

Celem tego projektu jest określenie, w jaki sposób japońscy i międzynarodowi fani tworzą emocjonalny związek z japońskimi muzykami, którzy ukrywają swoje tożsamości, nazywanymi też artystami „bez twarzy” (*kaodashi shinai*). Analizuje on, w jaki sposób fani budują, pogłębiają i wyrażają swoje oddanie muzyce i jej twórcom, nawet w sytuacji, gdy muzycy ci pozostają anonimowi. Badanie określa także, jak doświadczenia fanów różnią się w zależności od czynników takich jak język, różnice kulturowe, dostęp do wydarzeń i dóbr fizycznych, oraz odległość geograficzna.

Od końca lat 2010. coraz więcej japońskich muzyków decyduje się na anonimowość, ukrywając się w głębokim cieniu podczas występów i korzystając z mediów społecznościowych tak, by nie pokazać twarzy. Pomimo tradycji osobistych, opartych na bliskości, interakcji między gwiazdami a ich fanami w Japonii, trend ten został dobrze przyjęty przez publiczność. Artyści tacy jak Ado, Eve, Zutomayo i Yorushika zdobyli ogromną popularność, a ich muzyka przyciągnęła również międzynarodową publiczność, co zaowocowało powstaniem żywych społeczności internetowych na całym świecie. I to pomimo faktu, że muzycy „bez twarzy” rzadko promują swoją twórczość poza Japonią lub występują za granicą.

Bycie fanem to przede wszystkim emocje. To właśnie dlatego projekt ten bada, w jaki sposób japońscy i międzynarodowi fani budują emocjonalną więź z artystą, kiedy ten pozostaje anonimowy. W badaniu przyjęto założenie, że istnieje cały „świat muzyki”, w który fani angażują się emocjonalnie – nie budują oni więzi stricte z artystą czy jego muzyką, ale właśnie ze „światem”, który obejmuje wizerunek sceniczny artysty, teledyski oraz inne treści, takie jak komiksy czy artbooki, które muzycy „bez twarzy” często wykorzystują do tworzenia swojego własnego artystycznego uniwersum. Tak japońscy, jak i zagraniczni fani angażują się w „świat muzyki” na różne sposoby — od konsumpcji treści po tworzenie własnych. W projekcie przyjęto hipotezę, że sposób zaangażowania fanów różni się między tymi grupami: japońscy fani mają większy fizyczny dostęp do produktów związanych z muzyką, związanych z nią wydarzeń i miejsc, dlatego ich praktyki często odbywają się offline, w przestrzeni fizycznej. Zagraniczni fani z kolei głównie angażują się w różne rodzaje aktywności na platformach cyfrowych, muszą też wkładać więcej wysiłku w zrozumienie tekstów piosenek i kulturowego tła utworów.

W celu zgłębienia i opracowania tych zagadnień, projekt wykorzystuje podejście empiryczne, które łączy obserwację rzeczywistych wydarzeń i ich dogłębną analizę. Skupia się na trzech studiach przypadków społeczności fanowskich skupionych wokół muzyków „bez twarzy”, wybranych na podstawie popularności artystów zarówno w Japonii, jak i na świecie. Dane będą zbierane poprzez obserwację internetowych grup fanów i dyskusji na temat muzyków w mediach społecznościowych, a także obserwację fanów podczas wydarzeń muzycznych i w odwiedzanych przez nich miejscach. Dane będą też zbierane za pomocą ankiet i wywiadów pogłębionych, zarówno z japońskimi, jak i zagranicznymi fanami. Wywiady te, przeprowadzane głównie za pomocą wideo-rozmów, pozwolą zrozumieć, w jaki sposób fani budują więzi ze „światem muzyki”, i jakie w tym znaczenie mają ich praktyki fanowskie.

Osiągnięcie tych celów badawczych pozwoli lepiej zrozumieć sposoby, jakimi artyści budują więzi ze swoimi fanami. Umożliwi ono określenie, jak decyzja artysty o pozostaniu anonimowym wpływa na jego relację z fanami, i czy fanowska ocena takiej formy tworzenia wizerunku jest w jakiś sposób odmienna w Japonii i poza nią. Analizując, w jaki sposób tajemnica otaczająca muzyków kształtuje ich odbiór, oraz jak fani angażują się emocjonalnie w „świat muzyki” przez nich stworzony, możemy uzyskać nowe spojrzenie na rolę odgrywaną przez otwartość i osobiste kontakty artystów z fanami w budowaniu ich sukcesu komercyjnego.

Po drugie, projekt omawia twórcze działania fanów muzyki, który to obszar wciąż nie został w wyczerpujący sposób zbadany. Chociaż wiele badań koncentruje się na tym, jak fani filmów i seriali wyrażają swoją kreatywność, wiedza na temat sposobów, w jakie fani muzyki wykorzystują fandom by opowiadać swoje historie i tworzyć znaczenia, wciąż jest w znacznym stopniu ograniczona. Proponowany projekt ma na celu wypełnienie tej luki i poświęcenie fanom muzyki należytej im uwagi.

Po trzecie, realizacja projektu znacząco wpływa na zrozumienie ponadnarodowego fandom. Większość badań nad cyfrową kulturą fanowską prezentuje globalny fandom jako jedną dużą, jednorodną grupę, charakteryzującą się podobnym dostępem do mediów. Ten projekt jednak koncentruje się na różnicach w doświadczeniach i praktykach fanów w zależności od ich tła kulturowego i miejsca zamieszkania. Wskazuje, że fandom ponadnarodowy jest zróżnicowany i sugeruje istnienie nie jednej, a wielu ponadnarodowych wspólnot fanowskich.

Projekt ten wniesie nową perspektywę w obszar badań nad fandomem i publicznością, jednocześnie oddając głos fanom muzyki i dając im okazję do opowiedzenia swoich historii. Analiza doświadczeń fanów stanowi cenne źródło informacji dla każdego, kto jest częścią fandomu medialnego, a opis ich praktyk wskazuje, w jaki sposób dane aktywności w bezpośredni sposób kształtują doświadczenia bycia fanem.