ (Hollis, 2010 αναφέρεται στο Wallace, 2014). Παράλληλα οι περισσότεροι από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι δεν παρακολουθούν τα βιντεοκλίπ της στο YouTube,

αλλά ακούν καθημερινά την μουσική της. Η πλειονότητα των συνεντευξιαζόμενων δήλωσαν ότι δείχνουν το θαυμασμό τους μέσα από το διαδίκτυο, ακολουθώντας την στα κοινωνικά δίκτυα είτε μέσω κοινοποιήσεων είτε μέσω Likes των τραγουδιών και των φωτογραφιών της. Παράλληλα κάποιοι από αυτούς δείχνουν τον θαυμασμό τους offline, για παράδειγμα έχουν αφίσες στα δωμάτια τους, αγοράζουν όσα περιοδικά παρουσιάζεται η Rihanna στο εξώφυλλο, αγοράζουν ρούχα από το κατάστημα River Island όπου διατηρεί μια σειρά ρούχων και κραγιόν από το κατάστημα Mac όπου αναγράφεται πάνω στην συσκευασία το όνομά της, καθώς και συνομιλώντας με φίλους για αυτήν.

Λιγοστές είναι οι φορές που θα ενημερωθούν από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης όπως τηλεόραση, ραδιόφωνο είτε περιοδικά. Οι κύριοι λόγοι που δεν ενημερώνονται για αυτήν μέσω τηλεόρασης είναι γιατί δεν παρακολουθούν γενικά τηλεόραση διότι χρησιμοποιούν κυρίως το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους.

Σε ερώτηση που έγινε εάν παρευρέθηκαν σε συναυλία της, όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι έχουν δηλώσει ότι δεν την παρακολούθησαν από κοντά, κάποιοι από αυτούς λόγω οικονομικής δυσχέρειας, αλλά θα ήθελαν κάποια στιγμή να το κάνουν. Οι λόγοι για τους οποίους θα ήθελαν να παρευρεθούν σε μια συναυλία της είναι κυρίως για την εμπειρία που προσφέρει μια συναυλία στο εξωτερικό και για την σκηνική της παρουσία.

«...Ναι πιστεύω εννα εν πάρα πολλά ωραία εμπειρία, οπότε θεωρώ ότι εν έχει καμιά σχέση με τις συναυλίες που βλέπουμε εμείς είτε στην Ελλάδα είτε στην Κύπρο, εν κάτι... εν υπερπαραγωγή, βλέπεις κάτι που λαλείς Wow. Οι χορευτές, τα ρούχα, ο τρόπος που επικοινωνεί πιστεύω με τον κόσμο, νομίζω ο οποιοσδήποτε ανεξάρτητα αν ήταν, είναι ή όχι πρότυπο της η Rihanna, όχι πρότυπο – είδωλο. Εννα ήθελε να πάει να την δει, εν κάτι διαφορετικό.» A8,Γ,21²

Το γεγονός ότι δεν μπορούν οι συνεντευξιαζόμενοι να την απολαύσουν από κοντά, προκαλεί σε κάποιους από αυτούς αρνητικά, σε άλλους θετικά και σε άλλους ουδέτερα συναισθήματα.

«Λύπη όπως τζαι με άλλους όμως καλλιτέχνες πολλούς που εννα ήθελες να δεις ασπούμε, θυμό που είμαστε τζαι σε μια χώρα που εν μπορούμε να την απολαύσουμε, εν μπορούμε καν να την φέρουμε δαμέ στην Κύπρο, εν έχουμε τούτη την ευκαιρία τζαι τούτη την διευκόλυνση όπως έχουν σε άλλες χώρες.» A17,Γ,24

«Get a life! Ντάξει επιβιώνω τζαι χωρίς την Rihanna.» A14,Γ,21

«Αν ήμουν στο εξωτερικό τζαι είχα την ευκαιρία, ήταν να επήεννα, έτσι πράματα συνήθως μια φορά στην ζωή σου συμβαίνουν.» A5,Γ,21

Στην ερώτηση για το εάν τους ενοχλεί που βρίσκεται σε διαφορετική χώρα από αυτούς, φαίνεται μέσα από τις απαντήσεις τους ότι δεν τους ενοχλεί ιδιαίτερα αφού

² Έχει δημιουργηθεί μια «Ερευνητική Ταυτότητα» για τον κάθε συμμετέχοντά π.χ. A8,Γ,21 (συμμετέχων A7, Γυναίκα (Γ), είκοσι ενός (21) χρονών)

ενημερώνονται για αυτήν διαρκώς μέσω διαδικτύου. Παράλληλα τονίζεται το γεγονός ότι έγινε συνήθεια για τους Κύπριους να μην παρακολουθούν από κοντά τόσο μεγάλης εμβέλειας καλλιτέχνες.

«Όχι καθόλου, πλέον θεωρώ ότι εν αστείο να μιλούμε για διαφορετική χώρα που την δική μου γιατί πλέον η γενιά η δική μας λειτουργεί διαδικτυακά επομένως εν έχω να κάμω κάτι με την χώρα ούτε με ενοχλεί το ότι εν σε διαφορετική χώρα, πλέον οι αποστάσεις εμειωθήκαν επομένως εν με ενοχλεί καθόλου.» A10,Γ,22

«Καθόλου, εν θεωρώ ότι παίζει ρόλο τούτο το πράμα όπως μπορεί να έχεις είδωλο κάποιο Έλληνα ηθοποιό ασπούμε εν θα τύχει να τον δεις, ειδικά στην χώρα που ζούμε – εν δίνονται έτσι ευκαιρίες να πάεις να απολαύσεις κάποιον που σου αρέσκει ή να πάεις να πιάσειςτσιγάρα τζαι να τον δεις τζιαμέ.» A8,Γ,21

6.4 Βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο

Στην τέταρτη θεματική ενότητα με τίτλο «Βαθμός Ταύτισης του Οπαδού με τον Είδωλο» εξετάζεται ποιός είναι ο βαθμός ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του και πιο συγκεκριμένα πώς συντηρείται η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο.

Αρχικά τέθηκε το ερώτημα στους συνεντευξιαζόμενους για το τι τους αρέσει περισσότερο στην Rihanna. Οι απαντήσεις τους αναφέρονταν σε εξωτερικά και εσωτερικά χαρακτηριστικά της τραγουδίστριας, καθώς και σε χαρακτηριστικά που αφορούν το επάγγελμα της. Επιπρόσθετα κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι τους αρέσει ως σύνολο.

«Η Rihanna πιστεύω ότι εν κάτι το διαφορετικό, εν μια τραγουδίστρια που εξεκίνησε, ήρτε τζαι μπορώ να σου πω edιάγραψε πάρα πολλές τραγουδίστριες άλλες, λόγω της εμφάνισης της. Εκτός του ότι εν πάρα πολλά όμορφη γυναίκα, ενεν το τυπικό της ομορφιάς τύπου ξανθή, το μάτι το μπλε – έφερε το στυλ το καμπυλωτό.» A8,Γ,21

«Αρέσκει μου το ότι εν show woman, εν σέξυ, έχει ωραίο performance, χορέφκει τραγουδά, αρέσκει μου ασπούμε εν performing που κάμνει. Τραβά σε τζαι το fashion icon που δημιουργά.» A4,Γ,21

«Από ότι βλέπω σε βίντεο στο YouTube εν χαρούμενος άνθρωπος τζαι μεταδίδει τζίνο που θέλει στον άλλο, τζαι εγώ τούτο το πράμα εκτιμώ το.» A25,Γ,22

«Κοίτα ενεν απλά μια τραγουδίστρια, εν ένα συνολικό pop idol που φκάλλει προς τα έξω, μιλούμε για παρουσία τόσο σκηνική όσο αφορά την ώρα που εν πάνω στην σκηνή τζαι όσον αφορά τζαι στην ζωή της την προσωπική.» A10,Γ,22

Στην ερώτηση που τέθηκε στους συνεντευξιαζόμενους εάν ακολουθούν τις τάσεις μόδας που ακολουθεί η ίδια, κάποιοι απάντησαν αρνητικά και κάποιοι άλλοι θετικά.

«Αρέσκουν μου πάνω στην Rihanna, εγώ εν τις ακολουθώ γιατί ενεν του δικού μου στυλ τζαι σίγουρα έχει τζαι κάποια πράματα που εν τα έχει τζαι Κύπρο για να μπορείς να τα

ακολουθήσεις – αλλά σαν εμένα που την βλέπω αρέσκει μου αλλά ένιξερω αν θα μου επήεννε κάτι που φορεί η Rihanna δηλαδή εν έχω ένα ιδιαίτερο εκκεντρικό στυλ όπως της Rihanna so ένιξερω αν θα μου ταίριαζε εμένα.» A13,Γ,22

«Κατά κάποιον τρόπο ναι. Έχουμε κοινά, γιατί έχει πιο street style η Rihanna ως επί το πλείστον, τζαι θεωρώ ότι τζαι εγώ κάποιες φορές ακολουθώ street style με τα ρούχα μου.» A4,Γ,21

Στο ερώτημα που τέθηκε εάν την θεωρούν ως πρότυπο τους, οι μισοί από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι δεν την έχουν ως πρότυπο κυρίως για τον εκκεντρικό τρόπο ζωής της αφού βγάζει έναν έξαλλο χαρακτήρα. Ενώ οι υπόλοιποι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι την θεωρούν ως πρότυπο τους σε μερικά στοιχεία από το όλο σύνολο όπως για παράδειγμα για το στυλ ντυσίματος και για κάποια στοιχεία του χαρακτήρα της όπως τον γυναικείο δυναμισμό που βγάζει προς τα έξω.

«Όχι γιατί κάμνει σαν προώθηση κάποιων ιδεολογιών που εν ακολουθώ. Ασπούμε εν γίνεται να ποστάρει συνέχεια φωτογραφίες, εεε που καπνίζει χόρτο, μαριχουάνα κλπ ή που κάμνει ναρκωτικά τζαι ξέρωγω, εεε τούτα τα πράματα ασπούμε θεωρώ τα λάθος γιατί έχει κάποιους ανθρώπους που ακολουθούν τους celebrities τζαι έχουν τεράστια επιρροή πάνω τους.» A3,Α,22

«Ναι γιατί εν uníque, εν διαφορετική που τους άλλους, επέτυχε πολλά, είχε λλία τζαι έπιασε πολλά, κάμνει τζίνο που γουστάρει τζαι εν την κόφτει τι εννα γίνεται. Αρέσκει μου πολλά τούτο το πράμα.» A5,Γ,21

Στις δύο επόμενες ερωτήσεις τέθηκαν τα ζητήματα για το εάν βγάζουν παρόμοιες φωτογραφίες είτε χρησιμοποιούν εκφράσεις της Rihanna. Οι απαντήσεις ήταν κυρίως αρνητικές από τους συνεντευξιαζόμενους ενώ κάποιοι άλλοι δήλωσαν ότι προσπάθησαν να μιμηθούν κάποια χαρακτηριστικά στην έκφραση είτε στην στάση σώματος που έχει η τραγουδίστρια σε συγκεκριμένη φωτογραφία που τους άρεσε.

«Έν έτυχε να το κάμω εγώ αν τζαι έτυχε να δω αρκετές που μπορεί να φκάλλουν κάποιες παρόμοιες φωτογραφίες με την Rihanna.» A24,Γ,21

«Ναι, να σου πω επειδή έχω τζαι ένα tattoo που έχει και η Rihanna, το “Shh” πάνω στο δάχτυλο, εμένα εν κάθετο, της Rihanna εν οριζόντιο, τζαι που φκάλλει κάποιες φορές η Rihanna με την συγκεκριμένη πόζα, φκάλλουμε ναι.» A5,Γ,21

Για τις επόμενες δύο ερωτήσεις ζητείται από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν για το πως φαντάζονται ότι μπορεί να είναι η ζωή και η καθημερινότητα της Rihanna, καθώς και να αναφέρουν και την δική τους καθημερινότητα ούτως ώστε να γίνει μια σύγκριση στο επόμενο κεφάλαιο που αφορά τα συμπεράσματα.

Αρχικά για το πρώτο ερώτημα, οι συνεντευξιαζόμενοι αναφέρουν κυρίως τις καθημερινές δραστηριότητες της Rihanna που φαντάζονται ότι μπορεί να έχει, που αφορούν κυρίως την διασκέδαση καθώς και κάποιοι χαρακτηρισμοί για την

καθημερινότητα της αυτή. Η μειονότητα των συνεντευξιαζόμενων δήλωσε ότι ασχολείται και με το επαγγελματικό της πεδίο.

«Σίγουρα εννα έχει πολλές ώρες να ηχογραφήσει δουλειά στο στούντιο.» A2,Γ,21

«Πιστεύω ότι εν έχει φίλες 1^ο βασικό, 2^ο πιστεύω ότι σίγουρα κάμνει ναρκωτικά, 3^ο πιστεύω ότι ενεν χαρούμενη με την ζωή της δηλαδή εν που τα άτομα που μου φκάλλει ότι αρέσκει της που εν διάσημη, που έχει παπαράτσι τζαι αρέσκει της να προκαλεί.» A14,Γ,21

«Θεωρώ ότι αναμφίβολα ασχολείται ασπούμε με την εικόνα της, το να πάει γυμναστήριο, τα μαλλιά της.» A8,Γ,21

«Εεε βασικά νομίζω ότι οι διάσημοι άμαν φτάσουν σε ένα επίπεδο τζαι μετά, που τους ξέρει ούλλος ο κόσμος τζαι κρατούν του κόσμου τα λεφτά έρκεται η φάση που ένιξερον τι να κάμουν γιατί ότι θέλουν έχουν το, τζαι ξεκινούν τζαι κάμουν αυτοκαταστροφικά πράματα, όπως τζαι για παράδειγμα η Rihanna που ποστάρει γυμνές φωτογραφίες ή φωτογραφίες που καπνίζει χόρτο.» A3,Α,22

«Εεε λλλίο σκληρή, δηλαδή εν μπορείς να κάμεις πολλά πράματα, το να φκεις έξω για καφέ εν μπορείς να το κάμεις τούτο το πράμα. Μπορεί όμως αν θέλει να αγοράσει αεροπλάνο, ασπούμε. Έχει ανέσεις αλλά τζαι που την άλλη έχει τζαι περιορισμούς.» A1,Γ,22

Στο δεύτερο ερώτημα ζητείται από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν σχετικά με την δική τους καθημερινότητα. Οι συνεντευξιαζόμενοι οι οποίοι σπουδάζουν δήλωσαν ότι ασχολούνται κυρίως με θέματα που αφορούν το πανεπιστήμιο, ενώ εκείνοι οι οποίοι εργάζονται ασχολούνται με θέματα που αφορούν την εργασία τους. Επιπρόσθετα, οι καθημερινές δραστηριότητες που ασχολούνται είναι κυρίως τρόποι διασκέδασης είτε χαλάρωσης και άθλησης.

«Ένπνώ, πάω πανεπιστήμιο, πάω γυμναστήριο, σπίτι, τη νύχτα μπορεί να πάω για κανένα καφέ, για κανένα ποτό ως τζιαμέ, ύπνο, το ίδιο.» A9,Α,22

«Δουλειά, εννα φκώ έξω, εννα πάω γυμναστήριο, εννα πάω για καφέ, για club.» A10,Γ,22

Οι επόμενες ερωτήσεις αφορούν κυρίως αξίες όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία που θεωρούν οι συνεντευξιαζόμενοι ότι ενστερνίζεται η Rihanna.

Όσον αφορά την ερώτηση για το εάν πιστεύουν ότι η Rihanna είναι άνθρωπος της οικογένειας, οι περισσότεροι απάντησαν αρνητικά – δηλαδή ότι δεν είναι ικανή να κάνει η ίδια οικογένεια και ούτε βρίσκεται κοντά στην οικογένεια της, λόγω του τρόπου ζωής της, και πιο συγκεκριμένα το γεγονός ότι είναι μπλεγμένη στα ναρκωτικά. Από την άλλη οι υπόλοιποι συνεντευξιαζόμενοι απάντησαν θετικά – δηλαδή θεωρούν ότι θέλει η ίδια να κάνει οικογένεια και ότι βρίσκεται κοντά στην οικογένεια της, λόγω των φωτογραφιών που ανεβάζει στον προσωπικό της λογαριασμό στο Instagram.

«Όχι επειδή η συγκεκριμένη έμπλεξε πολλά με διάφορα πράγματα, ναρκωτικά, κόκα κλπ. Εννοώ σου τούτα τα πράγματα στιγματίζουν την υγεία της τζαι σαν άτομο, τζαι αν κάμει οικογένεια εννα πρέπει να ξεφύγει που τούτα.» A1,Γ,22

«Η Rihanna έχει πάρα πολλή αδυναμία της γιαγιάς της. Έκαμε τζαι tattoo για την γιαγιά της. Άμαν υπάρχει τούτος ο θεσμός με την οικογένεια της γιατί να μεν θέλει να κάμει η ίδια οικογένεια.» A8,Γ,21

Όσον αφορά την ερώτηση για το ποιά θεωρούν ότι είναι η πολιτική της ιδεολογία, οι δέκα από τους συνεντευξιαζόμενους απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν τις πολιτικές απόψεις της Rihanna, οι έξι από αυτούς θεωρούν ότι δεν ασχολείται με πολιτικά θέματα, ενώ οι υπόλοιποι δέκα θεωρούν ότι είναι φιλελεύθερο άτομο.

«Όχι με τίποτε. Τζαι αν ασχοληθεί ποττέ της είναι καθαρά για επικοινωνιακούς λόγους δηλαδή αν της πουν οι manager της «Πρέπει να υποστηρίξουμε τον τάδε πολιτικό τζαι να πάεις να κάμεις μια φωτογράφιση μαζί του λόγω εκλογών» αλλά η ίδια εν νομίζω να εν έντονα πολιτικοποιημένη με οποιοδήποτε τρόπο.» A15,A,22

«Τούτο που μου φκάλλει εμένα εν ότι εν ακολουθεί κάποια πολιτική δηλαδή εν νομίζω να συμβιβάζεται με κάτι ή να στηρίζει κάτι φανατικά η ίδια, παραπάνω φκάλλει μου κάτι πιο φιλελεύθερο, πιο αναρχικό.» A23,Γ,21

Όσον αφορά την ερώτηση για το εάν πιστεύουν ότι η Rihanna πιστεύει στον Θεό, οι 20 από τους 26 συνεντευξιαζόμενους απάντησαν αρνητικά ενώ οι υπόλοιποι έξι απάντησαν θετικά.

«Ποιό Θεό; Πιστεύω ότι πιστεύκει σε κάποιο Θεό αλλά εν πιστεύω ότι πιστεύκει στον σωστό. Είμαι σίγουρη ότι είναι μέσα στους Illuminati γιατί θυμούμαι τον τζαιρό που ήμουν πωρωμένη που ήμασταν λύκειο, τζαι έκατσα τζαι εθώρουν βίντεο των Illuminati που ήταν δέκα part τζαι ούλλα ήταν πάνω στα βιντεοκλίπ της Rihanna, ούλλα ούλλα ούλλα, τζαι τα λόγια τζαι οι εικόνες που έδειχνε μέσα στα βίντεο... πιστεύω ότι είναι πολλά μέσα, πιστεύω ότι εν τζαι η βασίλισσα τζιμέσα.» A16,Γ,21

«Ξέρω ότι πιστεύει πολύ στον Θεό τζαι γενικά άμαν ακούσεις κάποια τραγούδια της, έχουν να κάμουν με θρησκεία, το Mother Mary για παράδειγμα εν πολλά ωραίο. Τζαι γενικά εξαναείδα την να φορά σταυρούς.» A4,Γ,21

Στο δεύτερο κομμάτι ερωτώνται για τις δικές τους αντιλήψεις σε αυτά τα θέματα περί αξιών, όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία.

Στο ερώτημα σχετικά με το αν οι ίδιοι οι συνεντευξιαζόμενοι είναι άνθρωποι της οικογένειας, απάντησαν όλοι θετικά εκτός από δύο συνεντευξιαζόμενους οι οποίοι δήλωσαν ότι δεν θέλουν να κάνουν οικογένεια.

«Ναι πιστεύω ότι εν που τις πιο σημαντικές αξίες η οικογένεια. Πρώτα απ' όλα εν ο τόπος που προήλθες, εν τα άτομα που προήλθες, εν τα άτομα που ε γνώρισες πρώτα τζαι σίγουρα ξέρεις ότι εν τα άτομα που εν θα σε προδώσουν ποτέ.» A8,Γ,21

«Όι εν θέλω να κάμω οικογένεια, έχω του κόσμου τα ψυχολογικά τζαι εν θέλω να αποκτήσω τζιάλλα, όι εν το αντέχω. Αλλά είμαι κοντά στην οικογένεια μου» A24,Γ,21

Στην ερώτηση που τέθηκε σχετικά με τις πολιτικές ιδεολογίες των συνεντευξιαζόμενων, 14 από αυτούς δήλωσαν ότι δεν ασχολούνται ενώ οι υπόλοιποι 12 δήλωσαν ότι απλά ενημερώνονται.

«Πολιτικά καθόλου, στην Κύπρο. Βασικά εν μου αρέσκει να βλέπω την διαμάχη γιατί στην τελική οι πολιτικοί το μόνο που θέλουν είναι α σου κάμουν πλύση εγκεφάλου τζαι τίποτε άλλο. Εν θέλω να μπλεχτώ με έτσι θέματα, ούτε μου αρέσκουν, δηλαδή να τσακώνονται ούλλη μέρα, εν μου αρέσκει τούτο το πράμα.» A5,Γ,21.

«Πιστεύω ότι φταίει παραπάνω ο λαός γιατί για να είναι οι πολιτικοί τζαι για να εν στην θέση που είναι, εν ο λαός που ψηφίζει γιατί είμαστε στην δημοκρατία. Θεωρώ ότι τζίνα που κάμνουν εν για το συμφέρον τους, εν πάρα πολλά λλίιοι τζαι ελάχιστοι ίσως τζαι κανένας εν θέλει το συμφέρον του κόσμου.» A8,Γ,21

Όσον αφορά την ερώτηση για το αν οι ίδιοι πιστεύουν στον Θεό, 24 από τους συνεντευξιαζόμενους απάντησαν θετικά και παράλληλα κάποιιοι από αυτούς δήλωσαν ότι δεν πιστεύουν σε αυτά που προβάλλει η εκκλησία. Ενώ ένας συνεντευξιαζόμενος δήλωσε ότι δεν πιστεύει, καθώς ένα άτομο δήλωσε ότι είναι agnostic, δηλαδή εκείνο που δεν βλέπει δεν το πιστεύει.

«Ναι πιστεύω τζαι εν ανάγκη του κάθε ανθρώπου να πιστεύκει στον Θεό.» A8,Γ,21

«Πιστεύω στον Θεό αλλά εν πιστεύω σε τούτα τα πράματα που προβάλλει η εκκλησία, τζαι βρίσκω το λλιο δύσκολο να το καταλάβω ότι παλιά πριν τόσα χρόνια έγινε έτσι τζαι έτσι τζαι απλά που κάτι που το έχουν γραμμένο μες σε ένα βιβλίο... εν μου λέει καν τούτο. Πιστεύω ότι υπάρχει μια ανώτερη δύναμη, ένιξερω ούτε το όνομα ούτε την μορφή ούτε τι είναι αλλά πιστεύω ότι κάτι έχει above me.» A11,Γ,21

«Όχι γιατί είμαι 100% σίγουρη ότι εν βλακείες που μας λένουν. Έκατσα τζαι εδιάβασα βιβλία στην σχολή κτλ, τζαι απλά ξέρω αποδεδειγμένα ότι πολλά πράματα εν βλακείες ότι εν στέκουν τζαι ότι κάθε λογικός άνθρωπος έπρεπε να το καταλάβει τούτο το πράμα απλά εν θέλει να το καταλάβει γιατί νομίζω ότι οι άνθρωποι στηρίζονται πάνω σε τούτο το πράμα ψυχολογικά.» A14,Γ,21

«Μμμ, κοίτα είμαι λλιο agnostic, δηλαδή τζίνο που δεν βλέπεις δεν το πιστεύεις, αλλά φορώ τζαι τον σταυρό μου, εννα πάω τζαι στην εκκλησία – δηλαδή εν θα με ενοχλήσει να πάω – απλά ένιξερω σίγουρα ότι υπάρχει κάτι, βασικά ξέρω το ότι υπάρχει κάτι, νοιώθω το ότι υπάρχει κάτι αλλά ένιξερω τί εν τζίνο το κάτι απλά επειδή τζαι που τα χρόνια στο σχολείο εν πλύση εγκεφάλου που σου κάμνουν.» A5,Γ,21

Μετά από αυτές τις προηγούμενες ερωτήσεις που αφορούσαν αξίες όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία, ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν στο τι πιστεύουν ότι είναι αυτό που τους συνδέει περισσότερο με την Rihanna, δηλαδή ποιά κοινά στοιχεία έχουν μαζί της. Οι απαντήσεις τους κατηγοριοποιήθηκαν σε τέσσερις θεματικές που αφορούν τα εξωτερικά χαρακτηριστικά, καθημερινές δραστηριότητες, τις αντιλήψεις τους περί θεμάτων αξίας (οικογένεια, πολιτική ιδεολογία, θρησκεία) και χαρακτηριστικά προσωπικότητας.

«Κοίτα να σου πω ασπούμε όποτε την βλέπω ξέρω ότι, ότι τζαι να βάλει εννα εμπορούσα να το βάλω, αλλά ξέρω ότι φωτογραφία εννα δω εννα πω «Αμαν ίντα τέλειο εν τζίνο που φορεί» δηλαδή νιώθω ότι αρέσκει μου, ντάζει σίγουρα έχει στυλίστες πίσω της αλλά τζαι τζίνη πρέπει να πει ναι για να το βάλει εννε; Πιστεύκω ότι έχουμε similar γούστο στα ρούχα.» A16,Γ,21.

«Σίγουρα η μουσική, ο χορός, γενικά επειδή η μουσική της εν χορευτική τζαι επειδή ασχολούμαι χρόνια με τον χορό άρα, εν η μουσική που με εκφράζει.» A4,Γ,21.

«Ίσως ο θεσμός της οικογένειας, μπορεί το ότι ναι έγινε διάσημη αλλά εν εξέχασε τους που πίσω της.» A8,Γ,21

«Εν πιστεύκω ότι έχουμε άμεσα κοινά στοιχεία αλλά έμμεσα βλέπω το ότι με την σκληρή δουλειά που έκαμε τζαι σιγά σιγά ότι εκατάφερε κάποια πράματα στην ζωή της εν τούτα που εννα ήθελα να κάμω τζαι εγώ με την δουλειά μου κάτι αξιόλογο.» A23,Γ,22

6.5 Χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου

Στην πέμπτη θεματική ενότητα με τίτλο «Χαρακτηριστικά Οπαδών ενός συγκεκριμένου Τμήματος του Ακροατηρίου» εξετάζεται το ποιά είναι τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» και πιο συγκεκριμένα εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα «πρότυπα».

Μέσα από την ανάλυση δεδομένων που έγινε φαίνεται ότι οι συνεντευξιαζόμενοι προτιμούν κυρίως ξένη μουσική – κυρίως RnB και Pop, καθώς πέρα από την μέγιστη προτίμηση τους στην Rihanna, τους αρέσει και η Beyonce αφού κυμαίνεται στο ίδιο είδος μουσικής.

Στο ερώτημα που αφορά τι θα ήταν ικανοί να κάνουν αν βρίσκονταν κοντά της, οι περισσότεροι απάντησαν ότι θα την αγκάλιαζαν, θα την φιλούσαν, θα έβγαζαν φωτογραφία μαζί της, θα της ζητούσαν αυτόγραφο και θα την ρωτούσαν διάφορα για να την γνωρίσουν περισσότερο ως άνθρωπο.

«Εννα ήθελα να της μιλήσω – αλλά εν νομίζω να εγίνετον τούτο το πράμα – εννοώ σου να της μιλήσω να δω πως εν ο χαρακτήρας της αν τζαι νομίζω εν θα εγίνετον ποτέ τούτο το πράμα γιατί εν πολλά αυστηρά ούλλα σε έτσι φάσεις. Εννα ήθελα να φκάλω μια φωτογραφία μαζί της σίγουρα, αλλά παραπάνω εννα ήθελα να την γνωρίσω σαν άνθρωπο.» A11,Γ,21

Μια ενδιαφέρουσα δήλωση η οποία δείχνει τον μεγάλο θαυμασμό που τρέφει για το πρόσωπο της Rihanna μια από τις συνεντευξιαζόμενες είναι η ακόλουθη.

«Ήταν να φιρτώ, να με πιάσει κρίση πανικού, κρίση άγχους, κρίση χαράς – ένιξερω αν υπάρχει, γενικά μια κρίση. Ή μπορεί να ελιποθυμούσα.» A24,Γ,21

Στο επόμενο ερώτημα που απαντούν οι συνεντευξιαζόμενοι όσον αφορά για τον ρόλο που θα ήθελαν να έχουν εάν μπορούσαν να συμμετάσχουν κοντά σε αυτήν, φαίνεται ότι οι περισσότεροι θα ήθελαν να λάβουν κυρίως ηγετικές θέσεις όπως Manager σε γενικό πλαίσιο είτε πιο συγκεκριμένα Marketing ή Creative Manager. Ενώ κάποιοι άλλοι προτίμησαν ρόλους με τους οποίους θα βρίσκονταν κοντά στην Rihanna, όπως χορεύτρια αφού θα βρίσκονταν στην σκηνή μαζί της καθώς και στις πρόβες που θα γίνονταν, καθώς ακόμα και κολλητή φίλη της. Μερικοί από τους αυτούς προτίμησαν κάτι που να συνδέεται με αυτό το οποίο σπούδασαν ή ακόμα και με τα ενδιαφέροντα τους, για παράδειγμα Fashion Designer ή Μουσικός.

«Θα ήθελα περισσότερο να ήμουν Creative Manager, εννα ήθελα να της δημιουργώ την εικόνα... Νομίζω τζίνιο που θα μου άρεσκε να κάμω αν είχα την ευκαιρία εν ένα tour της να το οραματιστώ τζαι να το κτίσω κάπως....» A15,A,22

«Το δεξί της χέρι. Κολλητή της που ήταν να την βοηθά σε ούλλα.» A24,Γ,21

«Εν πολλά δυνατό τι λαλείς; Αν μου ελαλούσαν να κάμω τραγούδια της ήταν να μου αρέσει πάρα πολλά! Να της γράψω μουσική! Το team της πρέπει να εν κάτι πολλά μεγάλο για να φκάλλει μπροστά έτσι artist τζαι εδούλεψε με πολλούς που τούτους που κάμουν μουσική που μου αρέσκουν, David Guetta, Nikki Romero.» A12,A,24

Μια ενδιαφέρουσα δήλωση κάποιας συνεντευξιαζόμενης όσον αφορά τον ρόλο που θα ήθελε να έχει εάν θα μπορούσε να συμμετέχει σε αυτή, φαίνεται ότι θα επέλεγε τον ρόλο της Ερευνήτριας αφού ενημερώνεται μέσα από το διαδίκτυο για διάφορα θέματα γύρω από τα βιντεοκλίπ της Rihanna.

«Θα ήθελα πάρα πολλά να αναλύσω τα βιντεοκλίπ της γιατί ένα διάστημα ασχολήθηκα λλλίο με τα βιντεοκλίπ γιατί έγινε έντονη συζήτηση ότι έγινε αλλαγή του τρόπου που επαρουσίαζε τα βιντεοκλίπ της που ένα διάστημα τζαι μετά. Άκουσα πρόσφατη δήλωση της για τους Illuminati, επειδή εκάμαν τις ερωτήσεις αν ανήκει ή αν υποστηρίζει τζαι είπε ότι γνωρίζει απλά δεν υποστηρίζει, εννοώ τζαι η ίδια επιδιώκει να γίνεται συζήτηση γύρω που τούτο το θέμα, επομένως γι' αυτό σου λέω ότι θα έχει ενδιαφέρον να κάτσω να αναλύσω τούτο το θέμα.» A10,Γ,22

Στο ερώτημα σχετικά με το ποιός θεωρούν ότι τους επηρεάζει περισσότερο στην απόφαση τους να γίνουν οπαδοί της Rihanna, οι μισοί από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι επηρεάζονται περισσότερο από τα M.M.E και θεωρούν ότι σε αναγκάζουν να σου αρέσουν συγκεκριμένοι καλλιτέχνες. Ενώ οι υπόλοιποι δήλωσαν ότι είναι προσωπική απόφαση για τον καθένα σχετικά με τις προτιμήσεις της μουσικής που έχουν και άρα να υποστηρίζουν συγκεκριμένους καλλιτέχνες.

«Νομίζω ότι με την μουσική, ο κάθε άνθρωπος αναπτύσσει διαφορετικά τα γούστα του. Για παράδειγμα εν νομίζω να υπάρχει άνθρωπος που να μην επέρασε που στάδια να ακούει διαφορετικά είδη μουσικής τζαι να πειραματίζεται ούτως ώστε να έβρει το κατάλληλο είδος που να του αρέσκει.» A3,A,22

«Νομίζω η κοινωνία, βασικά ο κόσμος του Διαδικτύου γενικά τζαι ότι εδώκαν της τόση προβολή τα ΜΜΕ που επέρασε ως πρότυπο, ως κάτι «νέο» γιατί ας μην ξεχνούμε ότι δεν υπήρχε μαύρη τραγουδίστρια τόσο κοντά στα πρότυπα τα δυτικά τα δικά μας – ήταν κάτι νέο, ήταν μια μαύρη τραγουδίστρια που εν υπήρχε στιγμής λευκά άτομα να θέλουν μια μαύρη τραγουδίστρια. Μπορεί να ήθελε να περάσει τζαι το μήνυμα ότι δεν υπάρχει ρατσισμός...» A18,Γ,20

Όσον αφορά το ερώτημα για το ποιά εικόνα πιστεύουν ότι θα σχημάτιζε κάποιος που μόλις είχαν γνωρίσει εάν του έλεγαν ότι είναι μεγάλοι fan της Rihanna, φαίνεται ότι υπήρχαν θετικές, ουδέτερες αλλά και αρνητικές απαντήσεις.

Μια από τις θετικές εικόνες που θεωρούν οι συνεντευξιαζόμενοι ότι θα σχημάτιζε το άτομο το οποίο θα μάθαινε ότι είναι fan της Rihanna για το πρόσωπο τους, εκφράζει το ότι θα είναι και αυτοί αγαπητοί στον κόσμο, ότι ακολουθούν συγκεκριμένα το στυλ της και ότι είναι εκτός παραδοσιακών δομών.

«Ότι εν ένα άτομο το οποίο ακούω μουσική, ότι είμαι εκτός παραδοσιακών δομών γιατί είμαι άτομο που του αρέσκουν τα διαφορετικά, κάτι που ενεν πρότυπα της δικής μας κοινωνίας τα δυτικά, ότι είμαι λλιο cool πιο προχωρημένη.» A18,Γ,20

Κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι η εικόνα που θα σχημάτιζε κάποιος εάν μάθαινε ότι είναι fan της Rihanna, θα εξαρτιόταν από την εικόνα που έχει ο άλλος για την τραγουδίστρια, θετική ή αρνητική.

«Εξαρτάται τι χαρακτήρας εν ο άλλος, αν εν χαρακτήρας που του αρέσκει τούτη η μουσική εννα εν σε φάση A wow αρέσκει μου τζαι μένα. Αν εν κάποιος που ακούει εντελώς διαφορετικό στυλ μουσικής εμπορούσε να ήταν κάπως «Γιατί σου αρέσκει τούτη η μουσική;», εν νομίζω να εστίαζε στο άτομο.» A14,Γ,21

Ενώ κάποιοι άλλοι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι θα σχημάτιζε αρνητική εικόνα ο άλλος απέναντι τους γιατί η Rihanna δεν είναι αποδεκτό πρότυπο από την κοινωνία της Κύπρου, κυρίως λόγω χαρακτήρα και τρόπου ζωής. Ένας άλλος λόγος είναι γιατί εάν ακολουθούν την Rihanna σημαίνει ότι ακολουθούν την μάζα.

«Άσχημη επειδή η Rihanna σαν πρότυπο ίσως να μην εν αποδεκτό στους κύκλους που έχουμε στην Κύπρο.» A9,A,22

«Ότι εν είμαι καθόλου ψαγμένη, ότι βασικά πάω με την τάση της μόδας γενικά.» A21,Γ,24

Σε συνέχεια του προηγούμενου ερωτήματος τέθηκε το ερώτημα για το ποιά εικόνα θα ήθελε ο συνεντευξιαζόμενος να σχηματίσει για αυτόν. Η πλειονότητα απαντήσεων των

συνεντευξιαζόμενων δήλωσε ότι θα ήθελαν να σχηματίσει θετική άποψη για αυτούς. Ενώ πέντε από τους συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν ότι δεν τους απασχολεί η γνώμη των υπολοίπων.

«Fan person ασπύμε. Ότι είμαι του στυλ RnB, τζίνου του είδους της μουσικής...» A4,Γ,21

«Εν θέλω να σχηματίσει εικόνα για μένα, απλό το θέμα, γιατί να ασχοληθεί μαζί μου;» A7,Α,22

Σχετικά με το ερώτημα εάν θυμούνται κάποια άποψη που ενστερνίζεται η Rihanna, οι περισσότεροι συνεντευξιαζόμενοι απάντησαν αρνητικά υποστηρίζοντας την απάντησή τους, ενώ κάποιοι άλλοι θετικά δίνοντας κάποια παραδείγματα.

«Νομίζω όχι, εννοώ ότι εν άκουσα ποτέ κάτι που να υποστήριζε η Rihanna έντονα τζαι να έγινε σάλος για τζίνο. Νιώθω ότι εν έχει άποψη σε θέματα που απασχολούν τον κόσμο, εν έτσι πιο αποστασιοποιημένη, σε ένα άλλο κόσμο, σε μια άλλη διάσταση.» A15,Α,22

«Εεε βασικά θυμούμαι ένα περιστατικό που εφκήκε μια κυρία στο Twitter τζαι είπε ότι η Rihanna είναι το χειρότερο πρότυπο για όλες τις κοπέλες, με την ζωή που κάμνει ασπύμε, τζαι η απάντηση της Rihanna πάνω σε τούτο ήταν ότι «Εγώ εν είμαι πρότυπο κανενός τζαι ότι κανένας ενεν τέλειος τζαι ότι σίγουρα κάμνω λάθη», που πιθανό να αναγνωρίζει ότι κάμνει λάθη, ότι κάποια πράγματα που κάμνει ενεν σωστά.» A8,Γ,21

Στο ερώτημα που τέθηκε στους συνεντευξιαζόμενους για το τι σημαίνει εκκεντρικό για αυτούς, οι απόψεις τους ήταν παρόμοιες όπως για παράδειγμα ότι είναι κάτι το οποίο θα σε κάνει να προσέξεις πάνω στον άλλον, ότι είναι κάτι το διαφορετικό είτε υπερβολικό κάποιες φορές, καθώς και κάτι που δεν θα το έβαζε μια καθημερινή κοπέλα όσον αφορά το στυλ ντυσίματος της Rihanna.

«Εμμ κάτι ασπύμε το διαφορετικό, το αλλόκοτο που διαφέρει σαν προσέγγιση που έχεις για κάτι από τους άλλους, αλλά πάλε μπορεί εσύ ο ίδιος να νομίζεις ότι εν κάτι το "συνηθισμένο" για σένα. Κάτι το ιδιαίτερο σε θέμα γούστου ας το πούμε - αρκετά ωραίο σε κάποιες περιπτώσεις να το βλέπεις, φτάνει να μεν γίνεται για να κερδίσεις την προσοχή ή να εν ο σκοπός να σου να ξεχωρίσεις ή κάτι.» A8,Γ,21

Συμπερασματικά, τα χαρακτηριστικά των οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» φαίνεται να είναι κυρίως η προτίμηση τους στο ίδιο είδος μουσικής, ο ηγετικός ρόλος που θα επέλεγαν εάν είχαν την ευκαιρία να συμμετέχουν σε αυτή καθώς και το γεγονός ότι επηρεάζονται περισσότερο από τα Μ.Μ.Ε στην απόφασή τους να γίνουν οπαδοί της Rihanna. Τέλος, το γεγονός ότι θα σχημάτιζε αρνητική εικόνα ο άλλος απέναντί τους γιατί η Rihanna δεν είναι αποδεκτό πρότυπο από την κοινωνία της Κύπρου, κυρίως λόγω χαρακτήρα και τρόπου ζωής, δείχνει ένα συγκεκριμένο τμήμα του «ακροατηρίου» που μοιράζεται τις ίδιες ιδεολογίες. Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν αναλυτικά τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας με βάση την ανάλυση των τριών ερευνητικών ερωτημάτων που έγινε σε αυτό το κεφάλαιο.

Κεφάλαιο 7: Συμπεράσματα και Θέματα προς Μελλοντική Διερεύνηση

7.1 Συμπεράσματα

Απώτερος στόχος διεξαγωγής της παρούσας έρευνας ήταν να εξεταστούν τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν εξ αρχής. Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αφορά την συμπεριφορά των οπαδών στο Διαδίκτυο και στόχο είχε να εξετάσει πιο συγκεκριμένα το πως συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα. Όσον αφορά το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, ο στόχος του ήταν να εξετάσει τον βαθμό ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του και πως συντηρείται αυτή η σχέση μέσα από το Διαδίκτυο. Τέλος, ο στόχος του τρίτου ερευνητικού ερωτήματος ήταν να εξετάσει τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» καθώς και να μελετηθεί αν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα πρότυπα. Παρακάτω περιγράφονται με λεπτομέρεια τα συμπεράσματα στα οποία καταλήγει η παρούσα έρευνα.

7.1.1 Συμπεριφορά οπαδών στο διαδίκτυο

Η πρώτη θεματική ενότητα με τίτλο «Συμπεριφορά οπαδών στο Διαδίκτυο» εξετάζει το πόσο συχνά ενημερώνεται ο οπαδός για την Rihanna μέσω Διαδικτύου καθώς και πιο συγκεκριμένα πως συμπεριφέρεται η νεολαία της Κύπρου σε απομακρυσμένα είδωλα.

Αρχικά, βλέπουμε ότι το δείγμα της έρευνας χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση το Διαδίκτυο, κυρίως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ενημερώνεται και να αλληλεπιδρά με άλλους χρήστες, εκφράζοντας με αυτό τον τρόπο τον θαυμασμό τους για την Rihanna. Επιπρόσθετα φαίνεται ότι κάποιοι από αυτούς δείχνουν τον θαυμασμό τους και offline, για παράδειγμα έχουν αφίσες στα δωμάτια τους, αγοράζουν όσα περιοδικά παρουσιάζεται η Rihanna στο εξώφυλλο, αγοράζουν ρούχα από το κατάστημα River Island όπου διατηρεί μια σειρά ρούχων και κραγιόν από το κατάστημα Mac όπου αναγράφεται πάνω στην συσκευασία το όνομά της, καθώς και συνομιλώντας με φίλους για αυτήν. Ενδεχομένως παρατηρείται λοιπόν, μια καταναλωτική άλωση που συχνά παρασύρει τον οπαδό η οποία γίνεται μέσω υποσυνείδητων μηνυμάτων των διαφημίσεων που πρωταγωνιστεί το είδωλο το οποίο χρησιμοποιεί έκκληση προς το συναίσθημα του οπαδού για το δικό του συμφέρον. Λιγосτές είναι οι συχνότητες ενημέρωσης από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης όπως παραδείγματος χάριν η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τα περιοδικά. Είναι γενικά παραδεχτό πώς ο κύριος λόγος οφείλεται στη χρήση του διαδικτύου η οποία αποδίδει μια καθαρά πολύπλευρη και λεπτομερή διάσταση με στοιχειώδη οπτικοακουστικά μέσα, ανάλογα πάντα με τις προτιμήσεις του οπαδού. Περιστασιακά η κυπριακή νεολαία φαίνεται να μην ενοχλείται από την απόσταση που υπάρχει με την Rihanna γιατί όπως έχω προαναφέρει μέσω του διαδικτύου μειώνονται οι χωροχρονικές αποστάσεις και γίνεται άμεση η ενημέρωση. Επιπρόσθετα τονίζεται μέσα από τις απαντήσεις τους ότι θα ήταν μια εμπειρία ζωής να παρευρεθούν στο εξωτερικό σε συναυλία τέτοιας εμβέλειας αφού δεν έχουν την ευκαιρία να βιώσουν αυτό το συναίσθημα

στην Κύπρο. Τέλος, φαίνεται να δημιουργείται το φαινόμενο της εξ αποστάσεως οικειότητας αφού το διαδίκτυο δίνει την ψευδαίσθηση της πρόσωπο με πρόσωπο σχέσης με το είδωλο.

7.1.2 Βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο

Στην δεύτερη θεματική ενότητα με τίτλο «Βαθμός Ταύτισης του Οπαδού με τον Είδωλο» εξετάζεται ποιός είναι ο βαθμός ταύτισης του «οπαδού» με το «είδωλο» του και πιο ειδικά πώς συντηρείται η σχέση τους μέσα από το Διαδίκτυο.

Αρχικά είναι πολύ σημαντικό να ξεκαθαριστεί το φαινόμενο πώς όλοι οι συμμετέχοντες είχαν ολοκληρωμένες, κυρίως αντικειμενικές προσωπικές απόψεις για το είδωλο. Αυτό συμπεραίνεται μέσα από τις συνειδητές εκφράσεις μονόπλευρων απόψεων που δήλωσαν οι οπαδοί μέσα από την κριτική στάση που είχαν απέναντι στο είδωλο. Μερικοί οπαδοί αρέσκονται μόνο στα εξωτερικά χαρακτηριστικά, άλλοι στα εσωτερικά χαρακτηριστικά, και άλλοι δήλωναν πιστοί θιασώτες όσων δεδομένων αφορούν την επαγγελματική της καριέρα. Μέσα από αυτό προκύπτει ότι επιλέγουν ένα κομμάτι από το όλο σύνολο, θεωρώντας την ως πρότυπο για το συγκεκριμένο. Τα επόμενα δυο κομμάτια που αφορούν θέματα περί αξιών της Rihanna και των συνεντευξιαζόμενων πραγματοποιήθηκαν ουσιαστικά για να γίνει μια συσχέτιση μεταξύ των δικών τους ιδεολογιών με αυτές που υποστηρίζει η Rihanna, και αν επηρεάζονται καθόλου από αυτές είτε αρνητικά είτε θετικά. Μετά από αυτές τις προηγούμενες ερωτήσεις που αφορούσαν αξίες όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία, ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν στο τι πιστεύουν ότι είναι αυτό που τους συνδέει περισσότερο με την Rihanna, δηλαδή ποιά κοινά στοιχεία έχουν μαζί της.

Μέσα από μια ενδιαφέρουσα δήλωση κάποιας από τις συμμετέχουσες η οποία είναι σχεδιάστρια μόδας, φαίνεται ότι ως σχεδιάστρια έχει επηρεαστεί αρκετά από τις ενδυματολογικές προτιμήσεις της Rihanna, με αποτέλεσμα να σχεδιάζει ρούχα σε παρόμοιο στυλ.

Παράλληλα μέσα από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι οι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι δεν την έχουν ως πρότυπο, κυρίως για τον εκκεντρικό τρόπο ζωής της αφού βγάζει έναν έξαλλο χαρακτήρα. Μέσα από αυτό φαίνονται ακόμα οι πολιτισμικές αξίες των Κύπριων οπαδών αφού κάποιοι δεν υποστηρίζουν τον τρόπο ζωής της Rihanna. Ενώ οι υπόλοιποι συνεντευξιαζόμενοι δήλωσαν ότι την θεωρούν ως πρότυπο τους σε μερικά στοιχεία από το όλο σύνολο όπως για παράδειγμα για το στυλ ντυσίματος και για κάποια στοιχεία του χαρακτήρα της όπως τον γυναικείο δυναμισμό που βγάζει προς τα έξω. Άρα βλέπουμε ότι επιλέγουν ένα κομμάτι από το όλο σύνολο, θεωρώντας την ως πρότυπο για το συγκεκριμένο.

Επιπρόσθετα φαίνεται ότι οι συνεντευξιαζόμενοι ήταν κυρίως αρνητικοί στο ζήτημα για το εάν βγάλουν παρόμοιες φωτογραφίες είτε χρησιμοποιούν εκφράσεις της Rihanna. Μέσα από την έκφραση τους όταν απαντούσαν σε αυτές τις ερωτήσεις παρατηρήθηκε ότι και να αντίγραφαν κάποια στάση του σώματος ή έκφραση της Rihanna

δεν θα το παραδέχονταν, από την άλλη όμως υποστήριξαν ότι το έχουν παρατηρήσει σε άλλες κοπέλες. Κάποιοι συνεντευξιαζόμενοι από την άλλη πλευρά δήλωσαν ότι προσπάθησαν να μιμηθούν κάποια στάση του σώματος της σε μια φωτογραφία, είτε χρησιμοποίησαν και υιοθέτησαν στην συνέχεια κάποιες από τις εκφράσεις της.

Μέσα από την περιγραφή που δίνουν οι συνεντευξιαζόμενοι για την καθημερινότητα της Rihanna φαίνεται να πιστεύουν ότι ασχολείται κυρίως με την εξωτερική εμφάνιση της αλλά και την προσωπική της διασκέδαση, που κυρίως χαρακτηρίζεται από αυτούς ως έξαλλη και αυτοκαταστροφική. Από την άλλη πλευρά οι ίδιοι οι συνεντευξιαζόμενοι φαίνεται να ασχολούνται με τις πανεπιστημιακές και επαγγελματικές τους προτεραιότητες, ασχολούνται με την άθληση καθώς παράλληλα διασκεδάζουν χωρίς όμως να παρεκτρέπονται.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στις ερωτήσεις που αφορούσαν κυρίως αξίες όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία, όπου ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να αναφέρουν τι πιστεύουν ότι η ίδια η Rihanna υποστηρίζει, φαίνεται να επηρεάζονται από τις πολιτισμικές αξίες τους, όπως αναφέρω πιο κάτω.

Θεωρούν ότι η Rihanna δεν είναι ικανή να κάνει οικογένεια λόγω των αυτοκαταστροφικών συνηθειών που έχει. Από την άλλη οι υπόλοιποι συνεντευξιαζόμενοι υποστήριξαν ότι θέλει η ίδια να κάνει οικογένεια και ότι βρίσκεται κοντά στην οικογένεια της, λόγω των φωτογραφιών που ανεβάζει στον προσωπικό της λογαριασμό στο Instagram. Άρα φαίνεται ότι υπάρχει διχασμός απόψεων μεταξύ των συνεντευξιαζόμενων και το πως μεταφράζουν αυτά που βλέπουν στο διαδίκτυο, ή ποιά εικόνα της Rihanna επιλέγουν να δουν. Όσον αφορά την πολιτική ιδεολογία της Rihanna, φαίνεται να μην ενδιαφέρει τους περισσότερους συνεντευξιαζόμενους αφού δεν γνωρίζουν τίποτα περί αυτού του ζητήματος. Κάποιοι άλλοι θεωρούν ότι δεν ασχολείται με την πολιτική ενώ οι υπόλοιποι πιστεύουν ότι είναι φιλελεύθερο άτομο. Τέλος, σημαντικό να αναφερθεί ότι 20 συνεντευξιαζόμενοι θεωρούν ότι η Rihanna δεν πιστεύει στον Θεό, ενώ οι υπόλοιποι έξι θεωρούν ότι πιστεύει στον Θεό. Και οι δυο απόψεις υποστηρίζονται μέσω κάποιων στοιχείων που έχουν παρακολουθήσει σε βιντεοκλίπ της και γενικά σε αυτά που πρόβαλλε στο διαδίκτυο.

Στο δεύτερο κομμάτι ερωτώνται για τις δικές τους αντιλήψεις σε αυτά τα θέματα περί αξιών, όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία. Αρχικά στο ερώτημα σχετικά με το αν οι ίδιοι οι συνεντευξιαζόμενοι είναι άνθρωποι της οικογένειας, απάντησαν όλοι θετικά εκτός από δύο συνεντευξιαζόμενους οι οποίοι δήλωσαν ότι δεν θέλουν να κάνουν οικογένεια. Στην ερώτηση που τέθηκε σχετικά με τις πολιτικές ιδεολογίες των συνεντευξιαζόμενων, 14 από αυτούς δήλωσαν ότι δεν ασχολούνται ενώ οι υπόλοιποι 12 δήλωσαν ότι απλά ενημερώνονται. Όσον αφορά την ερώτηση για το αν οι ίδιοι πιστεύουν στον Θεό, 24 από τους συνεντευξιαζόμενους απάντησαν θετικά και παράλληλα κάποιοι από αυτούς δήλωσαν ότι δεν πιστεύουν σε αυτά που προβάλλει η εκκλησία. Ενώ ένας συνεντευξιαζόμενος δήλωσε ότι δεν πιστεύει, καθώς ένα άτομο δήλωσε ότι είναι «agnostic», δηλαδή εκείνο που δεν βλέπει δεν το πιστεύει. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο ζουν φαίνεται να είναι προβληματικό αφού το

δείγμα της έρευνας δεν δέχεται κάποια από τα πιστεύω της Rihanna, και αλλάζει στάση προς αυτήν αφού φαίνεται να επηρεάζεται αρκετά από τις αντιλήψεις της περί θέματα αξιών.

Τα προηγούμενα δυο κομμάτια που αφορούσαν θέματα περί αξιών της Rihanna και των συνεντευξιαζόμενων έγινε ουσιαστικά για να πραγματοποιηθεί μια συσχέτιση μεταξύ των δικών τους ιδεολογιών με αυτές που υποστηρίζει η Rihanna, και αν επηρεάζονται καθόλου από αυτές είτε αρνητικά είτε θετικά. Μετά από αυτές τις προηγούμενες ερωτήσεις που αφορούσαν αξίες όπως η οικογένεια, η πολιτική ιδεολογία και η θρησκεία, ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να απαντήσουν στο τι πιστεύουν ότι είναι αυτό που τους συνδέει περισσότερο με την Rihanna, δηλαδή ποιά κοινά στοιχεία έχουν μαζί της. Οι απαντήσεις τους κατηγοριοποιήθηκαν σε τέσσερις θεματικές που αφορούν τα εξωτερικά χαρακτηριστικά, καθημερινές δραστηριότητες, τις αντιλήψεις τους περί θεμάτων αξίας (οικογένεια, πολιτική ιδεολογία, θρησκεία) και χαρακτηριστικά προσωπικότητας. Εδώ φαίνεται ότι οι συμμετέχουσες που ήταν γυναίκες αναφέρονται η κάθε μια σε μια θεματική ενότητα τονίζοντας έντονα το χαρακτηριστικό που πιστεύουν ότι τους συνδέει περισσότερο με την Rihanna. Για παράδειγμα στα εξωτερικά χαρακτηριστικά τονίζεται έντονα από τις συμμετέχουσες το στυλ ντυσίματος της, στις καθημερινές δραστηριότητες τονίζεται το ενδιαφέρον και των δυο πλευρών για το ίδιο είδος μουσικής που ακούν, στις αντιλήψεις τους περί θεμάτων αξίας τονίζουν τον θεσμό κυρίως που έχουν και οι δυο πλευρές για την οικογένεια καθώς και στα χαρακτηριστικά προσωπικότητας τονίζεται ο γυναικείος δυναμισμός που έχουν καθώς και η ανοδική πορεία της Rihanna μέχρι τώρα, που επιθυμούν οι συνεντευξιαζόμενοι να αποκτήσουν παρόμοια στην επαγγελματική τους καριέρα.

7.1.3 Χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος τους ακροατηρίου

Στην τρίτη θεματική ενότητα με τίτλο «Χαρακτηριστικά Οπαδών ενός συγκεκριμένου Τμήματος του Ακροατηρίου» εξετάζεται το ποιά είναι τα χαρακτηριστικά των «οπαδών» ενός συγκεκριμένου τμήματος του «ακροατηρίου» και πιο συγκεκριμένα εάν υπάρχουν τάσεις οι οποίες να συνιστούν συγκεκριμένα «πρότυπα».

Αρχικά βλέπουμε κάποια χαρακτηριστικά επιφάνειας τα οποία ενώνουν τους συνεντευξιαζόμενους αφού είναι κοινά. Μέσα από την ανάλυση δεδομένων που έγινε φαίνεται ότι προτιμούν κυρίως ξένη μουσική – κυρίως RnB και Pop, άρα δημιουργείται ένα τμήμα του «ακροατηρίου» που συνιστά ένα συγκεκριμένο πρότυπο. Μέσα από το ερώτημα σχετικά με το τι θα ήταν ικανοί να κάνουν αν βρίσκονταν κοντά τους φαίνεται ότι όλοι θα έβγαζαν φωτογραφία μαζί της καθώς και θα της μιλούσαν για να την γνωρίσουν καλύτερα ως άνθρωπο. Αυτό δείχνει τον θαυμασμό που τρέφουν προς το πρόσωπό της. Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι οι περισσότεροι συνεντευξιαζόμενοι θα επέλεγαν να βρίσκονται σε ηγετικές θέσεις κυρίως, όσον αφορά το ερώτημα σχετικά με τον ρόλο που θα ήθελαν να είχαν εάν συμμετείχαν σε αυτή. Ενώ κάποιοι από τους συνεντευξιαζόμενους επιλέγουν ένα ρόλο ούτως ώστε να βρίσκονται όσο πιο κοντά της γίνεται. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι αν είχαν την ευκαιρία να συμμετάσχουν κοντά της θα προτιμούσαν

κάτι το οποίο να διατηρούν στενές επαφές μαζί της. Επιπρόσθετα οι Κύπριοι οπαδοί φαίνεται να επηρεάστηκαν περισσότερο από τα Μ.Μ.Ε σχετικά με την απόφαση τους να γίνουν οπαδοί της Rihanna και άρα δημιουργείται ένα τμήμα του «ακροατηρίου» το οποίο επηρεάζεται από αυτό που προβάλλουν τα μέσα. Παράλληλα δημιουργείται ένα τμήμα του «ακροατηρίου» και πιο συγκεκριμένα οι Κύπριοι οπαδοί που έλαβαν μέρος στην έρευνα αυτή, που θεωρούν ότι εάν κάποιος μάθαινε ότι είναι οπαδοί της Rihanna θα ήταν αρνητικοί απέναντι τους γιατί πιστεύουν ότι η ίδια δεν είναι αποδεκτό πρότυπο από την κοινωνία της Κύπρου κυρίως λόγω χαρακτήρα και τρόπου ζωής. Τέλος στο ερώτημα που τέθηκε στους συνεντευξιζόμενους για το τι σημαίνει εκκεντρικό για αυτούς, οι απόψεις τους ήταν παρόμοιες όπως για παράδειγμα ότι είναι κάτι το οποίο θα σε κάνει να προσέξεις πάνω στον άλλον, ότι είναι κάτι το διαφορετικό είτε υπερβολικό κάποιες φορές, καθώς και κάτι που δεν θα το έβαζε μια καθημερινή κοπέλα όσο αφορά το στυλ ντυσίματος της Rihanna.

7.2 Θέματα προς Μελλοντική Διερεύνηση

Ο οπαδισμός αποτελεί ένα σχετικά παλιό φαινόμενο το οποίο ενσωματώνεται μέσα στο νέο πεδίο ορατότητας του web δίνοντας την ευκαιρία του οπαδού που βρίσκεται μακριά να μαθαίνει για το είδωλο του. Δημιουργείται ωστόσο και το φαινόμενο της εξ αποστάσεως οικειότητας. Επομένως θα ήταν πολύ ενδιαφέρον να διεξαχθούν έρευνες στο μέλλον, οι οποίες θα εξετάζουν εις βάθος τους οπαδούς κάθε χώρας και τον βαθμό της εξ αποστάσεως οικειότητας που έχουν με το είδωλο τους.

Μέσα από την διεξαγωγή της παρούσας έρευνας προέκυψε το συμπέρασμα ότι οι Κύπριοι οπαδοί παρόλο που αναγνωρίζουν ότι το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο ζουν είναι προβληματικό, οι ίδιοι συνεχίζουν να εκπροσωπούν κάποιες από τις ιδεολογίες αυτού χωρίς να το παραδέχονται φυσικά. Αυτό όμως φαίνεται έντονα μέσα από τις απαντήσεις που έδωσαν σχετικά με το θέμα περί αξιών που ερωτήθηκαν αφού στο τέλος είναι δεμένοι με το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο ζουν είτε το θέλουν είτε όχι. Έτσι, θεωρείται απαραίτητη η διεξαγωγή ερευνών που θα εστιάζουν στις αξίες που συμερίζονται ως Κύπριοι και πιο συγκεκριμένα οι αλλαγές που δημιουργούνται – εάν δημιουργούνται στις απόψεις τους όταν έχουν ως είδωλο ένα ξένο τραγουδιστή, ηθοποιό ή οποιαδήποτε διασημότητα.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Baudrillard, J. (1991) *Η έκσταση της επικοινωνίας*, (Β. Αθανασόπουλος, Μετφρ.) Αθήνα: Καρδαμίτσα.
- Mason, J. (1996). *Η Διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Philips, L. & Jørgensen, W.M. (2009). *Ανάλυση Λόγου: Θεωρία και Μέθοδος*. (Α. Κιουπκιολής, Μετφρ.) Αθήνα: Παπαζήσης
- Γαρδικιώτης, Α. (2008) *Κοινωνική επιρροή: Επισκόπηση και αξιολόγηση της έρευνας και των θεωριών*. Αθήνα: Gutenberg.
- Δεμερτζής, Ν. Γιαλαμάς, Β. Δουδάκη, Β. Κύζα, Ε. Κυριακίδης, Χ. Λαμπρινός, Λ. Μηλιώνη, Δ.Α. Πάνος, Δ. Πατέλη, Κ. Στυλιανού, Σ. Τσαπατσούλης Ν. (2013) *World Internet Project Cyprus World: Το Διαδίκτυο στην Κύπρο (2010)*, Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Κύπρος.
- Ιωσηφίδης, Θ. (2008). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: Κριτική
- Ιωσηφίδης, Θ. & Σπυριδάκης, Μ. (2006). *Ποιοτική κοινωνική έρευνα: Μεθοδολογικές προσεγγίσεις και ανάλυση δεδομένων*. Αθήνα: Κριτική.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Αξία [6]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Είδωλο [2]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Εκκεντρικός [1]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Μόδα [1]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Οπαδός [1]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Πρότυπο [1]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)
- Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Στυλ [3]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)

Μπαμπινιώτης, Γ. (1998). Τάση [3, 4]. *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. 2^η Έκδοση (2002)

Παπαστάμου, Σ. (1989). *Σύγχρονες έρευνες στην κοινωνική ψυχολογία: Η κοινωνική επιρροή*. Αθήνα: Οδυσσέας.

Αγγλική Βιβλιογραφία

Baym, N. K. (1993). Interpreting soap operas and creating community: Inside a computer-mediated fan culture. *Journal of folklore research*, Vol. 30(2/3), 143-176.

Booth, P. (2008). Rereading fandom: MySpace character personas and narrative identification. *Critical Studies in Media Communication*, 25(5), 514-536.

Booth, P. (2010) *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang Publishing.

Burns, G. (2004). Fan culture, the Internet, and the British influence in popular music studies. *The Journal of American Culture*, 27(2), 199-209.

Costello, V. (1999). Interactivity and the 'cyber-fan': An exploration of audience involvement within the electronic fan culture of the internet. PhD diss., University of Tennessee, 1999.

Curwood, J. S. (2013). Fan fiction, remix culture, and The Potter Games. In V.E. Frankel (Ed.), *Teaching with Harry Potter*, 81-92. Jefferson, NC: McFarland.

Gooch, B. (2008). The communication of fan culture: The impact of new media on science fiction and fantasy fandom. (Doctoral dissertation, Georgia Institute of Technology, 2008).

Gray, J. & Sandvoss, C. & Harrington, C.L. (2007) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. NYU Press.

Harrington, C. L., & Bielby, D. D. (2010). A life course perspective on fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 13(5), 429-450.

Hellekson, K. (2009). A fannish field of value: Online fan gift culture. *Cinema Journal*, 48(4), 113-118.

Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). *Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance*. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.

Jenkins, H. (2007). The future of fandom. *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, 357-364. Published by NYU Press.

Lewis L.A. (1992) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge.

Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York. Oxford University Press.

- Meyrowitz, J. (1999). *Understandings of media*. Et cetera; Spring 1999; 56, 1 Research Library, pp. 44-52.
- Meyrowitz, J. (2005). *The rise of glocality. New senses of place and identity in the global village* in K. Nyiri (Ed.) *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen, 21-30.
- Murray, S. (2004). 'Celebrating the story the way it is': *cultural studies, corporate media and the contested utility of fandom*. *Continuum: Journal of media & cultural studies*, 18(1), 7-25.
- Oxford (2004) Fan, [4]. *Oxford Thesaurus of English*. 2nd Edition.
- Oxford (2004) Icon, [1]. *Oxford Thesaurus of English*. 2nd Edition.
- Parry, K.D. & Jones, I. & Wann, D.L. (2014) An Examination of Sport Fandom in the United Kingdom: A Comparative Analysis of Fan Behaviors, Socialization Processes, and Team Identification. *Journal of Sport Behavior*, Vol. 37, Issue 3, pp. 251-267
- Pearson, R. (2011) Fandom in the Digital Era. *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*.
- Schimmel, K. S., Harrington, C. L., & Bielby, D. D. (2007). Keep your fans to yourself: the disjuncture between sport studies' and pop culture studies' perspectives on fandom. *Sport in Society*, 10(4), 580-600.
- Shefrin, E. (2004). Lord of the Rings, Star Wars, and participatory fandom: Mapping new congruencies between the internet and media entertainment culture. *Critical Studies in Media Communication*, 21(3), 261-281.
- Soukup, C. (2006). *Hitching a ride on a star: Celebrity, fandom, and identification on the world wide web*. *Southern Communication Journal*, 71(4), 319-337.
- Stever, G. S., & Lawson, K. (2013). Twitter as a way for celebrities to communicate with fans: implications for the study of parasocial interaction. *North American journal of psychology*, 15(2), 339.
- Thompson, J. B. (2005). *The new visibility. Theory, Culture & Society*, 22(6), 31-51. Sage Publications.
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, culture, and society*, 31(1), 41.
- Wallace, E. (2014). Who Likes You and Why? A typology of Facebook Fans. *Journal of Advertising Research*, pp. 92-109.

Παράρτημα

Επεξήγηση Βασικών Όρων

Αξία	Το ιδανικό, η ιδέα που καθορίζει τον τρόπο ζωής και σκέψης, καθετί που αναγνωρίζεται από ένα σύνολο ανθρώπων ως σημαντικό για τους ίδιους και αποτελεί μέτρο αξιολόγησης προσώπων, συμπεριφοράς, πραγμάτων κ.α.: <i>η οικογένεια, η πατρίδα, η θρησκεία είναι παραδοσιακές ~ ηθικές / πνευματικές ~</i>
Εξ αποστάσεως οικειότητα	Η ψευδαίσθηση της πρόσωπο με πρόσωπο σχέσης με τον απομακρυσμένο ερμηνευτή.
Είδωλο	(μτφ.) Πρόσωπο που γίνεται αντικείμενο υπερβολικής αγάπης και εκδηλώσεων λατρείας: <i>πολλοί ηθοποιοί έχουν γίνει είδωλα και λατρεύονται από μυριάδες θαυμαστών μουσικό / ποδοσφαιρικό ~</i>
Εκκεντρικός	Αυτός που αποκλίνει από τα αποδεκτά ή συνηθισμένα πρότυπα χαρακτήρα, συμπεριφοράς, πρακτικής κ.λπ., που διακρίνεται από αντισυμβατικότητα: <i>~ ντύσιμο / φέρσιμο / χτένισμα / θέση / τοποθέτηση ΣΥΝ. Ιδιότροπος, αλλόκοτος, παράξενος.</i>
Μόδα	Η επικρατούσα κατά περιόδους τάση στην ένδυση και γενικότερα στον τρόπο συμπεριφοράς και σκέψης μεταξύ των μελών δεδομένου κοινωνικού συνόλου με χαρακτήρα εφήμερο και διαρκώς μεταβαλλόμενο. ΣΥΝ. Νεωτερισμός, συρμός.
Οπαδός	Αυτός που υποστηρίζει πρόσωπα, ιδέες, θεσμούς ή ομάδες σε πολιτικό, ιδεολογικό, κοινωνικό, θρησκευτικό ή άλλο επίπεδο.
Οπαδισμός	Ο οπαδισμός γίνεται ένας τρόπος για να κατανοήσουμε τη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα, σε μια εποχή που τα Μ.Μ.Ε έχουν φτάσει σχεδόν στον κορεσμό της ζωής μας.
Πρότυπο	Η προκατασκευασμένη μορφή αντικειμένου που χρησιμοποιείται ως υπόδειγμα για την αναπαραγωγή άλλων, ομοίων προς αυτό.

Το πρόσωπο στο οποίο επιδιώκει κανείς να μοιάσει, του οποίου το παράδειγμα θέλει να ακολουθήσει π.χ. δημοφιλείς καλλιτέχνες, αθλητές κ.λπ.

Στυλ	Η εξωτερική εμφάνιση κάποιου ανθρώπου και ο ιδιαίτερος τρόπος με τον οποίο αυτή διαμορφώνεται.
Τάση	Η ιδιαίτερη κλίση, διάθεση ή προτίμηση που έχει κάποιος για κάτι. Καθεμιά από τις διαφορετικές ιδεολογικές κατευθύνσεις που εκδηλώνονται στο εσωτερικό ενός κόμματος.

Ερωτήσεις Ημι-δομημένων Συνεντεύξεων

A) Γενικές Πληροφορίες

- Δημογραφικά χαρακτηριστικά (π.χ. Φύλο, ηλικία, επάγγελμα/σπουδή)

B) Εισαγωγικές Ερωτήσεις

- Με τι ασχολείσαι στον ελεύθερο σου χρόνο;
- Πηγαίνεις γυμναστήριο; Για ποιόν λόγο;

Γ) Συμπεριφορά Οπαδών στο Διαδίκτυο

- Προκαθορισμένες Ερωτήσεις
 - Πόσο συχνή είναι η πρόσβαση σου στο Διαδίκτυο;
 - Ποιά κοινωνικά μέσα δικτύωσης χρησιμοποιείς για να ενημερώνεσαι για την Rihanna; (Facebook, Instagram, twitter, YouTube)
 - Με ποιό άλλο τρόπο ενημερώνεσαι για αυτήν;
 - Πόσο συχνά βλέπεις τα βιντεοκλίπ της στο YouTube;
 - Πόσο συχνά παρακολουθείς live εμφανίσεις της στην τηλεόραση; (συναυλίες)
 - Έχεις παρευρεθεί σε συναυλία της; Αν όχι, θα ήθελες να πας σε συναυλία της αν είχες την ευκαιρία;
 - Πως σε κάνει να νιώθεις το γεγονός ότι δεν μπορείς να την απολαύσεις από κοντά;
 - Σε ενοχλεί το γεγονός ότι βρίσκεται σε διαφορετική χώρα από αυτή που είσαι εσύ;
 - Πώς δείχνεις τον θαυμασμό σου προς αυτήν;

Δ) Βαθμός ταύτισης του οπαδού με το είδωλο του

- Προκαθορισμένες Ερωτήσεις
 - Ας επικεντρωθούμε στην Rihanna. Τί σου αρέσει περισσότερο σε αυτήν;

- Ακολουθείς τις τάσεις μόδας που ακολουθεί και η ίδια; Αν ναι, με ποιόν τρόπο;
- Την θεωρείς ως πρότυπο σου; Για ποιούς λόγους;
- Βγάζεις παρόμοιες φωτογραφίες με την Rihanna; (πόζα)
- Χρησιμοποιείς τις εκφράσεις της Rihanna στις φωτογραφίες; (πχ Shhh, γκριμάτσες)
- Πως φαντάζεσαι ότι μπορεί να είναι η ζωή και η καθημερινότητά της?
- Είναι άνθρωπος της οικογένειας; Για ποιόν λόγο;
- Τι πολιτικές απόψεις νομίζεις ότι έχει? Για ποιόν λόγο;
- Πιστεύεις ότι πιστεύει στο Θεό?
- Ποιά είναι η δική σου καθημερινότητα;
- Είσαι άνθρωπος της οικογένειας; Για ποιόν λόγο;
- Τι πολιτικές απόψεις έχεις? Για ποιόν λόγο;
- Πιστεύεις στο Θεό? / Τι πιστεύεις ότι γίνεται μετά τον θάνατο;
- Ποιό είναι αυτό που σας συνδέει περισσότερο με την Rihanna? Ποιά κοινά στοιχεία έχετε μαζί της;

E) Χαρακτηριστικά οπαδών ενός συγκεκριμένου τμήματος του ακροατηρίου

- Προκαθορισμένες Ερωτήσεις
 - Τί είδος μουσικής ακούς;
 - Τί θα ήσουν ικανός να κάνεις αν βρισκόσουν κοντά της;
 - Εσύ αν μπορούσες να συμμετέχεις σε αυτή και να είσαι κοντά της, τι ρόλο θα ήθελες να έχεις?
 - Ποιός θεωρείς ότι σε επηρεάζει περισσότερο στην απόφαση σου να γίνεις οπαδός της Rihanna; (γονείς – φίλοι – κοινωνία)
 - Εάν σε κάποιον που μόλις έχεις γνωρίσει του πεις ότι είσαι μεγάλος fan της Rihanna, τι εικόνα πιστεύεις ότι θα σχηματίσει για εσένα?
 - Τι εικόνα θα ήθελες να σχηματίσει για εσένα?
 - Θυμάσαι κάποια άποψη που ενστερνίζεται η Rihanna; Συμφωνείς ή διαφωνείς με αυτήν την άποψη;
 - Τι σημαίνει εκκεντρικό για σένα;