

Rafał Orzechowski<sup>1</sup>

Uniwersytet Wrocławski

ORCID ID: 0000-0002-6179-4487

e-mail: rafalorzechowski87@gmail.com

## Wpływ środowisk dōujin na kształtowanie wizerunku wirtualnego idola – analiza przypadku Hatsune Miku

### ABSTRAKT

Współczesne przenikanie się świata wirtualnego oraz rzeczywistego prowadzi do pojawienia się unikalnych zjawisk społecznych. Celem artykułu jest przedstawienie oraz analiza wyników badań przedstawiających działalność społeczności dōujin, wpływającej w dużym stopniu na kreowanie wizerunku wirtualnych idoli. Mowa tutaj jednak nie o żywych osobach, które wykorzystują Internet do promowania swojej osoby, tylko o „produktach”, które zyskały własną podmiotowość m.in. dzięki przejściu ze świata wirtualnego do rzeczywistego. Zjawisko to zostanie przeanalizowane na przykładzie Hatsune Miku – początkowo funkcjonującej w kategoriach postaci reklamującej oprogramowanie syntezatora dźwięku i głosu, która z czasem osiągnęła w Japonii status gwiazdy pop. Działania podejmowane w ramach społeczności dōujin stanowią dobry przykład tego, jak zainteresowanie oraz praca włożona w popularyzację danej postaci wpływa na rozwinięcie wzajemnej sieci relacji łączącej twórców i fanów. Przy czym wzajemne interakcje nie ograniczają się jedynie do środowiska twórców, ale obejmują działania podejmowane także przez „zwykłych” widzów, którym udostępniono narzędzia umożliwiające „współtworzenie” postaci Hatsune Miku, m.in. poprzez wybieranie piosenek granych na koncertach.

SŁOWA KLUCZOWE: Hatsune Miku, dōujin, wirtualny idol, Japonia

### Wstęp

Internet daje możliwość zdobycia popularności bez jednoczesnego podejmowania działań w realnym świecie. Można podać tutaj przykład ludzi określanych mianem sieciowych celebrytów. Ich wizerunek jest kształtowany zarówno w ramach ogólnych działań firm, pragnących wykreować jakąś postać, jak i oddolnych inicjatyw samych internautów. W pierwszym przypadku mamy do czynienia ze starannie zaprojektowaną kampanią marketingową, mającą na celu

<sup>1</sup> Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 14.02.2019 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 16.05.2019 r.

stworzenie określonego wizerunku. W drugim celebryta zyskuje popularność nie tylko poprzez swoje własne działania, ciesząc się zainteresowaniem społeczności internetowej, ale także dzięki działaniu samych fanów<sup>2</sup>. Wykorzystywanie mediów w celu kształtowania wizerunku oraz wzbudzania zainteresowania danej społeczności stanowi stały element działań marketingowych. Zmiany w zakresie postrzegania roli aktora/celebryty/tekstów kultury, fanów oraz samych mediów wpłynęły w dużym stopniu na sposób ich wykorzystywania. Jednokierunkowy zakres działań został zastąpiony przez bardziej skomplikowany proces, uwzględniający wzajemne relacje różnych podmiotów. O ile pierwotnie to media kształtowały wizerunek danej osoby, o tyle współcześnie także ona sama może wpływać na formę przekazów medialnych<sup>3</sup>. Niemniej istotna jest tutaj działalność środowiska fanów, które w znaczący sposób wpływa na modyfikowanie wizerunku i wprowadzanie zmian w zakresie postrzegania danego idola.

Przemiany prowadzące do zwiększenia jego roli były związane z wykształceniem się tzw. fandomów, które mogą być definiowane zarówno w kategoriach „grupy ludzi połączonych uwielbieniem dla wybranego tekstu kultury i jawnie je okazujących”, jak i „zjawiska twórczego i partycypacyjnego zaangażowania w konsumpcję tekstu medialnego”<sup>4</sup>. Początkowo fani gromadzili się w niewielkich grupach z uwagi na ograniczenia geograficzne, które były przełamywane w zasadzie jedynie w trakcie trwania specjalnych wydarzeń (np. koncertów). Koncentrowano się wówczas w dużej mierze na biernym partycypowaniu w popkulturze. Współcześnie doszło do zatarcia tej granicy oraz zwiększenia zasięgu oddziaływania medialnego. Widoczna stała się swoista rewolucja, prowadząca do zwiększenia znaczenia środowiska fanów, które zaczęło być postrzegane nie tylko w kategoriach narzędzia pozwalającego mierzyć popularność danego tekstu kultury/celebryty, ale także jako źródło inspiracji prowadzących do jego modyfikacji. Obecna aktywność fanów i fandomów może polegać zarówno na zwykłym wyrażaniu zainteresowania danym przekazem medialnym, tekstem kultury, aktorem itp., jak i przybierać bardziej twórczą postać, dzięki tworzeniu sieci powiązań w ramach różnego rodzaju mediów społecznościowych, dających możliwość dzielenia się z innymi swoimi przemyśleniami i twórczością<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> P. Siuda, *O roli oraz znaczeniu sieciowych celebrytów w społeczności internautów*, [w:] „Małe tęsknoty?”. *Style życia w czasie wolnym we współczesnym społeczeństwie*, W. Muszyński (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009, s. 33.

<sup>3</sup> K. Łapińska, *Postrzeganie celebrytów dawniej i dziś. Autokreacja wizerunkowa kontra wizerunek medialny*, [w:] *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś. T. 2 - 03 Postrzeganie celebrytów dawniej i dziś. Autokreacja wizerunkowa kontra wizerunek medialny*, red. A. Kalisz, E. Tyc, Uniwersytet Śląski, Katowice, 2016, s. 36.

<sup>4</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących. Część I – Społeczność i wiedza*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2017, s. 7.

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 7-8.

W tym kontekście warto wspomnieć o działaniach środowiska *dōujin*, które zaowocowały zwiększeniem popularności japońskich wirtualnych idoli. Postacią, którą można uznać za prekursora pojawienia się tego trendu, jest Hatsune Miku (w wolnym tłumaczeniu „Pierwszy Głos Przyszłości”)<sup>6</sup>. Początkowo pełniła ona funkcje „twarzy” jednej z wersji programu posiadającego możliwości syntezy mowy i dźwięku, jednak poprzez nadanie jej antropomorficznej formy w pewnym sensie została powołana „do życia”<sup>7</sup>. Jej rosnąca popularność doprowadziła w rezultacie do czegoś niezwykłego – zorganizowania koncertu wirtualnej wokalistki. Co prawda występująca w trakcie przedstawienia Hatsune Miku uczestniczyła w nim jedynie w formie cyfrowej [*Japanese pop star...*]<sup>8</sup>, jednak postępujący rozwój robotyki może sprawić, że w niedalekiej przyszłości koncerty wirtualnych gwiazd odbywające się „na żywo” (czyli za pośrednictwem robotów imitujących wygląd danego idola), staną się realną alternatywą dla twórczości „żywych” artystów.

Celem artykułu jest przedstawienie oraz analiza eksploracji japońskich badaczy, prezentujących rolę społeczności *dōujin* w kształtowaniu wizerunku wirtualnego idola – Hatsune Miku. Uzyskane wyniki zostały omówione w kontekście współczesnej aktywności fandomów, które przyczyniły się w znacznym stopniu do zapoczątkowania działań świadczących o przenikaniu się świata wirtualnego i rzeczywistego. Mowa tutaj chociażby o wspomnianych wcześniej koncertach „na żywo”, w trakcie których Hatsune Miku wchodziła w interakcje z jego uczestnikami, podobnie jak ma to miejsce w przypadku koncertów „realnych” gwiazd.

Pewną inspirację do przeprowadzenia analizy działań prowadzonych w ramach środowisk *dōujin* stanowiła teoria aktora-sieci (ANT) autorstwa Bruna Latoura. Zgodnie z jego koncepcją społeczność tworzy dynamiczną sieć powiązań, której podstawowym elementem składowym są czynniki oddziałujące wzajemnie na siebie, czyli tzw. aktanty. Przy czym określenie to obejmowałoby swoim zasięgiem zarówno różnego rodzaju aktorów społecznych (rozumianych tutaj w kategoriach jednostki, grupy osób lub instytucji społecznych) jak i czynniki pozaludzkie. Wynika z tego, że tworzenie sieci wzajemnych relacji jest uzależnione nie tylko od interakcji występujących pomiędzy żywymi podmiotami, ale także nie-ludzkich aktantów. Warto przy tym zauważyć, że określenie „nie-ludzki aktant” mogłoby odnosić się zarówno do materialnego przedmiotu, jak i pewnej koncepcji lub idei („aktor nie musi być kimś, aktor to tylko coś lub ktoś, co/kto działa”)<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> *Who is HatsuneMiku?*, [https://ec.crypton.co.jp/pages/prod/vocaloid/cv01\\_us](https://ec.crypton.co.jp/pages/prod/vocaloid/cv01_us), (07.02.2019).

<sup>7</sup> M. Chaberski, *Proteusz i boidy. Technologiczno-społeczne asamblaż w najnowszych sztukach performatywnych*, [w:] *Technokultura: transhumanizm i sztuka cyfrowa*, D. Gałuszka, G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba (red.), Wydawnictwo Libron, Kraków 2016, s. 201.

<sup>8</sup> *Japanese pop star Hatsune Miku takes the stage – as a 3D hologram*, <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2010/11/japanese-pop-star-takes-the-stage-as-a-3-d-hologram.html>, (12.02.2019).

<sup>9</sup> K. Arbiszewski, *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, Universitas, Kraków 2012,

Przykładem na to że teoria ANT może zostać wykorzystywana w badaniu społeczności wirtualnych jest tzw. ANTOetnografia, której założenia zostały niedawno zaprezentowane na ogólnopolskiej konferencji naukowej „Kulturowe oblicza technologii”<sup>10</sup>. Michał Pałasz zaproponował połączenie metod stosowanych w badaniach z zakresu etnografii wirtualnej (społeczności *online*, cyberplemiona, itd.), autoetnografii (analitycznej i emocjonalnej) oraz teorii aktora-sieci. Z uwagi na to, że koncepcja Latoura nie zawiera propozycji konkretnych metod i narzędzi badawczych, jej przydatność polega na przyjęciu odmiennej perspektywy oraz określonego słownictwa, odnoszącego się do problematyki tworzenia sieci wzajemnych relacji między aktantami<sup>11</sup>.

Pomimo że teoria ANT jak już wspomniano, nie wskazuje narzędzi metodologicznych, to jednak pozwala dostrzec złożoność wszystkich interakcji oraz zjawisk prowadzących do nadawania materialnej formy wirtualnym przedstawieniom Hatsune Miku. Sieć wzajemnych powiązań nie ograniczałaby się bowiem tylko i wyłącznie do prostej relacji *dōujin*-Hatsune Miku. Równie istotne są tutaj np. czynniki prawne, dające możliwość swobodnego modyfikowania wizerunku oraz twórczości związanej z Hatsune Miku, co przekłada się bezpośrednio na zwiększenie kreatywności jej fandumu. Ponadto specyfika japońskiej branży rozrywkowej, w której dużą wagę przykładą się do wyławiania młodych talentów i realizowania ich pomysłów, może być postrzegana w kategoriach aktanta, jako że żywotnie wpływa nie tylko na kształtowanie relacji *dōujin*-koncerny ale także *dōujin*-Hatsune Miku (np. chęć wyróżnienia się na tle innych, może prowadzić do zwiększenia nakładów pracy włożonej w tworzenie różnego rodzaju modyfikacji). Najważniejsze są tutaj jednak wzajemne relacje aktantów wywodzących się ze środowiska *dōujin*. Wydaje się bowiem, że to właśnie wymiana pomysłów oraz łączenie sił w zakresie poszczególnych działań modyfikujących postać Hatsune Miku doprowadziły do jej „wyjścia” ze świata wirtualnego. Nie bez znaczenia było tutaj także to, że jako postać wirtualna Hatsune Miku była bardziej podatna na radykalne zmiany w zakresie wyglądu, charakteru lub twórczości, co przełożyło się na zwiększenie zainteresowania osób ze środowisk *dōujin*. Plastyczność samej postaci pozwalała bowiem stworzyć idola swoich marzeń, co rzadko ma miejsce w przypadku żywych aktantów, którzy posiadają własną tożsamość ograniczającą w znacznym stopniu możliwości kreacyjne fanów.

---

s. 10.

<sup>10</sup> Ogólnopolska konferencja naukowa „Kulturowe oblicza technologii”, Wydział Humanistyczny AGH w Krakowie, 21-22.03.2019, Kraków.

<sup>11</sup> M. Pałasz, *ANTOetnografia*, Ogólnopolska konferencja naukowa „Kulturowe oblicza technologii”, Wydział Humanistyczny AGH w Krakowie, 21-22.03.2019, Kraków.

## Przenikanie się przestrzeni wirtualnej i świata rzeczywistego

Jeden z polskich badaczy zajmujących się kwestiami trans- i posthumanizmu – Mateusz Chaberski podkreślił, że obecnie formy artystyczne wiążą się ściśle z technologią przenikającą współczesne środowisko, w którym funkcjonuje człowiek. W związku z tym niezbędne jest stworzenie nowego modelu teoretycznego

„(...)który nie opiera się na logocentrycznym i antropocentrycznym doświadczaniu rzeczywistości, lecz przyjmuje jako podstawę wielość doświadczeń i relacji, w jakie wchodzi ze sobą wszyscy, ludzcy i nieludzcy uczestnicy działań artystycznych”<sup>12</sup>.

Tematyka ta została szerzej opisana w artykule autorstwa Paula Milgrama i Fumio Kishino<sup>13</sup>, którzy stworzyli nowy model analizowania procesu przenikania się „przestrzeni wirtualnej” ze „światem rzeczywistym”. „Przestrzeń wirtualna” może być w tym miejscu definiowana jako

„środowisko w którym uczestnik-observator jest całkowicie zanurzony i zdolny do interakcji z syntetycznym światem. Taki świat może naśladować niektóre środowiska, istniejące lub fikcyjne, jednakże może on również przekraczać granice fizycznej rzeczywistości poprzez stworzenie świata, w którym prawa fizyczne rządzące normalną przestrzenią, tj. czas, mechanika, właściwości materiału itp., nie są już podtrzymywane”<sup>14</sup>.

Można spotkać się jednak z przypadkami, kiedy rzeczywistość wirtualna nie wymaga całkowitego zanurzenia się w syntetycznym świecie, szczególnie wtedy, gdy funkcjonuje ona w połączeniu z innym medium. Milgram i Kishino zaproponowali wprowadzenie koncepcji tzw. „kontinuum wirtualności” (*Virtuality Continuum*), w ramach którego możliwe jest wystąpienie swego rodzaju sprzężenia między światem wirtualnym i rzeczywistym, co prowadzi do stworzenia Mieszanej Rzeczywistości (*Mixed Reality*). Na jednym z krańców kontinuum wirtualności znajduje się rzeczywisty świat, na drugim zaś przestrzeń wirtualna. Ich wymieszanie może prowadzić do stworzenia „rozszerzonej rzeczywistości” lub „rozszerzonej wirtualności”<sup>15</sup>.

Coraz częściej dostrzegalne jest przenikanie się świata wirtualnego i rzeczywistego. Dotyczy to szczególnie świata artystycznego, który stara się w pewnym stopniu przełamywać skostniałe formy i dążyć do tworzenia sztuki z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Przykłady wykorzystania teoretycznego modelu Milgrama i Kishino zostały zaprezentowane w artykule Christine Ross. Mowa tutaj chociażby o projekcie zorganizowanym przez Jonah

---

<sup>12</sup> M. Chaberski, *Proteusz i boidy...*, op. cit., s. 192.

<sup>13</sup> P. Milgram, F. Kishino, *A taxonomy of Mixed Reality Visual Displays*, “IEICE Transactions on Information and Systems”, 1994, no. 12 (12).

<sup>14</sup> *Ibidem*, s. 1321.

<sup>15</sup> *Ibidem*, s. 1321.

Brucker-Cohen oraz Katherine Moriwaki, którzy rozdali kilku uczestnikom parasolki wyposażone w Bluetooth oraz osobistego asystenta cyfrowego (PDA) z działającym oprogramowaniem sieciowym. Program aktywował się w chwili otwarcia parasolki. Intensywność opadów deszczu była przekazywana do innego uczestnika poprzez aktywację diod LED<sup>16</sup>. Jest to tylko jeden z wielu przypadków włączenia rozwiązań technologicznych w proces tworzenia artystycznych performance'ów.

Interesującym przypadkiem przenikania się przestrzeni wirtualnej i świata rzeczywistego jest postać Hatsune Miku, która została stworzona na potrzeby promowania oprogramowania do syntezy mowy i dźwięku (Vocaloid 2) wydanego przez Crypton Future Media współpracującego z firmą Yamaha. W celu wyodrębnienia czynników prowadzących do nagłego wzrostu popularności „twarzy” oprogramowania softwarowego wskazane będzie przeanalizowanie działań środowiska *dōujin*, które wywarło znaczny wpływ na transformację Hatsune Miku w gwiazdę pop (dzięki czemu zaczęła funkcjonować na pograniczu świata realnego i wirtualnego).

## **Analiza fenomenu popularności Hatsune Miku**

Pierwotna postać Hatsune Miku została ukształtowana na bazie bohaterów *anime* (gatunku cieszącego się dużą popularnością wśród Japończyków). To właśnie m.in. dzięki temu zabiegowi zwróciła ona uwagę twórców wywodzących się ze środowiska *dōujin* (osób tworzących samodzielne projekty, bazujące na materiale oryginalnych twórców)<sup>17</sup>. W literaturze przedmiotu wyróżnia się dwa rodzaje aktywności fandomów. Określenie „fandom afirmatywny” odnosi się w dużej mierze do biernego partycypowania w popkulturze (np. poprzez omawianie ulubionych pozycji), z kolei w przypadku fandomu kreatywnego widoczne jest bardziej aktywne włączanie się w działania danej społeczności (co jest widoczne w przypadku środowisk *dōujin*)<sup>18</sup>. Jednym z powodów partycypowania w fandomie kreatywnym jest chęć wyrażenia siebie. Skoro ludzie z danej społeczności dzielą wspólne zainteresowania, to nie ma potrzeby powstrzymywania się od prób zaprezentowania swojej twórczości. Nie naraża ona danej osoby na śmieszność, a jedynie na konstruktywną krytykę ze strony innych fanów. Co więcej, anonimowość Internetu umożliwia dowolne kształtowanie własnej tożsamości. Dzięki temu prezes poważnej firmy czy koncernu może nie tylko bez obawy

---

<sup>16</sup> Ross Ch., *Spatial Poetics: The (Non) Destinations of Augmented Reality Art*, „Afterimage”, 2010, vol. 38, no. 2, s. 19-20.

<sup>17</sup> M. Hamasaki, H. Takeda, T. Nishimura, *Network Analysis of Massively Collaborative Creation of Multimedia Contents: Case Study of Hatsune Miku Videos on Nico Douga*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.505.7641&rep=rep1&type=pdf> (08.02.2019).

<sup>18</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących...*, *op. cit.*, s. 133.

wykazywać swoją fascynację infantylną postacią z mangi, ale także „marnować” czas na różnego rodzaju działania kreatywne z tego zakresu (np. tworzenie nowych wizerunków ulubionej postaci). Zapewne w świecie realnym mógłby on zostać napiętnowany za taką aktywność, z uwagi na to, że nie przystawałaby ona do pełnionej przez niego roli społecznej<sup>19</sup>.

Kultura *dōujin* stanowi bardzo istotny element przemysłu rozrywkowego. Pomimo że zwykle ich działania koncentrują się na tworzeniu treści przez fanów dla samych fanów, to oficjalne wydarzenia z ich udziałem (np. Natsu Comi) potrafią przyciągnąć nawet pół miliona uczestników. W dużym stopniu właśnie to środowisko wyznacza trendy, jeżeli chodzi o popularność danej mangi bądź anime. W dużym uproszczeniu można powiedzieć, że im więcej fanów pragnie tworzyć projekty związane z danym tematem, tym bardziej staje się on popularny. Należy jednak podkreślić, że *dōujin* nie funkcjonują jedynie w zamkniętym obiegu. Ich wytwory potrafią zainteresować także profesjonalistów, którzy starają się zrekrutować i zrealizować pomysły co bardziej obiecujących twórców<sup>20</sup>.

Warto przeanalizować skalę zainteresowania Hatsune Miku wśród *dōujin* na konkretnym przykładzie. W Japonii jednym z najpopularniejszych portali, w którym można dzielić się swoją twórczością z innymi ludźmi, jest *Nico Nico Douga*. Pierwotnie umieszczano w nim komercyjnie wyprodukowane filmy oraz teledyski piosenek, jednak po upływie kilku lat zaczęła przeważać twórczość przesyłana na serwery przez osoby zaliczające się do społeczności *dōujin*. Portal ten działa na podobnych zasadach jak YouTube, jednak posiada bardzo istotną funkcję, która odróżnia go od innych podobnych stron. Mowa mianowicie o możliwości zaznaczania konkretnego fragmentu piosenki/filmu, który się nam podoba bądź nie. Jest to o wiele bardziej skomplikowana funkcja, niż dostępne na YouTube oznaczenie „to mi się podoba” i „to mi się nie podoba”. Dzięki temu autor dokładnie może określić, która część filmu wymaga dalszych prac, która zaś cieszy się największą popularnością. Jak łatwo się domyślić, dla ludzi tworzących swoje projekty możliwość otrzymania opinii oglądających jest bardzo przydatna. Zgodnie z danymi z 2008 roku liczba użytkowników portalu wynosiła ok. 7,9 mln. Biorąc pod uwagę, że *Nico Douga* zaczęła działać w czerwcu 2006 roku, można mówić o dużej popularności tej platformy (szczególnie, że w tym czasie zamieszczono na niej około 0,8 mln filmów)<sup>21</sup>.

Masahiro Hamasaki, Hideaki Takeda oraz Takkuichi Mishimura postanowili zbadać fenomen popularności Hatsune Miku na *Nico Nico Douga*. Z 36700 filmów zawierających oznaczenie „Hatsune Miku” (stan z 31 maja 2008 roku) wybrano 7138 (jednym z warunków była ilość wyświetleń – min. 3000 razy) oraz

---

<sup>19</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących...*, op. cit., s. 134-139.

<sup>20</sup> L. K. Le, *Examining the Rise of Hatsune Miku: The First International Virtual Idol*, "The UCI Undergraduate Research Journal", 2013, XVI, s. 5-6.

<sup>21</sup> M. Hamasaki, H. Takeda, T. Nishimura, *Network Analysis...*, op. cit.

przeanalizowano związane z nimi metadane tj. ilość wyświetleń, imię osoby wprowadzającej plik, opis, znaczniki, datę wysłania filmu na serwer. Średnia ilość wyświetleń wszystkich filmów wyniosła 24028, przy czym najpopularniejszy został obejrany 4425,208 razy<sup>22</sup>. Głównym celem było zbadanie, w jakim stopniu poszczególne kategorie twórców i fanów angażują się w powstawanie oraz poprawianie filmów związanych z Hatsune Miku. Spośród 2911 twórców wyróżniono trzy podstawowe kategorie (twórców tekstów piosenek, techników zajmujących się brzmieniem głosu oraz grafików) oraz cztery podkategorie. W swoich konkluzjach autorzy stwierdzili, że można było wyróżnić około 83 dużych społeczności komunikujących się ze sobą w sprawie usprawnienia i tworzenia filmów z Hatsune Miku<sup>23</sup>.

Zaprezentowane wyniki zostały wykonane na podstawie badań przeprowadzonych w okresie 2006-2008, jednak popularność Hatsune Miku od tego czasu nie tylko nie osłabła, ale wręcz przeciwnie – doszło do jej zwiększenia. Świadczą o tym m.in. rezultaty ankiet wykonanych w 2010 i 2013 roku przez firmę Yamaha, współpracującą z twórcami vocaloidu. O ile w 2010 liczba osób rozpoznających postać Hatsune Miku oscylowała w granicach 60% respondentów, o tyle w 2013 roku zwiększyła się ona do 95%<sup>24</sup>. Można z tego wysnuć wniosek, że zainteresowanie wirtualnym idolem wynikało nie tylko z chwilowej mody, ale złożyły się na niego także inne czynniki, podtrzymujące owo zainteresowanie. Powstanie tak wielu grup *dōujin*, koncentrujących się na tworzeniu filmów z udziałem Hatsune Miku, z pewnością było jednym z nich. Szczególnie pomocny był tutaj swobodny stosunek do kwestii związanych z prawem autorskim. Profesor Kuhara Yasuo z Tokyo Polytechnic University podkreślił, że społeczność *dōujin* może dzięki temu nie tylko swobodnie tworzyć własne projekty, ale także korzystać z twórczości innych osób<sup>25</sup>. Umożliwiło to podjęcie współpracy specjalistów z różnych dziedzin, pełniących istotne funkcje przy opracowywaniu filmów z udziałem Hatsune Miku. Mowa tutaj zarówno o twórcach tekstów piosenek, osobach dopracowujących kwestie związane z dźwiękiem, jak i grafikach koncentrujących się na modelowaniu postaci 2D i 3D. Takie współdziałanie różnych grup umożliwiło powstanie licznych materiałów przyciągających uwagę i wzbudzających zainteresowanie innych fanów. Zapewne to właśnie środowisko *dōujin* doprowadziło do tego, że postać Hatsune Miku nie straciła swojej popularności, tylko doszło do jej zwiększenia, co jak na warunki społeczeństwa japońskiego (często postrzegającego dane zjawiska jako przelotną ciekawostkę) jest osiągnięciem godnym uwagi.

---

<sup>22</sup> M. Hamasaki, H. Takeda, T. Nishimura, *Network Analysis...*, *op. cit.*

<sup>23</sup> *Ibidem*.

<sup>24</sup> L. K. Le, *Examining the Rise of Hatsune Miku...*, *op. cit.*, s. 5.

<sup>25</sup> *Ibidem*, s. 6.



Jak zauważa Małgorzata Lisowska-Magdziarz fani „zrobili to, co zawsze robią rewolucjoniści: przejęli środki produkcji”<sup>26</sup>. Działania *dōujin* podkreślają aktualność tego twierdzenia. Jednak mamy tutaj do czynienia z pewną różnicą jakościową w porównaniu z aktywnością innych środowisk fanowskich. W przypadku Hatsune Miku dochodzi do swoistego przejścia od działań podejmowanych w zakresie sfery wirtualnej do aktywności w świecie realnym. Najbardziej interesującym przypadkiem, świadczącym o przenikaniu się świata rzeczywistego i wirtualnego w ramach podejmowania współpracy przez środowiska twórców i fanów, było zorganizowanie koncertu „na żywo” z udziałem Hatsune Miku. Ostatnie takie wydarzenie miało miejsce w 2018 roku w ramach EXPO, przy czym podjęto decyzję o poszerzeniu zasięgu działań i organizacji koncertów wirtualnej idolki na całym świecie<sup>27</sup>. Świadczy to o tym, że jej popularność przestała stanowić jedynie pewną ciekawostkę związaną z funkcjonowaniem kultury japońskiej, a zaczęła być dostrzegana także w innych społecznościach. Na filmiku z ostatniego koncertu, który odbył się w Los Angeles<sup>28</sup>, widoczne jest, że postać Hatsune Miku nie posiada jednego sprecyzowanego wyglądu. Praktycznie każda piosenka wiązała się ze zmianą ubrania oraz stylizacji. Wynika to pośrednio z tego, o czym pisano wcześniej: pracy fanów, których dzieła stają się inspiracją do tworzenia trójwymiarowych modeli widocznych na scenie.

W środowisku amatorskich twórców kładzie się duży nacisk na możliwość utrwalenia swojego dzieła. Prowadzi to do powstania dwóch typów relacji. Pierwsza polega na wzajemnym wymienianiu się pomysłami i produktami z innymi fanami na zasadzie swego rodzaju „daru” (w tym przypadku rzadko kiedy generowany jest jakiś profit)<sup>29</sup>. Druga z kolei bazuje na komercyjnym sprzedawaniu swoich produktów firmom, które wyraziły chęć jego zakupu. Często dochodzi do nawiązywania współpracy między *dōujin* a światem biznesu, który gwarantuje fundusze umożliwiające szerszą dystrybucję danego dzieła, co wiąże się z poszerzeniem wpływu jego oddziaływania na innych ludzi (oczywiście nie można zapomnieć tutaj także o kwestiach finansowych)<sup>30</sup>. Wizerunek Hatsune Miku niejednokrotnie był wykorzystywany przez firmy przy reklamowaniu różnych produktów. Można jednak podać przykłady takich przypadków, kiedy działania przedsiębiorstw spotykały się z negatywną reakcją środowiska fanów. Mowa tutaj m.in. o reklamie Toyoty Corolli z 2011 roku, w której wykorzystano postać Hatsune Miku w celu zwiększenia sprzedaży auta wśród młodych Amerykanów pochodzenia azjatyckiego. Kampania ta przyniosła Toyocie nagrodę *Multicultural Excellence*

---

<sup>26</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących...*, op. cit., s. 5.

<sup>27</sup> *Miku EXPO*, <https://mikuexpo.com/history>, (07.02.2019).

<sup>28</sup> [VIP View] *Hatsune Miku Concert 2018 Los Angeles HD 1080P 60FPS Full Length*, <https://www.youtube.com/watch?v=0jrtOBM97X4>, (09.02.2019).

<sup>29</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Fandom dla początkujących...*, op. cit., s. 138-140.

<sup>30</sup> L. K. Le, *Examining the Rise of Hatsune Miku...*, op. cit., s. 6.

*Award at the Association of National Advertisers' annual Multicultural Marketing & Diversity Conference*, z drugiej jednak strony osoby zajmujące się marketingiem wykazały się ignorancją, jeżeli chodzi o stylizację tej postaci. Fani odrzucili propozycje specjalistów Toyoty, uznając, że w znacznym stopniu różniły się one od „oryginalnego” stylu Hatsune (co więcej, japońska firma pragnęła zastąpić „naturalnie” wykreowany wizerunek swoim własnym)<sup>31</sup>.

Wpadka ta pokazała istotne znaczenie sieci relacji występującej między poszczególnymi aktantami, pozwalającymi na współtworzenie wizerunku Hatsune zarówno przez osoby posiadające prawa autorskie, jak i środowiska fanów. Przy czym słowo „wizerunek” można rozumieć tutaj dwojako: zarówno jako sposób postrzegania postaci, jak i jej wygląd. Zazwyczaj jest tak, że wielbielec danego celebryty mogą imitować jego wygląd, jednak zawsze będzie można wyznaczyć pewne cechy charakterystyczne, pozwalające wyodrębnić „oryginał” spośród grupy naśladowców (choć zdarzały się niejednokrotnie kuriozalne sytuacje, kiedy oryginał przegrywał w konkursach mających wyłonić najlepszą imitację jego samego). W przypadku Hatsune Miku środowisko *dōujin* dostarczyło tak wiele propozycji wizerunku wirtualnej idolki, że osoby przebijające się za nią mogły w gruncie rzeczy stanowić „żywe” odzwierciedlenie swojego idola w przestrzeni fizycznej. Jeżeli mówimy o wizerunku, to dodatkowym atutem Hatsune Miku było przeniesienie jej postaci na karty *mangi*. W Japonii istnieje duża społeczność tzw. *cosplayerów*, którzy celowo przebijają się za postacie z ulubionych filmów oraz animacji. Zachowania te można zaliczyć do kategorii *mimesis*, jednak w przypadku wirtualnych idoli kwestia ta jest o tyle interesująca, że brak sprecyzowanego wizerunku (tak jak ma to miejsce w przypadku rzeczywistych ludzi) sprawia, że każda dziewczyna może się czuć jakby „była” Hatsune Miku. Wystarczy, że jakaś osoba skojarzy jej wygląd z piosenkarką i już niejako staje się jej odzwierciedleniem w realnym świecie. Dzięki temu, że jej postać została przeniesiona na karty *mangi*, pojawiła się sposobność przedstawienia „osobowości” Hatsune Miku, dzięki czemu każdy *cosplayer* ma możliwość nie tylko naśladowania jej wyglądu, ale także swoistego „odgrywania” zachowania tej postaci.

## Podsumowanie

W 1996 roku William Gibson, uznawany za jednego z ważniejszych pisarzy science fiction, wydał powieść *Idoru* (tytuł jest zjaponizowaną wersją słowa „idol”), w której pojawiła się wizja cieszących się znaczną popularnością wirtualnych idoli. Gibson przedstawił historię gwiazdy rocka – Reza, którego celem było poślubienie wirtualnej osobowości – Rei Toei. Co prawda w dzisiejszych czasach nie można jeszcze mówić o legalnej możliwości poślubienia wirtualnej postaci, niemniej

---

<sup>31</sup> L. K. Le, *Examining the Rise of Hatsune Miku...*, op. cit., s. 7.

przypadek Hatsune Miku pokazuje, że przewidywania Gibsona odnośnie przenikania świata wirtualnego do rzeczywistości zyskują na aktualności. Należy ją postrzegać w kategoriach pewnego symbolu przemian. Na naszych oczach oprogramowaniu software udało się uzyskać status gwiazdy pop. Jest to rezultat działań podejmowanych na linii twórcy-fani, przy czym jest to zupełnie inny rodzaj współpracy niż ma miejsce w przypadku tzw. *influencerów* (osób cieszących się popularnością w mediach, które są wynajmowane do promowania lub testowania danego produktu). Specyfika norm i zasad związanych z działaniami społeczności *dōujin* pozwoliła na spopularyzowanie wizerunku Hatsune Miku. Kwestia praw autorskich często nie pozwala fanom na dowolne korzystanie z danego produktu w celu jego przekształcenia. Tymczasem w Japonii sami twórcy dają ciche przyzwolenie na działania *dōujin*, nawet jeżeli w pewnym stopniu naruszają oni ograniczenia wynikające z tamtejszego prawodawstwa. Przypadki te zdarzają się szczególnie często w przypadku *dōujinshi*, czyli społeczności koncentrującej się na wydawaniu czasopism i mang, bazujących na oryginalnych wydawnictwach.

Reasumując, fenomen popularności wirtualnych idoli wiąże się przede wszystkim z wpływem fandomu na kształtowanie ich wizerunku, który nie występuje w takim stopniu w przypadku „realnego” celebryty. Świadomość współtworzenia oraz partycypowania w tym procesie sprawia, że zatarciu ulega tutaj granica występująca między zwykłymi fanami a osobami zarządzającymi wizerunkiem. Oczywiście w dalszym ciągu organizacja „oficjalnych” wydarzeń z Hatsune Miku znajduje się w rękach osób posiadających prawa autorskie do jej wizerunku i głosu, niemniej duży wpływ fanów (których opinia jest brana pod uwagę nawet przy tworzeniu listy utworów „śpiewanych” na koncertach) świadczy o ich realnym znaczeniu w zakresie kształtowania wizerunku wirtualnej gwiazdy pop.

## Bibliografia

- Arbiszewski K., *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, UNIVERSITAS, Kraków 2012.
- Chaberski M., *Proteusz i boidy. Technologiczno-społeczne asamblaże w najnowszych sztukach performatywnych* [w:] *Technokultura: transhumanizm i sztuka cyfrowa*, D. Gałuszka., G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba (red.), Wydawnictwo Libron, Kraków 2016, s. 189-213.
- Le L. K., *Examining the Rise of Hatsune Miku: The First International Virtual Idol*, “The UCI Undergraduate Research Journal”, 2013, XVI.
- Lisowska-Magdziarz M., *Fandom dla początkujących. Część I – Społeczność i wiedza*, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2017.
- Łapińska K., *Postrzeganie celebrytów dawniej i dziś. Autokreacja wizerunkowa kontra wizerunek medialny*[w:] *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś. T. 2 - 03 Postrzeganie celebrytów dawniej i dziś. Autokreacja wizerunkowa kontra wizerunek medialny*, red. A. Kalisz, E. Tyc, Uniwersytet Śląski, Katowice, 2016, s. 31-41.

Milgram P., Kishino F., *A taxonomy of Mixed Reality Visual Displays*, "IEICE Transactions on Information and Systems", 1994, no. 12(12), s. 1321-1329.

Pałasz M., *ANTOetnografia*, Ogólnopolska konferencja naukowa „Kulturowe oblicza technologii”, Wydział Humanistyczny AGH w Krakowie, 21-22.03.2019 Kraków.

Ross Ch., *Spatial Poetics: The (Non) Destinations of Augmented Reality Art*, "Afterimage", 2010, vol. 38, no. 2, s. 19-24.

Siuda P., *O roli oraz znaczeniu sieciowych celebrytów w społeczności internautów*, [w:] „Małe tęsknoty?”. *Style życia w czasie wolnym we współczesnym społeczeństwie*, W. Muszyński (red.), Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009, s. 31-43.

### Źródła internetowe

[VIP View] *Hatsune Miku Concert 2018 Los Angeles HD 1080P 60FPS Full Length*, <https://www.youtube.com/watch?v=0jrtOBM97X4>, (09.02.2019).

Hamasaki M., Takeda H., Nishimura T., *Network Analysis of Massively Collaborative Creation of Multimedia Contents: Case Study of Hatsune Miku Videos on Nico Douga*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.505.7641&rep=rep1&type=pdf>, (08.02.2019).

*Japanese pop star Hatsune Miku takes the stage – as a 3D hologram*, <http://latimesblogs.latimes.com/technology/2010/11/japanese-pop-star-takes-the-stage-as-a-3-d-hologram.html> (12.02.2019).

*Miku EXPO*, <https://mikuexpo.com/history>, (07.02.2019).

*Who is Hatsune Miku?*, [https://ec.crypton.co.jp/pages/prod/vocaloid/cv01\\_us](https://ec.crypton.co.jp/pages/prod/vocaloid/cv01_us), (07.02.2019).

## The Influence of Dōujin Communities on Shaping the Image of a Virtual Idol – Hatsune Miku Analysis

### Summary

Nowadays, the mutual penetration of the virtual and real world leads to the emergence of unique social phenomena. The aim of the article is to describe selected issues related to the shaping of the image of virtual idols. Its focus is, however, not on the people who use the Internet to promote themselves but on the "products" that have gained their own subjectivity, among others, thanks to their transition from the virtual to the real world. This phenomenon is analysed on the example of Hatsune Miku – initially, a character advertising the sound and voice synthesizer software and, eventually, a pop star in Japan. Activities undertaken by the dōujin community are a good example of how the interest and work put into popularising a character influence the development of a mutual network of relations between its creators and fans. The influence of the former is not limited only to the artists' environment but extends also on regular viewers, who have been provided with tools enabling "co-creation" of the Hatsune Miku character, including selection of songs played at concerts.

Keywords: Hatsune Miku, dōujin, virtual idol, Japan