

**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΤΕΧΝΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**Τα Fandoms στην δημοφιλή μουσική:**

**Μια πολυπαραμετρική διερεύνηση**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**της φοιτήτριας**

**Άλκηστις Θωμά**

**ΑΕΜ: 2226**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΜΠΙΛΙΛΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ (Ε.ΔΙ.Π.)**

**ATHANASIOS BILILIS**

**30.06.2025 06:37 UTC**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ ΙΟΥΝΙΟΣ 2025**

**ARISTOTLE UNIVERSITY OF THESSALONIKI**

**SCHOOL OF FINE ARTS**

**DEPARTMENT OF MUSIC STUDIES**

**Fandoms in popular music:**

**A multiparametric investigation**

**DIPLOMA THESIS**

**of the student**

**Alkistis Thomas**

**AEM: 2226**

**SUPERVISORY PROFESSOR: MPILILIS ATHANASIOS**

**THESSALONIKI JUNE 2025**

## **Δήλωση μη λογοκλοπής**

Δηλώνω με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα διπλωματική εργασία είναι εξ' ολοκλήρου αποτέλεσμα δικού μου ερευνητικού έργου. Δεν αποτελεί προϊόν λογοκλοπής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλων των ειδών οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την συγγραφή της παρούσας διπλωματικής περιλαμβάνονται στην βιβλιογραφία της εργασίας.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	7
ABSTRACT.....	7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9
1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΛΕΞΗΣ FANDOM.....	14
1.1.Ιστορικά στοιχεία ορισμών. ....	15
1.2.Η λειτουργία και δομή των fandoms.....	16
1.3.Η κοινωνική ψυχολογία πίσω από τους θαυμαστές .....	17
1.3.1. Κοινωνιολογικές συσχετίσεις .....	20
1.3.2. Το κοινωνικό στίγμα-Τα στερεότυπα πίσω από τα fandoms.....	23
1.3.3. Η ‘‘παρακοινωνική σχέση/αλληλεπίδραση’’ (parasocial relationship/interaction).....	25
1.4.Ποιες πρακτικές συνοδεύουν τα fandoms?.....	26
1.5.Fandoms και πολιτική.....	27
1.5.1. Διάδοση σκοταδιστικών και ακραίων ιδεολογιών. ....	29
1.6.Fandoms και οικονομία.....	30
2. ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ FANDOMS ΣΤΗΝ ΜΟΥΣΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΝΙΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ.....	32
<i>Η εξέταση του φαινομένου μέσω της beatlemania<sup>1</sup></i>	
2.1.Ποιοι ήταν οι Beatles? .....	32
2.2.Πως και γιατί απέκτησαν τόση φήμη.....	32
2.2.1. Μια σύντομη αναδρομή στα μουσικά τους στάδια.....	33

---

<sup>1</sup> Beatlemania: Όρος που χαρακτηρίζει την μανία της κοινότητας θαυμαστών του βρετανικού μουσικού συγκροτήματος των Beatles.

2.3. Beatlemania: Το φαινόμενο των Beatles μέσα από το fandom τους.....	36
2.3.1. Δημογραφικά στοιχεία της Beatlemania. ....	36
2.3.2. Οι πρακτικές των θαυμαστών των Beatles (fandom practice).....	38
2.3.3. Ο οικονομικός αντίκτυπος της Beatlemania.....	41
2.3.4. Ο πολιτικός και κοινωνικός αντίκτυπος της Beatlemania.....	42
2.3.5. Πως επηρεάστηκε η μπάντα από την παρακοινωνική σχέση;.....	44
3. ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ FANDOMS ΣΤΗΝ ΜΟΥΣΙΚΗ	
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΝΙΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ.....	46
<i>Η εξέταση του φαινομένου μέσω των Swifties<sup>2</sup></i>	
3.1. Ποια είναι η Taylor Swift; Μια σύντομη αναδρομή στα μουσικά της	
στάδια.....	46
3.2. Swifties: Το φαινόμενο της Taylor Swift μέσα από το fandom της.....	49
3.2.1. Δημογραφικά στοιχεία των swifties.....	51
3.2.2. Οι πρακτικές των swifties .....	54
3.2.3. Ο οικονομικός αντίκτυπος των swifties.....	57
3.2.4. Ο πολιτικός και κοινωνικός αντίκτυπος των swifties. ....	59
3.2.5. Πως επηρέασε η παρακοινωνική σχέση την καλλιτέχνη.....	61
4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	64
4.1. Συγκριτικός Πίνακας: Fandoms Πριν και Μετά την έξαρση των ΜΚΔ.....	67
4.2. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα. ....	68
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	69
5.1. ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ .....	73
6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....	80

---

<sup>2</sup> Swifties: Η κοινότητα θαυμαστών της Αμερικανίδας τραγουδίστριας Taylor Swift.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Στην εργασία αυτή αναλύεται πολυπαραμετρικά το φαινόμενο των fandoms στην μουσική βιομηχανία. Μέσα από αυτή την ανάλυση αναπτύσσονται οι ψυχολογικές, κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές παράμετροι του φαινομένου. Επιπλέον εξετάζεται το πως επηρεάστηκαν από τον ερχομό των social media. Για την εξέταση του συγκεκριμένου φαινομένου πραγματοποιήθηκε συγκριτική ανάλυση δύο μεγάλων fandoms, εκ των οποίων το ένα ανήκει στην προ ψηφιακή εποχή και το άλλο στην μετά ψηφιακή εποχή. Την προ ψηφιακή εποχή, στην παρούσα εργασία, αντιπροσωπεύει το fandom του μουσικού συγκροτήματος The Beatles (beatlemania) και την μετά ψηφιακή εποχή αντιπροσωπεύει το fandom της τραγουδίστριας και στιχουργού Taylor Swift (swifties). Στόχος της εργασίας είναι να αναδείξει την δυναμική παρουσία των fandoms στην μουσική βιομηχανία και το πως αυτή κατάφερε να εξελιχθεί μέσω των ΜΚΔ.

## **ABSTRACT**

This paper analyzes the phenomenon of fandoms in the music industry in a multi-parametric manner. Through this analysis, the psychological, social, political and economic parameters of the phenomenon are developed. In addition, it examines how they were influenced by the advent of social media. To examine this phenomenon, a comparative analysis of two large fandoms was carried out, one of which belongs to the pre-digital era and the other to the post-digital era. In this paper, the pre-digital era is represented by the fandom of the musical group The Beatles (beatlemania) and the post-digital era is represented by the fandom of the singer and songwriter Taylor Swift (swifties). The aim of the paper is to highlight the dynamic presence of fandoms in the music industry and how it managed to evolve through social media.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία εστιάζει στο φαινόμενο των fandoms στην μουσική βιομηχανία, και το πώς αυτά διαμορφώνονται και εξελίσσονται μέσα στον χρόνο. Συγκεκριμένα αναδεικνύονται οι κοινωνιολογικές, ψυχολογικές, πολιτικές και οικονομικές προεκτάσεις του φαινομένου. Επέλεξα το συγκεκριμένο θέμα καθώς από σχετικά μικρή ηλικία έπιασα τον εαυτό μου να αυτοαποκαλείται «θαυμάστρια» χωρίς να ξέρω καν τι σημαίνει αυτό. Έμπαινα στην διαδικασία να ζητάω από τους γονείς μου να μου αγοράσουν CD, περιοδικά και θεματικά αντικείμενα από τους αγαπημένους μου καλλιτέχνες και αργότερα όταν πλέον αποκτήσαμε υπολογιστή στο σπίτι, προσπαθούσα να μάθω όλες τις τελευταίες πληροφορίες σχετικά με αυτούς. Αυτό το ενδιαφέρον δεν έφυγε ποτέ από τότε. Έτσι το καλοκαίρι του 2023, όταν άρχισα να σκέφτομαι πιθανά θέματα διπλωματικής, μου ήρθε αυτή η ιδιαίτερη επιθυμία να ψάξω περισσότερο πίσω από τον κόσμο των fandoms, την ιστορία τους, την εξέλιξή τους, τους τρόπους με τους οποίους ενεργούν διαφορετικά ανάλογα με το αντικείμενο θαυμασμού τους και ότι άλλο σχετίζεται με αυτά, στα πλαίσια της μουσικής βιομηχανίας. Η επιθυμία αυτή εν τέλει μετατράπηκε σε ένα ιδιαίτερο και εξαιρετικά πολύπλευρο θέμα διπλωματικής εργασίας. Υπάρχουν ακόμα πολλά ερωτήματα και ζητήματα γύρω από αυτή την θεματική, που είναι άξιο να διερευνηθούν και που ευελπιστώ στο μέλλον να μου δοθεί η ευκαιρία να το κάνω. Ο λόγος για τον οποίο επέλεξα τις κοινότητες θαυμαστών των Beatles και της Taylor Swift είναι γιατί πέραν του ότι αποτελούν δύο τεράστια φαινόμενα της εποχής τους, αφορούν και καλλιτέχνες που εκτιμώ ιδιαίτερα καθώς μεγάλωσα ακούγοντας και τους πέντε (τέσσερις οι Beatles, μια η Taylor Swift) και εξακολουθώ να τους ακούω ενώ παράλληλα τους θαυμάζω μέχρι σήμερα.

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ονομαστικά, άτομα τα οποία αν δεν είχα την ανιδιοτελή αγάπη και στήριξή τους, δεν θα έφτανα ποτέ σε αυτό το σημείο.

Τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Α. Μπιλιλή για την καθοδήγηση του και υποστήριξή του σε όλο τον κύκλο σπουδών μου και ιδιαίτερα στο κομμάτι της διπλωματικής μου.

Τους γονείς μου, Φώτο και Δέσποινα που χωρίς την αγάπη, την στήριξη και την φροντίδα τους τίποτα δεν θα ήταν εφικτό.

Τον Κορνήλιο, την Εύη, την Γεωργία και την Ιωάννα, για την αγάπη και την πίστη που δείχνουν σε εμένα, η οποία με βοήθησε να πιστέψω και εγώ στον εαυτό μου.

Τέλος, θα ήθελα πάνω από όλα να ευχαριστήσω τον Θεό.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το φαινόμενο των fandoms σαν όρος ξεκίνησε να ισχύει από το 1903 στην Αμερική, με αφορμή την έντονη αγάπη του κοινού για τα αθλήματα και τις ομάδες. Με τον καιρό όμως και φτάνοντας στο σήμερα, ο όρος *fandoms* αναφέρεται γενικότερα σε κοινότητες θαυμαστών που ενώνουν την προσωπική τους ταυτότητα με το αντικείμενο ή υποκείμενο θαυμασμού τους. Μέσα από αυτές τις κοινότητες δημιουργούνται ισχυροί δεσμοί, αλληλεπιδράσεις και πολιτισμικές πρακτικές που επηρεάζουν κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές δομές.

Ο όρος *fandom*, αν και ιστορικά αφορά περιόδους διακριτής χρονικής απόστασης από σήμερα, εν τούτοις, λόγω της έλευσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, μπορεί να αποκτήσει ευρύτερη σημειολογική και σημασιολογική έννοια και έως έναν βαθμό και νέα χαρακτηριστικά στοιχεία.

Με βάση αυτά, η εργασία επιχειρεί να αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους ο ερχομός των ΜΚΔ επηρέασε τις λειτουργίες των fandoms αλλά και την δυναμική τους στην μουσική βιομηχανία, αποτυπωμένα στο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας που είναι:

- *Τι στοιχεία και συμπεράσματα μπορούν να αντληθούν από την παρουσία και ισχύ των fandoms στη μουσική βιομηχανία, πριν και μετά την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;*

Το ερευνητικό ερώτημα επιχειρείται να απαντηθεί μέσα από μια συγκριτική μελέτη και ανάλυση δύο επιδραστικών fandoms της μουσικής βιομηχανίας, τα οποία λειτούργησαν – για την εργασία – ως σημεία αναφοράς για την προ-ψηφιακή εποχή και την μετά-ψηφιακή εποχή. Το fandom που αντιπροσωπεύει την προ-ψηφιακή εποχή είναι αυτό των Beatles (Beatlemania) και αντίστοιχα αυτό που αντιπροσωπεύει την μετά-ψηφιακή εποχή είναι της Taylor Swift (Swifties). Πρόκειται για δύο παραδείγματα fandoms που είχαν και έχουν πάρει μεγάλες διαστάσεις ενώ εκδηλώθηκαν σε διαφορετικά κοινωνικά και τεχνολογικά περιβάλλοντα, γεγονός που καθιστά ιδιαίτερα γόνιμη τη συγκριτική τους μελέτη.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία είναι βασισμένη στην βιβλιογραφική έρευνα. Προκειμένου όμως να αποδοθεί η πλησιέστερη εικόνα του ερευνητικού θεματικού αντικειμένου χρησιμοποιήθηκαν και τα εξής μέσα:

- Ημιδομημένες συνεντεύξεις: Η πρώτη συνέντευξη έγινε με τον Kevin Howlett, συγγραφέα και αναλυτή των Beatles, και η δεύτερη με την Μικαέλα Πανηγυροπούλου, εκπρόσωπο του Swiftie fandom στην Ελλάδα.
- Αρχειακό υλικό: ταινίες ντοκιμαντέρμ και ραδιοφωνικές εκπομπές για τα φαινόμενα αλλά και τους ίδιους τους καλλιτέχνες.

Βιβλία που είχαν πρωτεύοντα ρόλο ως προς την εργασία ήταν:

- Duffett, M. (2013), *Understanding Fandom*
- Booth, P. (2018), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, L. (2017), *Fandom (2nd ed.)*,
- Hills, M. (2002), *Fan Cultures*,
- Jenkins, H. (1992), *Textual Poachers*.

Τα παραπάνω βιβλία προσέφεραν το αναγκαίο εννοιολογικό και θεωρητικό υπόβαθρο για την ανάλυση της δομής, των χαρακτηριστικών και της πολιτισμικής σημασίας των fandoms.

Όσον αφορά την ανάλυση του φαινομένου της Beatlemania, χρησιμοποιήθηκε κυρίως βιβλιογραφία που βασίζεται σε ιστορικές πηγές, μαρτυρίες θαυμαστών, και αναλυτικές ερμηνείες γεγονότων. Συγκεκριμένα, αντλήθηκαν πληροφορίες από τα έργα των:

- Hunt, A. (2023), *Beatlemania in America* (Bloomsbury Academic),
- Berman, G. (2008), *We're Going to See the Beatles!* (Santa Monica Press),
- Babusiaux, F. (2018), *Les Beatles: De Liverpool à la conquête du monde (50minutes)*
- Norman, P. (2011), *Shout!* (Touchstone).

Η προσέγγιση αυτή επέτρεψε στην εστίαση της κοινωνιολογικής και ψυχολογικής διάστασης του φαινομένου, όπως εκδηλώθηκε σε μια εποχή όπου η παρουσία των ΜΚΔ δεν ήταν υπαρκτή, αλλά υπήρχε έντονη τηλεοπτική και δημοσιογραφική προβολή.

Για την ανάλυση του fandom των Swifties, η ερευνητική διαδικασία ακολούθησε διαφορετική μεθοδολογία, δεδομένου ότι πρόκειται για ένα σύγχρονο και εν εξελίξει πολιτισμικό φαινόμενο, για το οποίο δεν υπάρχουν ακόμη ακαδημαϊκά βιβλία για επαρκή βιβλιογραφική τεκμηρίωση. Η μελέτη βασίστηκε κυρίως σε:

- Έρευνες από διδακτορικές διατριβές και διπλωματικές εργασίες σε πανεπιστήμια του εξωτερικού.
- Ψηφιακά άρθρα από έγκυρες και έγκριτες διαδικτυακές εφημερίδες όπως το ειδησεογραφικό περιοδικό TIMES, την ειδησεογραφική εφημερίδα The Guardian κ.α.
- Ντοκιμαντέρ και συνεντεύξεις της καλλιτέχνης.
- Συμμετοχική παρατήρηση ψηφιακών και φυσικών πρακτικών των fandoms (όπως η πρακτική ανταλλαγής "friendship bracelets", οι καμπάνιες στα social media, η συμμετοχή σε θεματικά party κ.ά.).

Όσον αφορά τις συνεντεύξεις, αυτές αποτέλεσαν έναν πολύ σημαντικό παράγοντα για τα ερευνητικά «συμφραζόμενα» της εργασίας:

- Η πρώτη συνέντευξη έγινε με τον Kevin Howlett, ο οποίος είναι συγγραφέας και ραδιοφωνικός παραγωγός του BBC με ερευνητικό έργο γύρω από τους Beatles. Η κύρια επικοινωνία για την συνέντευξη έγινε μέσω διαδικτυακής τηλεδιάσκεψης ενώ στο χρονικό διάστημα πριν και μετά την-συνέντευξη έγιναν ακόμα δύο τηλεφωνικές συζητήσεις και παράλληλα διατηρήθηκε η επικοινωνία μέσω αλληλογραφίας. Η συγκεκριμένη συνέντευξη ήταν ιδιαίτερα σημαντική καθώς μέσω αυτής αντλήθηκαν σημαντικές πληροφορίες από ένα άτομο που διερεύνησε και εξέτασε ιδιαίτερα το φαινόμενο των Beatles και της Beatlemania. Οι πληροφορίες που δόθηκαν βοήθησαν στην τεκμηρίωση αρκετών βιβλιογραφικών πηγών και στην κατανόηση του ερευνητικού πεδίου μέσα από μια πιο βιωματική διάσταση – καθώς ο Kevin έζησε ως παιδί εκείνη την περίοδο και θυμάται ένα μεγάλο μέρος της Beatlemania.
- Η δεύτερη συνέντευξη έγινε με την Μικαέλα Πανηγυροπούλου, ένα κεντρικό πρόσωπο για το fandom των Swifties στην Ελλάδα, καθώς είναι η διαχειρίστρια του μόνου ενεργού διαδικτυακού fan club της Taylor Swift στην χώρα και επίσης είναι η διοργανώτρια των θεματικών parties της Taylor Swift σε Ελλάδα και Κύπρο. Η συγκεκριμένη συνέντευξη πραγματοποιήθηκε και αυτή, έπειτα από ανταλλαγή μηνυμάτων για κάποιο χρονικό διάστημα, μέσω διαδικτυακής τηλεδιάσκεψης. Η συνέντευξη με την Μικαέλα ήταν αναγκαία για το ερευνητικό κομμάτι της εργασίας καθώς μεταξύ άλλων διαφώτισε για το πως λειτουργεί το fandom σήμερα στην Ελλάδα και κατά πόσο αυτό διαφέρει από το ίδιο fandom σε άλλες χώρες. Ειρώθηκαν ερωτήσεις σχετικά με το πως ξεκίνησε η κοινότητα των Swifties στην Ελλάδα αλλά και σχετικά με τις κύριες πρακτικές τους, τις επιρροές που δέχθηκε η κοινότητα με τον ερχομό των ΜΚΔ, τις δυσκολίες που αντιμετωπίζονται στην διαχείριση της κοινότητας κ.ά. Οι απαντήσεις στα πιο πάνω ερωτήματα βοήθησαν στον εμπλουτισμό της έρευνας αλλά και στην τεκμηρίωση πηγών και πληροφοριών που συλλέχθηκαν μέσω της δικτυογραφίας. Επιπλέον κατανοήθηκε το φαινόμενο των Swifties – όπως και με την περίπτωση του Kevin – από μια πιο βιωματική πλευρά, μέσα από τα βιώματα και τις απόψεις μιας Swiftie.

Κατά την διάρκεια της έρευνας, υπήρξαν ανά περίπτωση συγκεκριμένες δυσκολίες. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ιδιαίτερα στο κομμάτι διερεύνησης του fandom των Swifties, η έλλειψη επιστημονικής βιβλιογραφίας αποτέλεσε σημαντικό εμπόδιο στην συλλογή αντικειμενικών πληροφοριών. Η επιλογή άρθρων και κειμένων έπρεπε να γίνει ιδιαίτερα προσεκτικά για να πληροί τα ακαδημαϊκά κριτήρια.

Επιπλέον, λόγω του ότι η συγκεκριμένη θεματολογία δεν έχει αναλυθεί σχεδόν καθόλου στον ερευνητικό κλάδο της Ελλάδας, είναι χαρακτηριστική η απουσία πηγών στα ελληνικά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα όλες οι πηγές να είναι στην αγγλική γλώσσα.

Τέλος η έλλειψη σε πρωτογενές υλικό, και η απουσία επεξεργασμένων δεδομένων ως προς τη σύγκριση των δύο εποχών αποτέλεσαν και αυτά βασικά εμπόδια στην έρευνα.

Εν συνεχεία κρίνεται σημαντικό να διευκρινιστεί το εξής: Η έρευνα δεν επικεντρώνεται αποκλειστικά στα fandoms των Beatles και της Taylor Swift. Αυτά λειτουργούν ως ενδεικτικά παραδείγματα – σημεία αναφοράς δύο ιστορικών περιόδων. Τα συμπεράσματα επεκτείνονται στη γενική λειτουργία των fandoms στην pop μουσική βιομηχανία. Επίσης, δεν επιδιώκεται η γενίκευση του φαινομένου για όλα τα fandoms, αλλά ο εντοπισμός κοινών τάσεων, πρακτικών και εξελίξεων που είναι ενδεικτικές ανάλογα με την εποχή. Μέσα από αυτήν την προσέγγιση, η εργασία επιδιώκει να συμβάλει στην εμβάθυνση της συζήτησης γύρω από τη δύναμη των fandoms στην μουσική βιομηχανία – καθώς και άλλες παραμέτρους – , αναδεικνύοντας την πολιτισμική επιρροή των fandoms.

Η εργασία είναι δομημένη σε τέσσερα κεφάλαια όπου το κάθε ένα παραθέτει σημαντικές πληροφορίες για την κατανόηση του ερευνητικού αντικειμένου.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους ορισμούς της λέξης fandom και δίνεται μια ανάλυση γύρω από τα θεωρητικά πλαίσια του φαινομένου. Τα θεωρητικά πλαίσια που αναλύονται μεταξύ άλλων είναι η δομή και οι λειτουργίες των fandoms, η ανάλυση της κοινωνικής ψυχολογίας των θαυμαστών και οι κοινωνιολογικές συσχετίσεις εντός του φαινομένου. Ακόμη επεξηγείται και αναλύεται η θεωρία των παρά-κοινωνικών σχέσεων, ένα φαινόμενο που είναι αλληλένδετο όπως θα αποδειχθεί στην συνέχεια, με την ύπαρξη των fandoms.

Η θεωρητική μελέτη είναι πλαισιωμένη από τα παρακάτω πλαίσια:

- Θεωρία της Κοινωνικής Ταυτότητας (Tajfel & Turner, 1979)
- Θεωρία των Παρα-Κοινωνικών Σχέσεων (Horton & Wohl, 1956)
- Ανάλυση Λόγου και Κουλτούρας (Hall, 1980)
- Θεωρίες της Ψυχαναλυτικής και Μαζικής Ψυχολογίας (Freud, 1921)
- Fan Studies (Jenkins, 1992, Duffett, 2013)

Το δεύτερο κεφάλαιο αποτελείται από την ανάλυση του φαινομένου πριν την εμφάνιση των ΜΚΔ με επίκεντρο το fandom της Beatlemania. Δίνεται μια σύντομη αναδρομή στα μουσικά στάδια της μπάντας των Beatles και εν συνεχεία αναλύεται το πως η αφοσίωση των θαυμαστών τους, επηρέασε την μπάντα αλλά και πτυχές της οικονομίας, της πολιτικής και της κοινωνίας. Ακόμη επιχειρείται να δοθεί μια μικρή δημογραφική ανάλυση των θαυμαστών των Beatles, κάτι που εξαιτίας της έλλειψης πληθυσμιακών αναλύσεων του φαινομένου τότε, οδηγεί αντίστοιχα και στην απουσία επαρκών δημογραφικών στοιχείων.

Στο τρίτο κεφάλαιο πραγματοποιείται η ανάλυση του φαινομένου μετά την εμφάνιση των ΜΚΔ, με επίκεντρο το fandom της καλλιτέχνιδας Taylor Swift τους/ις “Swifties”. Η ανάλυση του συγκεκριμένου fandom πραγματοποιείται με την ίδια δομή που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση του φαινομένου της Beatlemania. Στο συγκεκριμένο κομμάτι, η δημογραφική ανάλυση των θαυμαστών της Swift ήταν πιο εφικτή καθώς υπήρχαν περισσότερες αναλυτικές έρευνες με επαρκή στοιχεία.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια σύνοψη των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την έρευνα. Κάθε συμπέρασμα αναλύεται συγκριτικά, ενώ εντοπίζονται αναλόγως οι διαφορές και οι εξελίξεις των fandoms από την προ-ψηφιακή στην μετά-ψηφιακή εποχή. Έπειτα παρουσιάζεται ένας πίνακας συνοπτικής παρουσίασης των

συμπερασμάτων. Τέλος γίνεται μια αναφορά και επεξήγηση σε προτάσεις για περαιτέρω διερεύνηση.

Το τελευταίο σκέλος της εργασίας αποτελείται από το παράρτημα στο οποίο παρουσιάζονται:

- 1) Χειρόγραφο γράμμα της καλλιτέχνιδας Taylor Swift προς τους θαυμαστές της, το οποίο συνδέεται άμεσα με τα ευρήματα της έρευνας.
- 2) Φωτογραφίες από πρακτικές των Swifties.
- 3) Η ακριβής απομαγνητοφώνηση και μετάφραση της συνέντευξης με τον Άγγλο συγγραφέα των Beatles και ραδιοφωνικό παραγωγό του BBC, Kevin Howlett.
- 4) Η ακριβής απομαγνητοφώνηση της συνέντευξης με την εκπρόσωπο της ελληνικής κοινότητας των Swifties, Μικαέλα Πανηγυροπούλου.

## 1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΛΕΞΗΣ FANDOM

Ο όρος fandom σήμερα χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια κοινότητα ανθρώπων οι οποίοι εμπλέκονται με την δημοφιλή κουλτούρα (pop culture), κατά βάση ως αποδέκτες της με συναισθηματικά θετική στάση (Duffett, 2018). Συστατική μονάδα των fandoms αποτελεί αυτός/ή που και επιστημονικά αποκαλείται «θαυμαστής - θαυμάστρια» (fan).

Στα πλαίσια της pop κουλτούρας<sup>3</sup>, ο «θαυμαστής» μοιράζεται μέσα σε αυτήν την κοινότητα μέρη της ταυτότητάς του (Jenkins, 2018). Παράλληλα μπορεί να εκφράζει τον θαυμασμό του σε υποκείμενα ή αντικείμενα όπως λ.χ. ταινίες και μουσική, εντός της κοινής αυτής κουλτούρας.

Σύμφωνα με την Reinhard<sup>4</sup>: Ένας θαυμαστής είναι κάποιος που επανειλημμένα ασχολείται με ένα αντικείμενο (πχ σειρά ταινιών, βιβλίων, αθλητικές ομάδες) ή υποκείμενο (πχ τραγουδιστής, ηθοποιός, δημόσια πρόσωπα κλπ) αγάπης. Αυτό που επίσης ισχυρίζεται η Reinhard είναι πως, ο οποιοσδήποτε θα μπορούσε να γίνει θαυμαστής μέσω της συναισθηματικής και γνωστικής αφοσίωσης απέναντι σε κάποιο αντικείμενο ή υποκείμενο. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί:

- Μέσω της συνεχούς παρακολούθησης του αντικειμένου (ή υποκειμένου) ενδιαφέροντος του και των παραμέτρων του.
- Μέσω της συναισθηματικής σύνδεσης που μπορεί να νιώσει το άτομο με το υποκείμενο ή αντικείμενο θαυμασμού του.

Όλα αυτά σήμερα γίνονται με την βοήθεια των ΜΚΔ (Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης) μέσα από:

- α) την ενημέρωση για τυχόν εξελίξεις ως προς το υποκείμενο – αντικείμενο θαυμασμού
- β) την συλλογή φωτογραφικού υλικού
- γ) την παραγωγή καταναλωτικού προϊόντος
- δ) την παρακολούθηση παραστάσεων κ.α. (Reinhard, 2018).

Η κοινότητα αυτή των θαυμαστών, μπορεί να αποτελέσει μέρος της «συμμετοχικής κουλτούρας» (participatory culture). Η «συμμετοχική κουλτούρα» αφορά ένα σύνολο ατόμων με συμπεριφορές που βασίζονται σε κοινά πρότυπα και πεποιθήσεις. Σήμερα τα άτομα που εμπλέκονται σε μια συμμετοχική κουλτούρα εκφράζονται κυρίως μέσω της τεχνολογίας. Αυτό διότι συχνά χρησιμοποιούν ήδη υπάρχουσες πλατφόρμες των ΜΚΔ για να προωθήσουν τις ιδεολογίες τους, τον θαυμασμό τους και τις πρακτικές τους σχετικά με το αντικείμενο ή υποκείμενο στο οποίο δομούνται οι αντιλήψεις τους (Jenkins, 1992).

---

<sup>3</sup> Pop κουλτούρα (pop culture): Η pop κουλτούρα είναι ουσιαστικά ένα σύνολο πεποιθήσεων, αξιών, ενεργειών, αντικειμένων ή αγαθών και πρακτικών που είναι δημοφιλή σε οποιαδήποτε δεδομένη χρονική στιγμή και χώρο στην κοινωνία. Μπορεί να αναφέρεται σε πράγματα όπως η τέχνη, η λογοτεχνία, η μόδα, ο χορός, ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, τα περιοδικά και οι τρόποι ζωής κ.α. (EBSCO, 2024)

<sup>4</sup> Η CarrieLynn D. Reinhard είναι αναπληρώτρια Καθηγήτρια στις Τέχνες και τις Επιστήμες Επικοινωνίας στο ιδιωτικό πανεπιστήμιο Dominican του Illinois. Η έρευνά της επικεντρώνεται σε μελέτες θαυμαστών και σε νέες μεθοδολογίες για τη μελέτη τους.

Παρόλα αυτά, είναι σημαντικό η έννοια της «συμμετοχής» να εξετάζεται και μέσα από κοινωνικές και πολιτισμικές παραμέτρους και όχι απαραίτητα μόνο μέσω της τεχνολογίας. Κι αυτό γιατί μια τέτοια κουλτούρα περιλαμβάνει περισσότερα από την απλή αλληλεπίδραση σε μια διαδικτυακή πλατφόρμα..

### 1.1.ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΟΡΙΣΜΟΥ

Από ιστορικής πλευράς, ο όρος «θαυμαστής» (fan) ως έννοια έχει αλλάξει σημαντικά με την πάροδο του χρόνου. Χρησιμοποιήθηκε αρχικά στην Αγγλία του 17<sup>ου</sup> αιώνα ως μια συντομογραφία της λέξης «φανατικός» και υποδήλωνε τα έντονα φανατικά άτομα σε θέματα που αφορούσαν την θρησκεία.

Έναν αιώνα αργότερα ο όρος εμφανίστηκε και στις ΗΠΑ και χρησιμοποιήθηκε από τον τύπο για να περιγράψει τους αθλητικούς οπαδούς, κυρίως του αθλήματος του baseball που είχε ιδιαίτερη απήχηση την εποχή εκείνη (Abercrombie & Longhurst 1998).

Σήμερα η λέξη 'fan' δεν αποτελεί πλέον μια απλή συντομογραφία της λέξης 'fanatic' καθώς ο φανατικός (fanatic) θεωρείται ο ανοριοθέτητος θαυμαστής. Ο φανατισμός δηλαδή αποτελεί την επικίνδυνη εξέλιξη που μπορεί να έχει ένας θαυμαστής εάν το ενδιαφέρον του απέναντι στο αντικείμενο ή υποκείμενο που θαυμάζει, γίνει υπερβολικό ακόμα και απειλητικό για την κοινωνία (Duffett, 2013).

Στο λεξικό του Cambridge ο όρος «φανατικός» (fanatic) χρησιμοποιείται για να ορίσει ένα άτομο που ενδιαφέρεται υπερβολικά για κάτι, σε βαθμό που κάποιιοι το βρίσκουν παράλογο. Από την άλλη, ο όρος «θαυμαστής» (fan) χρησιμοποιείται για να ορίσει κάποιον που θαυμάζει και υποστηρίζει ένα άτομο, ένα άθλημα, μια αθλητική ομάδα, ένα μουσικό συγκρότημα κλπ.

Όσον αφορά την λέξη «fandom» φαίνεται πως εμφανίστηκε για πρώτη φορά το 1903 σε άρθρο της εφημερίδας *Cincinnati Enquirer*. Λίγο αργότερα, το 1928, χρησιμοποιήθηκε και από το περιοδικό *Publisher's Weekly*. Ο όρος προκύπτει από τον συνδυασμό της λέξης «fan» (θαυμαστής) και της κατάληξης «-dom». Σύμφωνα με τον γλωσσολόγο Michael Quinion, η κατάληξη «-dom» μπορεί να δηλώνει είτε μια κοινωνική ομάδα ή χώρο εξουσίας (π.χ. «kingdom» = βασίλειο), είτε μια κατάσταση ή ιδιότητα (όπως το «freedom» = ελευθερία ή «wisdom» = σοφία) (OED, 1993).

## 1.2.Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΤΩΝ FANDOMS

Οι κοινότητες των fandoms διακρίνονται από την έντονη ανάγκη των μελών για δημιουργία περιεχομένου<sup>5</sup> (όπως fan fiction<sup>6</sup>, σχολιασμοί, συζητήσεις, fan art κλπ.) και συνεπώς από την ανταλλαγή των ιδεών και δημιουργιών τους – σχετικά με το αντικείμενο θαυμασμού τους – με τα υπόλοιπα μέλη. Περιλαμβάνουν μια μορφή άτυπης καθοδήγησης, όπου οι γνώσεις των πιο έμπειρων μελών μεταφέρονται σε αυτά με την λιγότερη εμπειρία. Επίσης, αποτελούνται από άτομα που πιστεύουν ότι οι συνεισφορές τους στην κοινότητα έχουν αξία και από μέλη που νιώθουν μια αίσθηση κοινωνικής σύνδεσης μεταξύ τους. (Jenkins 2009)

Ως προς την λειτουργία τους, οι κοινότητες fandoms έχουν ως κυρίαρχη δομή μια μορφή άτυπης ιεραρχίας. Ο Pier Bordieu<sup>7</sup> θεωρεί ότι οι θαυμαστές είναι ενεργοί συμμετέχοντες που αναγνωρίζουν σιωπηρά τους κανόνες και τις ιεραρχίες της κουλτούρας τους ενώ ταυτόχρονα επιδιώκουν την ανάπτυξη ενός εύρους δεξιοτήτων, γνώσεων και διακρίσεων σχετικά με το αντικείμενο θαυμασμού τους (Bordieu, 1984). Μέσα από την θεωρία του Bordieu, κάθε κουλτούρα θαυμαστών προβάλλεται όχι μόνο ως μια κοινότητα αλλά και ως μια κοινωνική ιεραρχία, όπου οι θαυμαστές μοιράζονται ένα κοινό ενδιαφέρον, ενώ ταυτόχρονα ανταγωνίζονται έμμεσα για τις γνώσεις τους σχετικά με το αντικείμενο που τους ενδιαφέρει αλλά και την πρόσβαση που έχουν σε αυτό (Hills, 2002).

Οι κοινότητες των fandoms λοιπόν, όπως και άλλες μορφές κοινότητας/κουλτούρας, είναι δομημένες από άτυπες αλλά διακριτές ιεραρχίες και ρόλους. Συνήθως η ιεραρχική δομή μιας κοινότητας fandom προκύπτει με βάση α) την παράμετρο της συμμετοχής και β) τις συνεισφορές των θαυμαστών στην κοινότητα. Σημαντικό είναι να τονιστεί ότι ο ρόλος κάθε θαυμαστή μπορεί να είναι συνδυαστικός ως προς αυτά τα δύο και μέσω αυτού να προκύπτει και η ιεραρχική του κατηγοριοποίηση σε μια κοινότητα fandom (Jenkins, 1992).

Σε μια απεικόνισή της, την ιεραρχία αυτή συγκροτούν:

- Οι δημιουργοί περιεχομένου (όπως το fan fiction και το fan art<sup>8</sup>) οι οποίοι είναι συχνά σε «υψηλότερες» ιεραρχικά θέσεις καθώς οι συμμετοχικές τους πράξεις αποτελούν το κύριο περιεχόμενο που κοινοποιείται και συζητείται σε ένα fandom.

---

<sup>5</sup> Η δημιουργία περιεχομένου (content creation) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η διαδικασία παραγωγής και κοινοποίησης διαφόρων μορφών περιεχομένου, όπως κείμενο, εικόνες, βίντεο και ήχος, που έχουν σχεδιαστεί για να προσελκύσουν και να ενημερώσουν ένα συγκεκριμένο κοινό σε μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης..

<sup>6</sup> Fan fiction: Είδος μυθοπλασίας που γράφεται από θαυμαστές και περιλαμβάνει χαρακτήρες από μια συγκεκριμένη τηλεοπτική σειρά, ταινία ή και πραγματικά πρόσωπα όπως τραγουδιστές, ηθοποιούς κ.λπ.

<sup>7</sup> Pier Bordieu: Γάλλος φιλόσοφος, κοινωνιολόγος και κοινωνικός επιστήμονας. Γεννήθηκε τον Αύγουστο του 1930 και απεβίωσε τον Ιανουάριο του 2002. Γενικό ενδιαφέρον στη μελέτη του, η παρατήρηση και η κατανόηση του πώς τα δράντα υποκείμενα ενεργούν μέσα στην κοινωνία.

<sup>8</sup> Fan art: Είδος τέχνης που δημιουργείται από θαυμαστές και περιλαμβάνει χαρακτήρες από μια συγκεκριμένη τηλεοπτική σειρά, ή και πραγματικά πρόσωπα όπως τραγουδιστές, ηθοποιούς κ.λπ.

- Τα μέλη που λαμβάνουν τον ρόλο των διοργανωτών της κοινότητας, με κύρια «ανάθεση» τον συντονισμό και την διοργάνωση εκδηλώσεων και συγκεντρώσεων για την κοινότητα. Αυτά τα μέλη, επιλαμβάνοντας την τάξη και τη συνεργασία σε ένα fandom καταλαμβάνουν επίσης αρκετά «ψηλές» ιεραρχικά θέσεις (Booth, 2010).
- Οι παλαιότεροι θαυμαστές οι οποίοι είναι οι πιο «σεβαστοί» σε ένα fandom εξαιτίας της μακράς συμμετοχής τους στις πρακτικές της κοινότητας και της γνώσης που κατέχουν πάνω στο αντικείμενο θαυμασμού τους (η συγκεκριμένη κατηγορία συνήθως έρχεται σε συνδυασμό με μια ή και με τις δύο πιο πάνω).
- Επιπλέον υπάρχουν οι θαυμαστές που ανήκουν στην μέση περίπου της ιεραρχίας. Τα άτομα αυτά μπορεί να συμμετέχουν στις διοργανώσεις της κοινότητας, να αλληλοεπιδρούν με τα υπόλοιπα μέλη, να έχουν σταθερή παρουσία στις συζητήσεις της κοινότητας, – είτε σε πλατφόρμες των ΜΚΔ είτε σε διοργανώσεις της κοινότητας – να κοινοποιούν και αντιδρούν στις δημιουργίες και στο περιεχόμενο των άλλων μελών αλλά οι ίδιοι να μην συμμετέχουν στις διαδικασίες διοργάνωσης ή δημιουργίας.
- Τέλος στο χαμηλότερο σκαλοπάτι της ιεραρχίας είναι οι περιστασιακοί θαυμαστές οι οποίοι μπορεί να γνωρίζουν μερικές από τις πρακτικές της κοινότητας και να θεωρούν τους εαυτούς τους μέλη της αλλά να μην συμμετέχουν τόσο ενεργά σε αυτήν (Duffett, 2013).

### 1.3. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΘΑΥΜΑΣΤΩΝ

Προκειμένου να εξεταστεί σε βάθος το φαινόμενο των fandoms, είναι σημαντικό να παρουσιαστούν κάποια θεμελιώδη στοιχεία της κοινωνικής και ψυχολογικής διάστασής του, καθώς και λειτουργικές συνιστώσες του εξεταζόμενου ερευνητικού αντικειμένου.

Η μελέτη της ψυχολογίας των fandoms αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο που έχει προσεγγιστεί με διάφορους τρόπους και θεωρίες. Το μόνο σίγουρο είναι ότι δεν υπάρχει μία ενιαία θεωρία που να κυριαρχεί, αλλά αντίθετα οι ερευνητές αξιοποιούν συνδυαστικά θεωρητικά πλαίσια, παλαιότερα αλλά και πιο σύγχρονα, προκειμένου να κατανοήσουν τη συμπεριφορά και την ψυχολογία των θαυμαστών. Μερικά από τα θεωρητικά πλαίσια στα οποία στηρίχθηκαν οι ερευνητές είναι:

#### 1. Κοινωνική Ψυχολογία και Θεωρία Κοινωνικής Ταυτότητας

Η **Θεωρία Κοινωνικής Ταυτότητας** αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία ανάλυσης της ψυχολογίας των fandoms. Σύμφωνα με αυτή, οι άνθρωποι τείνουν να δημιουργούν την ταυτότητά τους μέσω της συμμετοχής σε κοινωνικές ομάδες. Τα fandoms λειτουργούν ως «εσωτερικές ομάδες» (τα λεγόμενα ingroup), προσφέροντας στους συμμετέχοντες την αίσθηση του *ανήκειν* και της ασφάλειας, και έρχονται σε αντίθεση με τις «εξωτερικές ομάδες»<sup>9</sup> (outgroups) (Tajfel & Turner, 1979).

---

<sup>9</sup> Ingroups & Outgroups στην Θεωρία Κοινωνικής Ταυτότητας: Το «ingroup» αναφέρεται στην ομάδα με την οποία ένα άτομο ταυτίζεται, ενώ το «outgroup» αναφέρεται σε ομάδες με τις οποίες δεν ταυτίζεται. (Tajfel & Turner, 1979)

## 2. Θεωρία Αυτοπραγμάτωσης και εαυτού.

Με βάση τον Maslow<sup>10</sup> (1943) και τη θεωρία της αυτοπραγμάτωσης, η συμμετοχή σε fandoms θα μπορούσε να καλύπτει βασικές ψυχολογικές ανάγκες, όπως η ανάγκη για κοινωνική σύνδεση. Παράλληλα, η θεωρία του εαυτού αναδεικνύει την ανάγκη των ανθρώπων για την συμμετοχή τους σε fandoms με σκοπό να εξερευνήσουν και να εκφράσουν την ταυτότητά τους (Erikson, 1968).

## 3. Η θεωρία υποδοχής

Με βάση την θεωρία της υποδοχής του Stuart Hall<sup>11</sup> (1980) οι θαυμαστές δεν είναι απλώς παθητικοί καταναλωτές πολιτισμικών προϊόντων αλλά και ενεργοί ερμηνευτές, που αναπτύσσουν προσωπικές και συλλογικές νοηματοδοτήσεις των αντικειμένων θαυμασμού τους (Hall, 1980).

## 4. Θεωρία Παρακοινωνικής Αλληλεπίδρασης

Η Θεωρία της Παρακοινωνικής αλληλεπίδρασης (Horton & Wohl, 1956) εξετάζει τις μονομερείς, «ψευδο-κοινωνικές» σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα σε θαυμαστές και διασημότητες ή φανταστικούς χαρακτήρες. Αυτές οι σχέσεις, αν και δεν είναι αμοιβαίες, δημιουργούν στους θαυμαστές μια αίσθηση συναισθηματικής σύνδεσης με το αντικείμενο θαυμασμού τους (Horton & Wohl, 1956).

## 5. Ψυχαναλυτική Προσέγγιση

Η ψυχανάλυση έχει επίσης αξιοποιηθεί για να εξηγήσει το φαινόμενο των fandoms, ιδίως μέσω της έννοιας της **ταύτισης**. Σύμφωνα με τον S. Freud<sup>12</sup> (1922), η ταύτιση αποτελεί έναν μηχανισμό άμυνας όπου το άτομο αναπτύσσει έναν ψυχικό δεσμό με το αντικείμενο της ταύτισης (που στην προκειμένη περίπτωση αναφέρεται σε μια διασημότητα ή έναν φανταστικό χαρακτήρα) με σκοπό να μειώσει το άγχος, να ενσωματώσει χαρακτηριστικά του αντικειμένου και να ενδυναμώσει την αυτοσυνείδηση του. Η ψυχαναλυτική προσέγγιση βέβαια επεκτείνεται και σε περισσότερες έννοιες και θεωρίες του Freud οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο για περαιτέρω έρευνα.

---

<sup>10</sup> Ο Abraham Harold Maslow ήταν γνωστός Αμερικανός ψυχολόγος. Γεννήθηκε στις 1 Απριλίου 1908 και απεβίωσε στις 8 Ιουνίου 1970.

<sup>11</sup> Ο Stuart Henry McPhail Hall ήταν Βρετανός μαρξιστής κοινωνιολόγος, θεωρητικός του πολιτισμού και πολιτικός ακτιβιστής, γεννημένος στην Τζαμάικα στις 3 Φεβρουαρίου 1932 και απεβίωσε στις 10 Φεβρουαρίου 2014.

<sup>12</sup> Ο Sigmund Freud ήταν διακεκριμένος Αυστριακός φυσιολόγος, νευρολόγος και ψυχίατρος, ο οποίος υπήρξε ο θεμελιωτής της ψυχανάλυσης. Γεννήθηκε στις 6 Μαΐου 1856 και απεβίωσε στις 23 Σεπτεμβρίου 1939.

## 6. Η θεωρία των αντικειμενοτρόπων σχέσεων

Η θεωρία των αντικειμενοτρόπων σχέσεων της Melanie Klein<sup>13</sup>, προσφέρει πληροφορίες για το πώς οι θαυμαστές συνδέονται συναισθηματικά με φανταστικούς κόσμους. Οι θαυμαστές αντιμετωπίζουν αυτούς τους κόσμους σαν ψυχολογικά «αντικείμενα» με τα οποία συνδέονται. Η έννοια της «διαίρεσης» της Klein—η οποία αφορά στην αντίληψη πραγμάτων ως όλα καλά ή πολύ κακά—βοηθά να εξηγήσει γιατί οι θαυμαστές μερικές φορές εξιδανικεύουν ή επικρίνουν σκληρά χαρακτήρες, δημιουργούς ή ιστορίες. Αυτή η δυναμική αντανακλά έναν αγώνα συμφιλίωσης θετικών και αρνητικών συναισθημάτων, παρόμοιους με τους πρώιμους ψυχολογικούς μηχανισμούς για τη διαχείριση αντικρουόμενων συναισθημάτων από τον θαυμαστή (Klein, 1946). Για παράδειγμα, ένας θαυμαστής μπορεί να λατρεύει έναν χαρακτήρα κάποιας ιστορίας (βιβλίο, ιστορία, σειρά), ενώ αντιπαθεί έντονα ορισμένες αποφάσεις που λαμβάνονται για αυτόν στην αφήγηση και έτσι να αντικατοπτρίζει τις πιο πάνω ψυχολογικές διαδικασίες.

## 7. Η θεωρία για τα μεταβατικά φαινόμενα

Η θεωρία του Winnicott<sup>14</sup> για τα μεταβατικά φαινόμενα εξηγεί τα fandom ως δημιουργικούς και συναισθηματικούς χώρους για προσωπική ανάπτυξη. Μέσω αυτής της θεωρίας, οι θαυμαστές χρησιμοποιούν τις αγαπημένες τους εκπομπές ή τα φανταστικά σύμπαντά τους ως γέφυρες για συναισθηματική εξερεύνηση και αυτό-ανακάλυψη. Το περιβάλλον ενός fandom στην θεωρία αυτή προσφέρει έναν ασφαλή χώρο στους θαυμαστές να εκφράσουν τα συναισθήματά τους και να διαμορφώσουν την ταυτότητά τους (Winnicott, 1971).

Συμπερασματικά καταλήγουμε στο ότι η ψυχολογία για τα fandoms δεν περιορίζεται σε μία ενιαία θεωρητική βάση, αλλά αντλεί στοιχεία από διάφορες θεωρίες και τομείς του ψυχολογικού κλάδου. Οι ερευνητές συνδυάζουν αυτά τα πλαίσια για να κατανοήσουν τη βαθιά συναισθηματική, κοινωνική και προσωπική σύνδεση που βιώνουν οι θαυμαστές με τα αντικείμενα θαυμασμού τους.

Οι πιο πάνω προοπτικές χρησιμοποιούνται από τους θεωρητικούς του φαινομένου των fandoms, για να επισημάνουν τη δέσμευση των θαυμαστών με τα αντικείμενα θαυμασμού τους αλλά και με την ίδια τους την κοινότητα ως κάτι περισσότερο από ψυχαγωγία - ως μια δυναμική διαδικασία ψυχολογικής και κοινωνικής νοηματοδότησης. Τέτοιες προσεγγίσεις μπορούν να βοηθήσουν να ερμηνευθεί η χρήση των ΜΚΔ στα πλαίσια των πρακτικών μιας κοινότητας/fandom και πώς μπορεί αυτή να χρησιμεύσει ως ένας θεραπευτικός και μεταμορφωτικός χώρος για προσωπική και συλλογική ανάπτυξη.

---

<sup>13</sup> Η Melanie Klein ήταν Αυστρο-Βρετανίδα συγγραφέας και ψυχαναλύτης, γνωστή για το έργο της στην παιδική ψυχανάλυση. Γεννήθηκε στις 30 Μαρτίου 1882 και απεβίωσε στις 22 Σεπτεμβρίου 1960

<sup>14</sup> Ο Donald Winnicott ήταν Άγγλος παιδίατρος και ψυχαναλύτης, ο οποίος άσκησε ιδιαίτερη επιρροή στον τομέα της θεωρίας των αντικειμενικών σχέσεων και της αναπτυξιακής ψυχολογίας. Γεννήθηκε στις 7 Απριλίου 1896 και απεβίωσε στις 25 Ιανουαρίου 1971

### 1.3.1. ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ

Ένας τρόπος που μπορούμε να ερμηνεύσουμε την ύπαρξη των fandoms σήμερα, είναι ως ένα κοινωνικό-πολιτισμικό φαινόμενο το οποίο ανθίζει στις τεχνολογικά εξελιγμένες δυτικού τύπου κοινωνίες μέσω των ΜΚΔ και της μαζικής κουλτούρας. Αυτό αντικατοπτρίζεται στην έρευνα του Henry Jenkins, που περιγράφει τα fandoms ως ενεργές κοινότητες συμμετοχικού πολιτισμού, οι οποίες βασίζονται σε τεχνολογικές πλατφόρμες, όπως τα ΜΚΔ, για τη διάδοση περιεχομένου και την αλληλεπίδραση με το κοινό. Οι τεχνολογικές εξελίξεις έχουν επιτρέψει τη μετάβαση από την παραδοσιακή παθητική κατανάλωση των ΜΜΕ σε ενεργό συμμετοχή, γεγονός που προάγει τη σύνδεση των fandoms με την παραγωγή περιεχομένου και με το οικονομικό μοντέλο του καπιταλισμού. Έτσι μια κοινότητα θαυμαστών σήμερα, χρειάζεται τεχνολογικά εξοικειωμένα άτομα ως μέλη για να μπορέσει όχι μόνο να δημιουργηθεί αλλά και για να επιβιώσει (Jenkins, 2012).

Πιο συγκεκριμένα, η διασύνδεση του φαινομένου με τις δυτικού οικονομικού μοντέλου κοινωνίες φαίνεται από:

- **Την εμπορευματοποίηση του πολιτισμού και των ΜΚΔ.**  
Με την εμπορευματοποίηση πολιτισμού εννοείται η παραγωγή και προώθηση προϊόντων εμπνευσμένων από ταινίες, τηλεοπτικές εκπομπές, βιντεοπαιχνίδια, βιβλία, μουσικούς καλλιτέχνες κ.ά. Αυτά τα προϊόντα κυκλοφορούν στην αγορά με στόχο την προώθηση τους σε ευρύ κοινό, το οποίο στο μεγαλύτερο ποσοστό του αποτελεί μια βάση θαυμαστών. Όσο πιο διαδεδομένο, αποδεκτό (mainstream) και κερδοφόρο είναι ένα προϊόν, τόσο μεγαλύτερη είναι η βάση θαυμαστών που μπορεί να προσελκύσει. Οι εταιρείες συχνά επενδύουν στην ανάπτυξη και τον πολλαπλασιασμό των θαυμαστών μέσω της διαφήμισης, αυξάνοντας τόσο την προβολή τους όσο και την εμπορική τους βιωσιμότητα (Hills, 2002) (Jenkins, 1992).
- **Την καταναλωτική κουλτούρα και ταυτότητα (Jenkins, 1992).**  
Σε ένα fandom η κουλτούρα αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής:
  - α) στην αγορά εμπορευμάτων (που αναφέρθηκε πιο πάνω)
  - β) στην συμμετοχή σε θεματικά συνέδρια και διοργανώσεις και
  - γ) στην κατανάλωση του περιεχομένου που δημιουργείται από τις εταιρίες και το αντικείμενο θαυμασμού.Η ίδια η πράξη της κατανάλωσης αποτελεί διακριτό στίγμα μιας καπιταλιστικής κουλτούρας αλλά και μια μορφή πολιτιστικής συμμετοχής στην κοινότητα.
- **Τα ΜΚΔ και οι πτυχές τους** σε πλατφόρμες όπως το Χ(πρώην Twitter), το Instagram και το TikTok. Αυτές οι πλατφόρμες είναι εγγενώς συνδεδεμένες με βασικές δομές μιας καπιταλιστικής οικονομίας, όπως
  - α) η δημιουργία εσόδων – κυρίως μέσω διαφήμισης –
  - β) η χρήση συνδρομών και
  - γ) η συλλογή δεδομένων για την διαμόρφωση ενός προσωποποιημένου αλγόριθμου που μπορεί να εργαλειοποιηθεί για περαιτέρω έσοδα.

Με τους πιο πάνω τρόπους δίνονται κίνητρα στους χρήστες να παράγουν περιεχόμενο το οποίο τροφοδοτεί την οικονομία των fandoms και ενισχύει την προσωπική και συλλογική αξία των δραστηριοτήτων των θαυμαστών. Με την αύξηση της συμμετοχής

των θαυμαστών αποκτάται ένα «συμβολικό» κεφάλαιο (π.χ. νέοι θαυμαστές, αναγνώριση, επιρροή κλπ.) (Duffett, 2013) (Booth, 2017).

Συμπερασματικά, η άνθηση των θαυμαστών στις καπιταλιστικές κοινωνίες είναι βαθιά συνυφασμένη με την συνεχή ανάγκη μιας οικονομίας που αποσκοπεί στο κέρδος. Αυτά τα οικονομικά κίνητρα, σε συνδυασμό με τις συναισθηματικές και κοινωνικές πτυχές του fandom, βοηθούν στη διατήρηση και στην περαιτέρω ενίσχυση αυτών των κοινοτήτων.

Επιπλέον τα fandoms αποτελούν πολυσύνθετες κοινότητες που λειτουργούν μέσα σε πολλαπλά επίπεδα. Τα επίπεδα αυτά διαμορφώνονται και εξελίσσονται με βάση κοινωνικούς, πολιτισμικούς, και ιστορικούς παράγοντες. Σύμφωνα με τους Bennett και Booth (2016), τα fandoms δεν είναι σταθερές ούτε και αμετάβλητες δομές, αλλά αντιθέτως αναπροσαρμόζονται συνεχώς με βάση κοινωνικές, τεχνολογικές, πολιτισμικές ακόμη και πολιτικές εξελίξεις.

Αυτό σημαίνει ότι τα fandoms αντικατοπτρίζουν τις συνθήκες ενός ευρύτερου πολιτισμικού πλαισίου, ενσωματώνοντας τις αλλαγές και τις προκλήσεις της εποχής τους. Για παράδειγμα, οι αλλαγές στις τεχνολογίες επικοινωνίας, από την χρονολογία εμφάνισης τους έως και σήμερα, έχουν επηρεάσει τη φύση και τον τρόπο λειτουργίας των fandoms, ενώ κοινωνικά κινήματα και πολιτισμικές τάσεις φαίνεται να επηρεάζουν τη θεματολογία, τις αξίες, και τις πρακτικές τους. Έτσι, τα fandoms θεωρούνται «ζωντανά» πολιτισμικά φαινόμενα, τα οποία εξελίσσονται παράλληλα με την κοινωνία και δεν μπορούν να ερμηνευτούν με στατικές και διαχρονικές κατηγορίες.

Τέλος, ως κοινωνικές και θεσμικές δυνάμεις, οι κοινότητες των fandoms, έχουν την ικανότητα να επηρεάσουν κοινωνικούς θεσμούς όπως η οικογένεια, η θρησκεία και η πολιτική (Fuschillo, 2016). Απόδειξη του πιο πάνω αποτελούν οι προσπάθειες των fandoms μέχρι και σήμερα στην ενεργοποίηση για προαγωγή κοινωνικών και ακτιβιστικών δράσεων, αξιοποιώντας τις δεξιότητες και τις γνώσεις που απέκτησαν μέσω της αφοσίωσής των μελών τους στην κοινότητα. Συχνά στην προσπάθεια τους να επιφέρουν κοινωνικές αλλαγές, τα μέλη των κοινοτήτων αυτών, συμμετέχουν σε δράσεις πολιτικού ακτιβισμού και κοινωνικής αντίστασης μέσω της συλλογικής δύναμης που αποκτούν στην κοινότητα (Rapport, 2020).

Μερικά παραδείγματα τέτοιων δράσεων που υπογραμμίζουν τη δύναμη που έχουν τα fandoms στην κινητοποίηση των μαζών για θετική κοινωνική αλλαγή είναι:

- **Harry Potter Alliance (HPA):** Αυτή η οργάνωση, ιδρυμένη το 2005, χρησιμοποίησε τον κόσμο του "Harry Potter" ως μέσο ευαισθητοποίησης και δράσης. Συγκεκριμένα έχει δείξει υποστήριξη σε διάφορες κοινωνικές εκστρατείες, όπως τη συγκέντρωση ενός μεγάλου χρηματικού ποσού για την ανακούφιση των πληθυσμιακών ομάδων που επηρεάστηκαν από τον σεισμό στην Αϊτή το 2010, αλλά και την εκστρατεία "Accio Books", μέσω της οποίας έχουν δωριστεί περισσότερα από 400.000 βιβλία σε παιδιά από διάφορες κοινότητες παγκοσμίως.(Duffett, 2013)(Jenkins, 2008)

- **BTS ARMY και Black Lives Matter:** Οι θαυμαστές του συγκροτήματος BTS, κατάφεραν να μαζέψουν το ποσό του ενός εκατομμυρίου το οποίο και δώρισαν στο κίνημα Black Lives Matter<sup>15</sup>, γεγονός που προκάλεσε μια αλυσιδωτή ενέργεια και από άλλες δωρεές θαυμαστών παγκοσμίως. Αυτή η πρωτοβουλία ανέδειξε τη δύναμη των fandoms να επιφέρουν σημαντικές κοινωνικές αλλαγές (The New York Times, 2024).
- **Greek Swifties for Vienna:** Η συγκεκριμένη δράση προέκυψε από την ελληνική βάση του fandom της Taylor Swift, μετά την ακύρωση των συναυλιών της καλλιτέχνιδας στην Βιέννη τον Αύγουστο του 2024 εξαιτίας πιθανού τρομοκρατικού επεισοδίου. Η ελληνική κοινότητα των *swifties* ξεκίνησε έναν έρανο μέσω της πλατφόρμας GoFundMe με στόχο την οικονομική αποζημίωση των Ελλήνων θαυμαστών που είχαν εισιτήρια για τις συγκεκριμένες συναυλίες και έχασαν τα χρήματα τους σε αεροπορικά εισιτήρια και κόστη διαμονής – κόστη που πλήρωσαν αλλά δεν αξιοποίησαν.

Η Μ. Πανηγυροπούλου, επικεφαλής της συγκεκριμένης δράσης και σημαντική εκπρόσωπος του fandom στην Ελλάδα, αναφέρει:

*Ως προς τα charity (έρανοι) είχε γίνει πρόσφατα μια προσπάθεια στην κοινότητα. Συγκεκριμένα, όταν ακυρώθηκε η συναυλία της Taylor Swift (λόγω απειλής τρομοκρατικού επεισοδίου) τον Αύγουστο που μας πέρασε, αρκετά μέλη της κοινότητας έχασαν τα χρήματα τους. Έτσι μαζί με την κοινότητα στο Facebook κάναμε μια δημοσίευση στην οποία καλέσαμε τα μέλη να συνεισφέρουν κάποιο ποσό για αυτά τα παιδιά. Στόχος ήταν τα χρήματα να διαμοιραστούν στους θαυμαστές που δεν πήγαν στην συναυλία. Θέσαμε όμως κάποια σχετικά κριτήρια, γιατί, αναγκαστικά, δεν μπορούσαν να μοιραστούν σε όλους. Αποφασίσαμε λοιπόν να μοιράσουμε το ποσό που θα μαζεύοταν σε άτομα τα οποία δεν πήγαν καθόλου στη Βιέννη. Δηλαδή άτομα που τους ακυρώθηκαν τα πάντα και δεν τους επιστράφηκαν χρήματα πίσω. [...] Έτσι τα χρήματα που μαζεύτηκαν διαμοιράστηκαν ακριβώς, σε αυτούς που έχασαν τα περισσότερα χρήματα. Μαζεύτηκε ένα αρκετά καλό ποσό αν θυμάμαι καλά το οποίο ήταν γύρω στα 2 χιλιάδες ευρώ και μάλιστα μαζεύτηκαν και αρκετά γρήγορα. Συνέβαλε ένας ικανός αριθμός ατόμων και ακόμη και ένα-δύο ευρώ να έβαζαν κάποιοι, ήταν σημαντικό, γιατί και από ένα ευρώ να έβαζαν, πχ 500 άτομα τότε η δυναμική που δημιουργούνταν ήταν αρκετά μεγάλη.*

*(Μ. Πανηγυροπούλου, προσωπική επικοινωνία, Απρίλιος 29, 2025).*

<sup>15</sup> Το Black Lives Matter (BLM) είναι πολιτικό και κοινωνικό κίνημα που ξεκίνησε το 2013 και υπάρχει έως και σήμερα. Στοχεύει στην ανάδειξη και εξάλειψη του ρατσισμού και των διακρίσεων και της φυλετικής ανισότητας που βιώνουν οι μαύροι.

### 1.3.2. ΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΣΤΙΓΜΑ-ΤΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ

Πολλές μελέτες έχουν εξετάσει ευρέως διαδεδομένες χρήσεις του όρου "θαυμαστές", συνδέοντας το fandom με διάφορα αρνητικά στερεότυπα και ζητήματα κοινωνικής παθολογίας. (Bennett & Booth, 2016)

Σε αρκετές θεωρίες της μαζικής κουλτούρας ο ενθουσιασμός των θαυμαστών προβάλλεται ως μια κλινική εμμονή. Ταυτόχρονα δίνεται ο υπαινιγμός ότι οι θαυμαστές συγκροτούν φανταστικές και μονομερείς σχέσεις με τα υποκείμενα ή αντικείμενα θαυμασμού τους. Ο μόνος λόγος, σύμφωνα με αυτές, που οι θαυμαστές επιλέγουν να ανήκουν σε ένα fandom είναι για να καλύψουν προσωπικές τους επιθυμίες, απώλειες και διάφορες μορφές κοινωνικής ανεπάρκειας.

Παρόλο που τέτοιες περιπτώσεις «κλινικής εμμονής» δεν είναι απίθανες να συμβούν, δεν είναι αυτό που καθορίζει μια ολόκληρη κοινότητα θαυμαστών ή και την όλη εμπειρία του να είναι κάποιος θαυμαστής. Το φαινόμενο των fandoms (όπως και κάθε άλλο κοινωνικό φαινόμενο) αποτελείται από θετικές αλλά και αρνητικές εμπειρίες και αντιλήψεις. Είναι όμως προβληματικό να γενικεύεται η ερμηνεία τους με βάση μόνο τις αρνητικές ή θετικές πτυχές τους αντίστοιχα.

Για αρκετά χρόνια το συγκεκριμένο φαινόμενο ερμηνευόταν κυρίως με βάση τις αρνητικές περιπτώσεις φανατικών θαυμαστών με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν και σχετικές στερεοτυπικές αντιλήψεις (Duffett, 2013).

Πιο κάτω αναφέρονται μερικά στερεότυπα που πλαισιώνουν τους θαυμαστές αλλά και το κατά πόσο ισχύουν ή όχι αυτά:

- Οι θαυμαστές θεωρούνται συχνά ως υπερβολικά συναισθηματικοί, φανατικοί ή ανίκανοι να κρίνουν ορθολογικά τα αγαπημένα τους μέσα ενημέρωσης ή διασημότητες (Ewens, 2019). Οι θαυμαστές δημιουργούν όντως έντονους συναισθηματικούς δεσμούς με τα αντικείμενα θαυμασμού τους και αυτή η συναισθηματική επένδυση συνήθως διαμορφώνει, όντως, την ταυτότητα και την κοινωνική τους ζωή, κάνοντας τους δεσμούς αυτούς να αισθάνονται ιδιαίτερα προσωπικοί (Gray et al., 2007).

Αυτό όμως δεν πρέπει να θεωρείται ως κάτι παράλογο. Οι συνδέσεις αυτές συχνά λειτουργούν ως μηχανισμοί για τη διαμόρφωση ταυτότητας, την οικοδόμηση κοινότητας και τη συναισθηματική υποστήριξη ενός θαυμαστή (Jenkins, 1992). Η συναισθηματική επένδυση μπορεί να ενισχύσει τη δημιουργικότητα και την κριτική δέσμευση, όπως φαίνεται στην θεωρία αλλά και στα fan fictions και fan art.

- Οι πρακτικές των fandoms - ειδικά εκείνες που κυριαρχούνται από γυναίκες, μέλη της LGBTQ+ κοινότητας ή νεότερο κοινό – χαρακτηρίζονται στερεοτυπικά ως ασήμαντες, ανώριμες και χωρίς κάποια ουσία ή βάθος. Στην πραγματικότητα όμως, οι μελέτες αποκαλύπτουν ότι τα fandoms συχνά περιλαμβάνουν περίπλοκη ανταλλαγή γνώσης μεταξύ των μελών, κριτική ανάλυση και συνεργατική δημιουργικότητα (Ewens, 2019)(Duffett, 2013). Για παράδειγμα, οι συγγραφείς fan fiction συχνά χρησιμοποιούν περίπλοκες αφηγήσεις καθώς και πρωτότυπες συγγραφικές τεχνικές για την οικοδόμηση

κόσμου<sup>16</sup> (world building) που μπορούν κάλλιστα να συγκριθούν με τα έργα επαγγελματικών μυθιστορημάτων .

- Τα fandoms συχνά απεικονίζονται ως τοξικές ή υπερβολικά προστατευτικές κοινότητες με αποτέλεσμα να καταφεύγουν σε πρακτικές παρενόχλησης και “gatekeeping”<sup>17</sup>. Ορισμένοι θαυμαστές – κυρίως μικρές υποομάδες εντός του fandom– ενδέχεται όντως, να εμπλέκονται σε πρακτικές “gatekeeping” ή γενικότερα να καλλιεργούν το πνεύμα της «ακυρωτικής κουλτούρας» (“cancel culture”<sup>18</sup>), καθώς προσπαθούν να ρυθμίσουν το ποια άτομα αξίζουν να θεωρούνται «αυθεντικοί» θαυμαστές. Ωστόσο, τέτοιες συμπεριφορές δεν αντιπροσωπεύουν, σε καμία περίπτωση, ολόκληρο το φαινόμενο των fandoms (Bury, 2017). Τα Fandoms είναι ποικίλα και κάθε υποομάδα μπορεί να έχει διαφορετικά κίνητρα, συμπεριφορές και στόχους. Η μεγαλύτερη μάζα θαυμαστών σε κοινότητες της pop κουλτούρας εργάζεται ενεργά για τη συμπερίληψη των ατόμων και τον υγιή διάλογο στις κοινότητες τους (Gray et al., 2017).
- Οι θαυμαστές παρουσιάζονται πολλές φορές ως άκριτοι καταναλωτές χωρίς ίχνος αντικειμενικότητας απέναντι στο προϊόν που παράγει το αντικείμενο θαυμασμού τους. Αντιθέτως όμως, οι θαυμαστές στις περισσότερες περιπτώσεις, δείχνουν να έχουν αντικειμενική σκέψη απέναντι στις παραγωγές ή τις συμπεριφορές του αντικειμένου θαυμασμού τους μέσα από διαδικτυακές συζητήσεις αλλά και δημιουργίες τύπου fan art (Hills, 2002).
- Οι θαυμαστές δυσκολεύονται να διακρίνουν τα όρια μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας. Πράγματι σε ορισμένες περιπτώσεις οι θαυμαστές ασχολούνται με φανταστικούς κόσμους ή διασημότητες, σαν να είναι αληθινός, ειδικά μέσω παρακοινωνικών σχέσεων (δίνεται εξήγηση του όρου στην ενότητα 1.3.3.). Όμως αυτό δεν μπορεί να χαρακτηρίσει την εμπειρία του να είναι κάποιος θαυμαστής σε γενικότερο πλαίσιο καθώς οι περισσότεροι θαυμαστές μπορούν να κάνουν την διάκριση μεταξύ μυθοπλασίας και πραγματικότητας με ουσιαστικούς τρόπους (Sandvoss, 2005).

Ενώ πολλά στερεότυπα για τους θαυμαστές αντικατοπτρίζουν την απόρριψη και τις έμφυλες προκαταλήψεις, η ακαδημαϊκή έρευνα στο συγκεκριμένο πεδίο έχει καταφέρει να αποδείξει ότι αποτελούν κυρίως γενικότητες και λανθασμένες ερμηνείες. Τα

---

<sup>16</sup> Οικοδόμηση κόσμου(world building): Σύμφωνα με το Cambridge Dictionary ο όρος “world building” αναφέρεται στην διαδικασία της δημιουργίας ενός φανταστικού κόσμου σε ένα βιβλίο, ταινία, παιχνίδι υπολογιστή κ.λπ., έτσι ώστε να φαίνεται αληθινός.

<sup>17</sup> Gatekeeping: Ο όρος αυτός στην κυριολεξία σημαίνει «να φυλάει κάποιος τις πύλες.» Αλλά στην καθημερινή αργό των ΜΚΔ, σύμφωνα με το Urban και το Cambridge Dictionary, ο όρος χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει την δραστηριότητα της προσπάθειας ελέγχου του ποιος έχει συγκεκριμένους πόρους, δύναμη ή ευκαιρίες και ποιος όχι. Όταν δηλαδή κάποιος αναλαμβάνει να αποφασίσει ποιος έχει ή δεν έχει πρόσβαση ή δικαιώματα σε μια κοινότητα ή ταυτότητα.

<sup>18</sup> Cancel culture(κουλτούρα ακύρωσης): Σύμφωνα με το Cambridge Dictionary ο όρος “Cancel culture” ένα τρόπος συμπεριφοράς σε μια κοινωνία ή ομάδα, ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στον οποίο είναι σύνθητες ενθαρρύνεται η απόρριψη και η παύση υποστήριξης ενός ατόμου επειδή έχει πει ή κάνει κάτι που προσβάλλει κάποια ομάδα ανθρώπων.

fandoms είναι πολύπλοκες, δυναμικές και ποικίλες κοινότητες που αποτελούν κόμβους δημιουργικότητας, πνευματικής δέσμευσης και συναισθηματικής υποστήριξης με τις στερεοτυπικές προκαταλήψεις να ισχύουν μόνο σε ένα μικρό ποσοστό των μελών τους.

### 1.3.3. Η ΠΑΡΑΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΧΕΣΗ/ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ

Ο όρος «παρακοινωνικές» αλληλεπιδράσεις εισήχθη για πρώτη φορά το 1956 από τους Donald Horton και R. Richard Wohl, από την έρευνα τους σχετικά με το πώς οι θεατές συνδέονται με προσωπικότητες των μέσων ενημέρωσης η οποία είχε τίτλο *Μαζική Επικοινωνία και Παρακοινωνική Αλληλεπίδραση: Παρατηρήσεις για την Οικειότητα από απόσταση*.

Η έρευνα είχε ως έναυσμα την παρατήρηση ότι, πολλοί άνθρωποι τείνουν να δημιουργούν σχέσεις με καλλιτέχνες και διασημότητες μέσα από την συμμετοχή τους σε μονόπλευρες αλληλεπιδράσεις στα ΜΜΕ και ΜΚΔ. Οι σχέσεις αυτές αποτελούν προϊόν των παρακοινωνικών αλληλεπιδράσεων. Αυτές οι μονόπλευρες «παρακοινωνικές αλληλεπιδράσεις», με την πάροδο του χρόνου, μπορούν να εξελιχθούν και σε παρακοινωνικές σχέσεις. (Tukachinsky 2013) Παραδείγματα τέτοιων μονόπλευρων αλληλεπιδράσεων σήμερα μπορεί να θεωρηθούν α) τα likes και σχόλια σε δημοσιεύσεις καλλιτεχνών β) τα γράμματα προς τους καλλιτέχνες (το λεγόμενο fan-mail) γ) τα προσωπικά μηνύματα που επιχειρούν να στείλουν οι θαυμαστές στους καλλιτέχνες μέσω των ΜΚΔ κ.α. Αρκετές φορές οι καλλιτέχνες δείχνουν ανταπόκριση σε τέτοιου είδους ενέργειες – όπως να απαντάνε σε σχόλια, μηνύματα, γράμματα κλπ– αλλά εξαιτίας της μεγάλης βάσης θαυμαστών που έχουν, τέτοιες αλληλεπιδράσεις παραμένουν μικρής σημασίας καθώς είναι αδύνατον να δημιουργηθεί μια ουσιαστική σχέση μέσω αυτών. Για τον λόγο αυτό η σχέση παραμένει παρακοινωνική ακόμα και όταν υπάρξει μια μικρή αλληλεπίδραση μεταξύ καλλιτέχνη-θαυμαστή.

Οι προσωπικότητες με τις οποίες σχηματίζονται αυτοί οι δεσμοί, μπορεί να είναι τόσο πραγματικές όσο και φανταστικές, οδηγώντας έτσι σε μια αίσθηση σύνδεσης και προσκόλλησης που δεν διαφέρουν πολύ, ως προς το συναισθηματικό κομμάτι, με τις σχέσεις της πραγματικής ζωής (Reinecke & Oliver, 2016).

Η έννοια των παρακοινωνικών σχέσεων έχει αποτελέσει αντικείμενο συζήτησης στον ερευνητικό τομέα, με ορισμένους μελετητές να υποστηρίζουν ότι η δημιουργία τέτοιων σχέσεων είναι αποτέλεσμα μερικού βαθμού ψυχικής διαταραχής. Για παράδειγμα, σύμφωνα με την μελέτη των Horton και Wohl (1956), μια παρακοινωνική σχέση πηγάζει μόνο από το αίσθημα του θαυμαστή ότι γνωρίζει εις βάθος και περισσότερο από τους άλλους την προσωπικότητα του υποκειμένου ή αντικείμενου που θαυμάζει παρόλο που το υποκείμενο/αντικείμενο δεν γνωρίζει το οτιδήποτε για τον θαυμαστή. Ο Tomer (2001), σε μια πιο πρόσφατη μελέτη, συμφώνησε, περιγράφοντας το αίσθημα αυτό ως μια «ψεύτικη συντροφιά».

Οι πιο πάνω ερευνητές σύμφωνα με τον Duffett, δεν λαμβάνουν υπόψιν τους ότι σε ένα fandom οι σημαντικότερες σχέσεις δεν είναι απαραίτητα αυτές μεταξύ θαυμαστών και διασημοτήτων αλλά οι σχέσεις μεταξύ των θαυμαστών που δημιουργούνται εντός της κοινότητας (Duffett, 2013).

Είναι ευρέως αποδεκτό πλέον, ότι οι παρακοινωνικές αλληλεπιδράσεις αποτελούν μια δραστηριότητα την οποία οι περισσότεροι χρήστες των ΜΚΔ βιώνουν ως ένα βαθμό (Stever, 2021). Συμπερασματικά, οι παρακοινωνικές σχέσεις αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της χρήσης των ΜΚΔ και συνεπώς της συμμετοχής σε ένα fandom. Η κατανόηση της δυναμικής των παρακοινωνικών σχέσεων είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση του αντίκτυπου των μέσων ενημέρωσης στην κοινωνική και συναισθηματική ευημερία των ατόμων και ιδιαίτερα των θαυμαστών και συνεπώς των fandoms.

#### 1.4. ΠΟΙΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΝΟΔΕΥΟΥΝ ΤΑ FANDOMS

Υπάρχουν πολλές πρακτικές που μπορούν να πλαισιώσουν μια κοινότητα θαυμαστών και συνήθως διαφέρουν από κοινότητα σε κοινότητα. Όμως μερικές από αυτές είναι βασικές σε κάθε κοινότητα, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, και είναι σημαντικό να αναφερθούν στην παρούσα έρευνα έχοντας βάση τις κοινότητες θαυμαστών στα πλαίσια της μουσικής βιομηχανίας και συγκεκριμένα της δημοφιλούς (pop) μουσικής.

Αν και έχουν ήδη περιληπτικά και αόριστα αναφερθεί μερικές από τις πρακτικές αυτές σε προηγούμενες ενότητες, είναι σημαντικό να αναφερθούν ξανά σε ένα πιο συγκεκριμένο και οριοθετημένο πλαίσιο.

Για τον λόγο αυτό παρατίθενται πιο κάτω μερικές από τις σημαντικότερες πρακτικές:

##### 1. Συλλογή αντικειμένων.

Οι θαυμαστές συλλέγουν αντικείμενα που σχετίζονται με τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες, όπως δίσκους, αφίσες και merchandise (θεματικός ρουχισμός). Αυτή η πρακτική ενισχύει την αίσθηση σύνδεσης με το αντικείμενο θαυμασμού τους και συχνά αποδίδει στο κοινωνικό τους status εντός της κοινότητας. Ουσιαστικά μέσω της συλλογής αντικειμένων ενισχύεται η ιεραρχική τους κατάταξη εντός της κοινότητας (Duffett, 2013).

##### 2. Παρακολούθηση συναυλιών και ζωντανών εκδηλώσεων:

Η συμμετοχή σε συναυλίες αποτελεί βασικό μέρος της εμπειρίας ενός θαυμαστή στα πλαίσια του fandom. Σε μια συναυλία ο θαυμαστής βιώνει την έντονη συναισθηματική φόρτιση που μπορεί να του προσφέρει η ζωντανή ακρόαση του αγαπημένου του καλλιτέχνη. Επιπλέον ενισχύεται η σύνδεση του με την κοινότητα (Baym, 2015). Μεταξύ άλλων, στα πλαίσια μιας συναυλίας/εκδήλωσης, οι θαυμαστές καταφεύγουν και σε παράπλευρες πρακτικές όπως αυτή του cosplay.

- i. **Cosplay:** Σε συναυλίες ή εκδηλώσεις, οι θαυμαστές συχνά ντύνονται σαν τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες ή εμπνέονται από την αισθητική τους. Το Cosplay, συνδυάζει δεξιοτεχνία και απόδοση, επιτρέποντας στους θαυμαστές να ενσαρκώσουν τους αγαπημένους τους χαρακτήρες προσθέτοντας παράλληλα προσωπικά στοιχεία (Duchesne, 2010).

##### 3. Fan Art και δημιουργική έκφραση:

Οι θαυμαστές δημιουργούν έργα τέχνης, όπως σχέδια, βίντεο και ψηφιακές συνθέσεις (τα λεγόμενα edits), εμπνευσμένα από τη μουσική και τους

καλλιτέχνες που θαυμάζουν. Αυτές οι δημιουργικές πρακτικές προβάλλουν τη βαθιά κατανόηση και ερμηνεία των αντικειμένων θαυμασμού καθώς και των έργων τους (Jenkins, 1992).

#### **4. Συμμετοχή σε κοινότητες διαδικτύου:**

Οι διαδικτυακές πλατφόρμες επιτρέπουν στους θαυμαστές να συζητούν, να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να οργανώνουν κοινές δραστηριότητες μεταξύ τους. Αυτές οι κοινότητες συχνά αποτελούν χώρους ενίσχυσης της ταυτότητας του θαυμαστή, ενώ παράλληλα προσφέρουν συναισθηματική υποστήριξη (Baym, 2011) (Bacon-Smith, 1992). Σε αυτές, μπορεί να υπάρξει εμπλοκή – συμμετοχή των θαυμαστών σε φιλοσοφικές συζητήσεις καθώς και συζητήσεις συναισθηματικού περιεχομένου.

- i. Φιλοσοφικές και συναισθηματικές συζητήσεις:** Οι θαυμαστές συχνά εμπλέκονται σε βαθιές συζητήσεις για τη σημασία της μουσικής και των στίχων των αγαπημένων τους τραγουδιών, διερευνώντας τον αντίκτυπο που έχουν τα νοήματα τους στις ζωές τους (Grossberg, 1992).

#### **5. Δημιουργία και ανάγνωση fan fiction:**

Στα πλαίσια της μουσικής, το fan fiction μπορεί να περιλαμβάνει φανταστικές ιστορίες για τις ζωές και τις σχέσεις καλλιτεχνών. Αυτή η πρακτική επιτρέπει στους θαυμαστές να επαναπροσδιορίσουν, μέσω της αφήγησης, τις εξελίξεις και τα δεδομένα που αφορούν τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες. Με τον τρόπο αυτό προσφέρουν εναλλακτικές προοπτικές και εξερευνούν θέματα που έχουν απήχηση μεταξύ της κοινότητας τους (Busse & Hellekson, 2006).

Συμπερασματικά, οι πρακτικές των θαυμαστών είναι πλούσιες και βαθιά συνδεδεμένες με την ατομική και συλλογική ταυτότητα. Προσφέρουν δρόμους για δημιουργική έκφραση, κοινωνική σύνδεση και ουσιαστική αλληλεπίδραση με τα μέσα ενημέρωσης, μετατρέποντας την παθητική κατανάλωση σε ενεργητική συμμετοχή. Ασχολούμενοι τόσο με εικονικούς όσο και με φυσικούς χώρους, οι θαυμαστές δημιουργούν δυναμικές κοινότητες που συνδυάζουν τη δημιουργικότητα, το συναίσθημα και την πολιτιστική κριτική.

### **1.5.FANDOMS ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Η πολιτική επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τους θαυμαστές. Στην μουσική βιομηχανία συγκεκριμένα, μπορεί να καθορίσει την δημιουργία περιεχομένου (μουσικής παραγωγής) αλλά και να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο προσλαμβάνεται το περιεχόμενο αυτό από το κοινό. Για παράδειγμα ένα κοινωνικό-πολιτικό γεγονός μπορεί να οδηγήσει έναν καλλιτέχνη στο να εκφράσει κάτι (είτε στο διαδίκτυο είτε προφορικά) με βάση αυτό και έτσι να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι θαυμαστές του μπορεί να το αντιλαμβάνονται.

Κατά τη διάρκεια πολιτικά φορτισμένων περιόδων, η μουσική συχνά λειτουργεί ως πυρήνας αντανάκλασης και κριτικής απέναντι στις κοινωνικές εντάσεις και πολιτικές εξελίξεις. Ο Randall (2017) τονίζει ότι η μουσική μπορεί να εμπνεύσει τη συλλογική συνείδηση του κόσμου και ιδιαίτερα των fandoms. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από τραγούδια διαμαρτυρίας, πολιτικά φορτισμένες παραστάσεις, ταινίες και σειρές με έντονο πολιτικό μήνυμα, συναυλίες κ.α. Τα πιο πάνω αποτελούν σημεία συγκέντρωσης

θαυμαστών, όπου και ενσωματώνεται η πολιτική συνείδηση ως κομμάτι της ταυτότητά τους. Ομοίως, ο Street (2013) υποστηρίζει ότι η μουσική συχνά λειτουργεί ως μια μορφή πολιτικής επικοινωνίας, καθώς διαμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο οι θαυμαστές ερμηνεύουν ευρύτερα κοινωνικά ζητήματα και θέτουν τις ιδεολογικές ή και ηθικές αξίες τους.

Είναι προφανές λοιπόν ότι, τα μουσικά κυρίως fandoms μπορούν να έχουν, με προϋποθέσεις, μια βαθιά διασύνδεση με την πολιτική. Οι δύο αυτοί παράγοντες φαίνεται να επηρεάζουν ο ένας τον άλλο με διάφορους τρόπους μέσω:

α) **Της επιρροής των καλλιτεχνών που ακολουθούν και θαυμάζουν οι κοινότητες.** Εάν ένας καλλιτέχνης είναι πολιτικά ευαισθητοποιημένος και ενεργός τότε η βάση θαυμαστών του (στην μεγαλύτερη πλειονότητα τους) ενδέχεται να έχει τις ίδιες απόψεις, ιδεολογίες και την ίδια ενεργό πολιτική στάση.

β) **Της κοινής ιδεολογίας που διακατέχει μια κοινότητα.** Μια κοινότητα θαυμαστών αποτελείται, κατά πάσα πιθανότητα, από άτομα με κοινές ιδεολογίες και ηθικές αξίες. Ακόμα και αν το υποκείμενο/αντικείμενο θαυμασμού τους δεν εκφράζει τις πολιτικές και ιδεολογικές του πεποιθήσεις δημόσια, τα άτομα εντός της κοινότητας μπορούν και διακατέχουν όμοιες πολιτικές πεποιθήσεις μεταξύ τους. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω των ενεργών συζητήσεων και αλληλεπιδράσεων τους στα ΜΚΔ αλλά και σε φυσικό πρόσωπο. (Fiske, 1992)

Με λίγα λόγια τα fandoms μπορούν να αποτελέσουν ένα είδος σύγχρονων πόλων πολιτικού ακτιβισμού. Όσο μεγαλύτερο πληθυσμιακά είναι ένα fandom τόσο μεγαλύτερη και η επιρροή του (Jenkins, 2006). Πολλοί καλλιτέχνες, διαφόρων μουσικών ειδών, με μεγάλη απήχηση του κοινού και πληθυσμιακά μεγάλα fandoms (όπως η Taylor Swift, ο Bob Dylan, οι Scorpios κ.α.) έχουν χρησιμοποιήσει την επιρροή τους για να υποστηρίξουν κοινωνικά ζητήματα όπως η εγγραφή ψηφοφόρων, η φυλετική δικαιοσύνη και η ισότητα των φύλων, εμπνέοντας τους θαυμαστές τους να αναλάβουν ενεργό δράση (Randall, 2017).

Μερικά παραδείγματα αυτών είναι:

- **Taylor Swift και η εκστρατεία εγγραφής ψηφοφόρων (Vote.org).**

Το 2018, η Taylor Swift χρησιμοποίησε την πλατφόρμα της στο Instagram για να δηλώσει την υποστήριξη της σε συγκεκριμένους πολιτικούς υποψηφίους κατά την διάρκεια των ενδιάμεσων εκλογών. Με τον τρόπο αυτό κατάφερε να ενθαρρύνει τους θαυμαστές της να εγγραφούν στους εκλογικούς καταλόγους. Μάλιστα, μετά την ανάρτησή της, το Vote.org ανέφερε 65.000 νέες εγγραφές (κυρίως νέων ενηλίκων που αποτελούν και την πλειονότητα των θαυμαστών της καλλιτέχνηδας) μέσα σε 24 ώρες, αποδεικνύοντας την δύναμη της επιρροής της αλλά και των ιδίων των θαυμαστών της (Brynnes, 2023)

- **Rage Against the Machine και η εκστρατεία "Prophets of Rage".**

Οι Rage Against the Machine (=Αμερικάνικο ραπ/μέταλ συγκρότημα με αριστερές καταβολές της δεκαετίας του '90) είναι γνωστοί για τη ριζοσπαστική πολιτική τους. Στις συναυλίες τους, οι οποίες κατά μέσο όρο προσέλκυαν 20,000 με 30,000 θαυμαστές, χρησιμοποιούσαν οθόνες για την προβολή μηνυμάτων περί κοινωνικής δικαιοσύνης, ενώ οργάνωσαν διάφορες εκδηλώσεις διαμαρτυρίας ενάντια στην κοινωνική ανισότητα (Giancola, 2009).

- **Bruce Springsteen και η στήριξη της εργατικής τάξης.**

Ο Bruce Springsteen(=Αμερικανός τραγουδιστής), με ένα αρκετά αφοσιωμένο και πληθυσμιακά μεγάλο κοινό, χρησιμοποίησε τη μουσική του ως μέσο υποστήριξης και υπεράσπισης των δικαιωμάτων της εργατικής τάξης. Η υποστήριξή του για τα συγκεκριμένα κοινωνικά ζητήματα ενέπνευσε και ένα μεγάλο μέρος του κοινού του να κάνει το ίδιο. Τα τραγούδια του, όπως για παράδειγμα το "Born in the USA," έχουν αποτελέσει ύμνους υπέρ της κοινωνική δικαιοσύνη (Street, 2013)

Αυτά είναι μερικά από τα πολλά παραδείγματα του πως οι πολιτικά ευαισθητοποιημένοι μουσικοί καλλιτέχνες καταφέρνουν μέσω των θαυμαστών τους να ασκήσουν πολιτική. Αποδεικνύεται ότι τα fandoms εκτός από κοινότητες με πυρήνα την ψυχαγωγία μπορεί να είναι και πολιτικά ενεργά δίκτυα, τα οποία προωθούν ή και συν διαμορφώνουν ενίοτε, τις ιδεολογίες τους και δρουν με οποιοδήποτε τρόπο τους επιτρέπεται υπέρ αυτών (Pedelty & Keefe, 2010).

### 1.5.1. ΔΙΑΔΟΣΗ ΣΚΟΤΑΔΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΚΡΑΙΩΝ ΙΔΕΟΛΟΓΙΩΝ

Η πολιτική και κοινωνική δύναμη των fandoms πέραν του θετικού της αντίκτυπου, μπορεί να έχει και αρνητικές διαστάσεις. Η δυναμική αυτών των κοινοτήτων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διάδοση σκοταδιστικών, φασιστικών και ακραίων ιδεολογιών, μετατρέποντας τους θαυμαστές σε χειραγωγούμενα υποκείμενα.

Αρχικά, η ενίσχυση των παρακοινωνικών αλληλεπιδράσεων στις διαδικτυακές κοινότητες των fandoms (Horton & Wohl, 1956), καθιστά τα μέλη πιο δεκτικά στη χειραγωγή από ομάδες ή άτομα με ακραίες ιδεολογίες. (Jenkins, 2018). Οι θεωρίες του Erikson<sup>19</sup> (1968) για την ταυτότητα, δείχνουν ότι οι νέοι αναζητώντας την αίσθηση του ανήκειν -εντός και εκτός διαδικτύου- θέτουν τους εαυτούς τους σε κίνδυνο υιοθέτησης ακραίων απόψεων από τέτοιες ομάδες και άτομα. Αποτέλεσμα των πιο πάνω είναι η υιοθέτηση επικίνδυνων ιδεών από μια μεγάλη κλίμακα ατόμων τα οποία τις παρουσιάζουν -και εν μέρη τις δικαιολογούν- ως μέρος της κουλτούρας τους. Σύμμαχος στην πιο πάνω εξέλιξη αποτελεί το διαδίκτυο όπου η ανωνυμία ενισχύει τη ρητορική μίσους και διευκολύνει την άνοδο ιδεολογιών που βασίζονται σε ελιτίστικες, φασιστικές και άλλες επικίνδυνες αρχές (Goldsmith, 2022).

Μερικά παραδείγματα των παραπάνω είναι:

-Μουσική Fashwave: Μουσική τάση που εμφανίστηκε στις δυτικές κοινωνίες κατά το μέσο της δεκαετίας του 2010, όπου προωθούνται ακραίες και φασιστικές ιδεολογίες (Fuschillo, 2016).

*Συγκεκριμένα, η fashwave τονίζει (μεταξύ άλλων) την αντίθεση στη μετανάστευση, την πεποίθηση ότι ξένοι πολιτισμοί και ιδέες εισβάλλουν και ανατρέπουν τη «Δύση», την αφήγηση μιας συνεχιζόμενης «Μεγάλης Αντικατάστασης», τη σημασία της διατήρησης της λευκής κληρονομιάς και ταυτότητας και την πεποίθηση ότι είναι απαραίτητη η «προάσπιση της δυτικής κοινωνίας μέσω της βίας. (Macnair, 2023)*

---

<sup>19</sup> Ο Erik Homburger Erikson ήταν Γερμανοαμερικανός παιδοψυχολόγος και εικαστικός καλλιτέχνης, γνωστός για τη θεωρία του σχετικά με την ψυχοκοινωνική ανάπτυξη των ανθρώπων. γεννήθηκε στις 15 Ιουνίου 1902 και απεβίωσε στις 12 Μαΐου 1994.

- National Socialist Black Metal (Εθνικοσοσιαλιστική black metal): Το National Socialist Black Metal (NSBM) εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 1990, μέσα από το ευρύτερο μουσικό κίνημα της black metal<sup>20</sup>. Απέκτησε ως μουσικό κίνημα ένα πληθυσμιακά μεγάλο και αφοσιωμένο κοινό, μέσα από τα ήδη υπάρχοντα fandoms της heavy metal μουσικής. Η NSBM, αξιοποιεί τις μουσικές φόρμες του black metal συνδέοντας το θεματικό της περιεχόμενο μεταξύ άλλων με, νεοναζιστικές ιδέες, με την άρια αρρενωπότητα, την λευκή ανωτερότητα (white supremacy) και τον ακροδεξιό εξτρεμισμό.(Buesnel, 2020)

Αυτά είναι μερικά από τα παραδείγματα όπου συγκεκριμένα είδη μουσικής χρησιμοποιήθηκαν ως εργαλεία χειραγώγησης των fandoms για την διάδοση επικίνδυνων ιδεών. Για να αντιμετωπιστεί η χειραγώγηση μέσω των fandoms, απαιτείται η προσωπική καλλιέργεια κριτικής σκέψης και η γενικότερη παιδεία στα ΜΚΔ (Gray, Sandvoss & Harrington 2017).

## 1.6. FANDOMS ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Σημαντικό είναι να αναλυθεί και ο οικονομικός αντίκτυπος των fandoms στην βιομηχανία ψυχαγωγίας (entertainment industry) (μουσική βιομηχανία, κινηματογράφος κλπ). Αρχικά όπως ήδη αναφέρθηκε, μέσω των αγορών προϊόντων που αφορούν αντικείμενα και υποκείμενα θαυμασμού (merch) τα fandoms συνεισφέρουν σημαντικά στα έσοδα των βιομηχανιών ψυχαγωγίας. Ένα παράδειγμα αποτελούν οι θαυμαστές της βρετανικής μπάντας One Direction, οι οποίοι όσο η μπάντα ήταν ακόμα ενεργή, φαίνεται να αγόραζαν συχνά αποκλειστικά αντικείμενα (ρούχα, αφίσες, αξεσουάρ, δίσκους, διακοσμητικά κ.α.). Αυτό είναι μια πρακτική που διάφορα, αν όχι όλα, fandoms ακολουθούν σε κάποιο βαθμό, με αποτέλεσμα να δημιουργείται μια κερδοφόρα αγορά για τους καλλιτέχνες, αλλά και για τις εταιρίες με τις οποίες συνεργάζονται για την παραγωγή των προϊόντων αυτών. Ακόμη, φαίνεται ότι αρκετοί θαυμαστές είναι διατεθειμένοι να καταθέσουν υψηλά ποσά για την αγορά συγκεκριμένων αντικειμένων για να δείξουν την αφοσίωση τους στον καλλιτέχνη, αλλά και για να ανεβούν ιεραρχικά εντός της κοινότητας (Wohlfeil, 2018; Hills, 2003).

Επιπλέον, η οικονομία της ψυχαγωγικής βιομηχανίας ενισχύεται μέσω της οικονομίας εκδηλώσεων (=event economy). Η οικονομία εκδηλώσεων αναφέρεται στις μεγάλες διοργανώσεις (συναυλίες, θεματικά συνέδρια, προσωπικές συναντήσεις με καλλιτέχνες [meet and greet] κ.α.) και στο πως αυτές φαίνεται να δημιουργούν έσοδα στις τοπικές οικονομίες. Αυτό γιατί τέτοιου είδους εκδηλώσεις προσελκύουν χιλιάδες θαυμαστές στις πόλεις που διοργανώνονται, με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα έσοδα ξενοδοχείων, εστιατορίων, μέσων μαζικής μεταφοράς και καταστημάτων (Booth, 2018) (Duffett, 2013). Πρόσφατο παράδειγμα αποτελεί ο οικονομικός αντίκτυπος της διεθνούς περιοδείας με τίτλο The Eras Tour, της αμερικανίδας τραγουδίστριας Taylor Swift. Το Eras Tour απέφερε σχεδόν 5 δισεκατομμύρια δολάρια σε καταναλωτικές δαπάνες μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες. «Αν η Taylor Swift ήταν οικονομία, θα ήταν μεγαλύτερη από 50 χώρες», δήλωσε ο Dan Fleetwood, Πρόεδρος της QuestionPro

---

<sup>20</sup> Η black metal είναι ένα υποείδος της heavy metal μουσικής που εμφανίστηκε κατά την δεκαετία του '80 και είναι γνωστό για τους γρήγορους ρυθμούς του, τα τσιριχτά φωνητικά, τις έντονα παραμορφωμένες κιθάρες και την ακατέργαστη παραγωγή του. Χαρακτηρίζεται από την εστίαση σε αντιχριστιανικά θέματα, τον σατανισμό, τον παγανισμό και άλλες σκοτεινές θεματολογίες.

Research and Insights<sup>21</sup>. Σε κάθε πόλη που επισκεπτόταν το Eras Tour, οι θαυμαστές υπολογίζεται ότι ξόδευαν γύρω στα 1.300-1.500 δολάρια σε προϊόντα όπως ρούχα, φαγητό, ταξιδιωτικά εισιτήρια (αεροπλάνα, τρένα, λεωφορεία) και διαμονές σε ξενοδοχεία με αποτέλεσμα να ενισχύουν τις τοπικές οικονομίες κατά εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια μέσα σε ένα μόνο Σαββατοκύριακο (Kopstein & Espada, 2023b).

Τα παραπάνω συνεισφέρουν παράλληλα στην αγορά εργασίας δημιουργώντας συνεχώς νέες ανάγκες και συνεπώς θέσεις εργασίας. Η διοργάνωση συναυλιών, εκδηλώσεων-συνεδρίων, η προώθηση προϊόντων, το ψηφιακό marketing και η δημιουργία περιεχομένου είναι μονάχα μερικοί από τους τομείς εργασίας που βρίσκονται σε συνεχή ζήτηση ανθρώπινου δυναμικού εξαιτίας των fandoms. (Lewis, 2002)

Μια ακόμη σημαντική διάσταση της οικονομικής συνεισφοράς των fandoms είναι η ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας. Η επιτυχία των πλατφόρμων streaming, όπως το Spotify, το YouTube και το Patreon, βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην αφοσίωση των fandoms, καθώς οι fans καταναλώνουν και διαδίδουν περιεχόμενο, αυξάνοντας έτσι τα κέρδη των εταιρειών αυτών (Hills, 2003). Παράλληλα, τα fandoms συμβάλλουν στην παγκοσμιοποίηση των αγορών, μέσω της προώθησης διεθνών καλλιτεχνών και προϊόντων. Για παράδειγμα η ραγδαία απόκτηση δημοτικότητας της K-pop και του anime σε πολιτισμούς εκτός της Ιαπωνίας και της Νότιας Κορέας, έχει οδηγήσει στην ενίσχυση των οικονομιών αυτών των χωρών. Αυτή η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί νέες ευκαιρίες για συνεργασίες και ανταλλαγές μεταξύ πολιτισμών, επηρεάζοντας τη διαμόρφωση όχι μόνο των δυτικών, αλλά και των παγκόσμιων αγορών ψυχαγωγίας (Booth, 2018; Wohlfeil, 2018).

---

<sup>21</sup> Το QuestionPro Research and Insights είναι μια πλατφόρμα λογισμικού που ειδικεύεται σε διαδικτυακές έρευνες και ερευνητικά εργαλεία.

## 2. ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ FANDOMS ΣΤΗΝ ΜΟΥΣΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΝΙΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ.

Η εξέταση του φαινομένου μέσω της beatlemania:

Στην συγκεκριμένη ενότητα θα αναλυθεί η επιρροή των fandoms στην μουσική βιομηχανία πριν την εμφάνιση των ΜΚΔ. Συγκεκριμένα η διερεύνηση θα γίνει μέσα από το fandom του Βρετανικού συγκροτήματος της δεκαετίας του '60 με το όνομα "The Beatles". Οι θαυμαστές του συγκροτήματος ονομάστηκαν "Beatlemaniacs" –από τον όρο "Beatlemania". Η συμβολή της Beatlemania έπαιξε σημαντικό ρόλο στην επιτυχία και την εξέλιξη όχι μόνο του συγκροτήματος, αλλά και της δυτικής μουσικής βιομηχανίας γενικότερα (Hunt, 2023).

### 2.1. ΠΟΙΟΙ ΗΤΑΝ ΟΙ BEATLES

Οι Beatles ήταν ένα αγγλικό rock<sup>22</sup> συγκρότημα της δεκαετίας του '60 από το Λίβερπουλ, αποτελούμενο από τους John Lennon, Paul McCartney, George Harrison και Ringo Starr (ως τελικά μέλη). Σύμφωνα με τον Babusiaux, το συγκρότημα κατάφερε να μεταμορφώσει τη δημοφιλή μουσική και την παγκόσμια νεανική κουλτούρα με την πρωτοφανή του επιτυχία να επηρεάζει τόσο τη μουσική όσο και την κοινωνία (Babusiaux, 2018).

### 2.2. ΠΩΣ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ ΑΠΕΚΤΗΣΑΝ ΤΟΣΗ ΦΗΜΗ

Οι Beatles, μετά την παραμονή τους για κάποιο χρονικό διάστημα στο Αμβούργο το 1960, επέστρεψαν στο Liverpool και ξεκίνησαν να εμφανίζονται τακτικά στο Cavern Club με αποτέλεσμα να αποκτήσουν και εκεί μια σταθερή και μεγάλη βάση θαυμαστών. Η φήμη που γνώρισαν στην Μεγάλη Βρετανία εξελίχθηκε γρήγορα και σε παγκόσμια κλίμακα. Σύμφωνα με τον Blaney (2008), αυτό ήταν αποτέλεσμα ενός συνδυασμού α) μουσικής καινοτομίας β) πολιτιστικού αντίκτυπου και γ) στρατηγικής καλλιτεχνικής διεύθυνσης.

Η μεγάλη τους ευκαιρία ήρθε το 1962, όταν ο παραγωγός George Martin τους προσέλαβε σαν μπάντα στην δισκογραφική του εταιρεία Parlophone Records μετά από την ακρόαση που τους εξασφάλισε ο μάνατζερ τους Brian Epstein. Λίγο αργότερα, ο Ringo Starr αντικατέστησε τον αρχικό ντράμερ, Pete Best, –του οποίου τη θέση αναλάμβανε στο παρελθόν ως αναπληρωματικός – και έτσι η μπάντα πήρε την τελική της μορφή. Ο Martin βοήθησε στο να βελτιωθεί περαιτέρω η μουσική του συγκροτήματος, ενσωματώνοντας εξελιγμένες τεχνικές παραγωγής στο στούντιο, κάτι που τους ξεχώρισε από άλλα συγκροτήματα της εποχής (Collins, 2020).

Η ιδιαιτερότητα της μουσικής τους σε συνδυασμό με τις καινοτόμες τεχνικές ηχογράφησης ήταν ο κύριος λόγος που η μουσική τους προσέελκυσε τόσο μεγάλο κοινό (Fielder, 2022).

---

<sup>22</sup> Σήμερα θεωρείται rock συγκρότημα αλλά τότε η μουσική βιομηχανία τους κατέταξε στην κατηγορία της pop καθώς η διαφορά μεταξύ pop και rock μουσικής δεν υπήρχε όταν οι Beatles ξεκίνησαν να αποκτούν φήμη.

Το πρώτο τους single *Love Me Do* κυκλοφόρησε το 1962 και αποτέλεσε σημείο έναρξης της μανίας του κοινού με το συγκρότημα, η οποία ονομάστηκε “Beatlemania” και εξαπλώθηκε ραγδαία και εκτός του Ηνωμένου Βασιλείου. Την επόμενη χρονιά, ηχογράφησαν το *Please Please Me*, το οποίο ολοκληρώθηκε σε μία μόνο ημέρα και σημείωσε μεγάλη επιτυχία στο Ηνωμένο Βασίλειο (Berman, 2008).

Το σημείο καμπής στη διεθνή επιτυχία τους ήταν η εμφάνισή τους στο *The Ed Sullivan Show* τον Φεβρουάριο του 1964, η οποία τους σύστησε σε εκατομμύρια Αμερικανούς τηλεθεατές. Αυτό, πυροδότησε ένα κύμα «υστερίας» του Αμερικάνικου κοινού με αυξημένες πωλήσεις δίσκων, εδραιώνοντας την κυριαρχία τους στην αμερικανική μουσική αγορά (Kelly, 2024).

Σύμφωνα με την Feldman-Barrett (2021), βασικά κριτήρια της επιτυχίας του συγκροτήματος πέραν της μουσικής τους αποτέλεσαν μεταξύ άλλων:

- α) η ικανότητα τους να συνδέονται με το κοινό τους μέσω του χιούμορ τους
- β) η σκηνική τους παρουσία σε συνδυασμό με την εμφάνιση και την γοητεία τους
- γ) η απήχηση που είχαν στις μάζες λόγω του παρελθόντος τους ως μέλη της εργατικής τάξης

Ακόμη, σε αντίθεση με πολλούς προηγούμενους αστέρες της μουσικής σκηνής, είχαν έναν ιδιαίτερο και προσιτό τρόπο προσέγγισης των θαυμαστών τους, ενώ πολλές φορές αλληλεπιδρούσαν άμεσα μαζί τους μέσω των μέσων ενημέρωσης της εποχής.

Παρά την επιτυχία τους, οι εντάσεις στο συγκρότημα αυξήθηκαν, οδηγώντας στην επίσημη διάλυσή τους το 1974, μετά την κυκλοφορία του *Let It Be*. Ωστόσο, η κληρονομιά τους παραμένει ζωντανή. Με περισσότερες από δύο δεκατομμύρια πωλήσεις δίσκων, οι Beatles παραμένουν το πιο επιτυχημένο συγκρότημα όλων των εποχών. Η επίδρασή τους στη μουσική, τον πολιτισμό και τις τεχνικές ηχογράφησης συνεχίζει να εμπνέει ή και να αφορά, καλλιτέχνες και κοινό παγκοσμίως (Babusiaux, 2018).

### 2.2.1. ΜΙΑ ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΑ ΜΟΥΣΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΩΝ BEATLES

Η ζωή και η καριέρα των Beatles διαχωρίζεται σε τέσσερις βασικές περιόδους οι οποίες επηρέασαν μεταξύ άλλων, την καλλιτεχνική τους εξέλιξη, την χημεία τους, τον χαρακτήρα τους και την επιρροή τους στο κοινό. Οι περίοδοι αυτές χωρίζονται σε:

- Τα πρώιμα χρόνια
- Οι περιοδείες (Beatlemania)
- Περίοδος μουσικού πειραματισμού
- Ύστερη περίοδος και οι σόλο καριέρες.

Η περίοδος των πρώιμων χρόνων παρουσιάστηκε ήδη στις προηγούμενες υποενότητες. Η περίοδος περιοδείας των Beatles ήταν αυτή όπου είχε σημειωθεί η έξαρση του φαινομένου ‘Beatlemania’. Κατά την διάρκεια αυτής της περιόδου ήρθαν οι πρώτες μουσικές επιτυχίες της μπάντας στα διεθνή αλλά και παγκόσμια charts και μαζί η αναγνώριση του κόσμου. Μετά την πρώτη τους εμφάνιση στην Αμερική (The Ed

Sullivan show) η «υστερία» των θαυμαστών από όλο τον κόσμο κυριάρχησε και η μπάντα αποτελούσε πλέον όχι μόνο μουσικό αλλά και κοινωνικό φαινόμενο, επηρεάζοντας τις τάσεις της μόδας και τις συμπεριφορές των νέων (Feeney, 2010).

Κατά την περίοδο αυτή η μπάντα ξεκίνησε τις μουσικές περιοδείες σε όλο τον κόσμο καταρρίπτοντας διάφορα ρεκόρ σε πωλήσεις και μεγέθη ακροατηρίων. Μαζί με τις περιοδείες αυξανόταν και η υστερία του fandom των Beatles, με ορισμένους θαυμαστές να τους ακολουθούν σε κάθε πόλη, με τους δημοσιογράφους και τους παπαράτσι να τους «κυνηγάνε» για μια φωτογραφία ή μια απλή είδηση. Η ζωή τους πλέον δεν ήταν αυτή των νέων αγοριών που έπαιζαν σε μικρές pub και μουσικές σκηνές αλλά ήταν μια ζωή διασημότητας, πλούτου και επιτυχίας. (Womack, 2022)

Η συνεχώς αυξανόμενη υστερία όμως είχε φτάσει στο σημείο να κουράσει την μπάντα με αποτέλεσμα, το 1966 να σταματήσουν τις περιοδείες και τις μουσικές εμφανίσεις για να αφοσιωθούν περισσότερο στην μουσική παραγωγή, στον πειραματισμό με νέους ήχους και στην καλλιτεχνική τους εξέλιξη (Steffen, 1985).

Μερικά παραδείγματα τραγουδιών αυτής της περιόδου είναι:

- Taxman: Το πρώτο τραγούδι διαμαρτυρίας των Beatles, που επικρίνει τους υψηλούς φόρους της δεκαετίας του 1960.
- Eleanor Rigby: Μια μπαλάντα για δύο μοναχικούς ανθρώπους που βρίσκουν ο ένας τον άλλο πολύ αργά. Συχνά αναλύεται ως ποίημα σε μαθήματα αγγλικών γυμνασίου στο Ηνωμένο Βασίλειο.
- For No One: Ένα τραγούδι για μια σχέση που ξεθωριάζει, όπου ο ένας προσπαθεί να τη σώσει ενώ ο άλλος είναι συναισθηματικά αποστασιοποιημένος.
- She Said She Said: Ένα ψυχεδελικό κομμάτι εμπνευσμένο από μια εμπειρία παραλίγο θανάτου, που αφηγήθηκε ο Peter Fonda στην μπάντα, υπό την επήρεια LSD.
- Doctor Robert: Ένα τραγούδι με διάφορες ερμηνείες. Συχνά όμως, συνδέεται με έναν άνθρωπο που παρείχε ναρκωτικά. Ο Lennon μάλιστα είπε ότι ήταν γραμμένο για αυτόν καθώς ήταν ο “Doctor Robert” της μπάντας αφού αυτός είχε στην κατοχή του πάντα όλα τα «χάπια».
- Tomorrow Never Knows: Ένα πρωτοποριακό ψυχεδελικό τραγούδι εμπνευσμένο από το The Psychedelic Experience: A Manual Based on the Tibetan Book of the Dead<sup>23</sup>, με στίχους όπως «Απενεργοποίησε το μυαλό σου, χαλάρωσε και επέπλευσε στο ρέμα» και «Άκου το χρώμα των ονείρων σου».

Η κυκλοφορία του άλμπουμ “Revolver” ήταν και η οριστική παύση των ζωντανών εμφανίσεων της μπάντας το 1966, κάτι το οποίο δεν αποτέλεσε και τόσο μεγάλη έκπληξη καθώς το συγκεκριμένο άλμπουμ ήταν γεμάτο με τραγούδια που δεν μπορούσαν να παιχτούν ζωντανά, κυρίως λόγω τεχνικών ζητημάτων και του, έως έναν βαθμό, πειραματικού του χαρακτήρα. Αυτό, φάνηκε να είναι τότε και η κύρια

---

<sup>23</sup> Το The Psychedelic Experience: A Manual Based on The Tibetan Book of the Dead είναι ένα βιβλίο του 1964 σχετικά με τη χρήση ψυχεδελικών ναρκωτικών που συντάχθηκε από τους Timothy Leary, Ralph Metzner και Richard Alper

επικέντρωση της μπάντας, η παραγωγή δηλαδή τραγουδιών που δεν είχαν ως κύριο σκοπό την ζωντανή εκτέλεση αλλά την ηχητική καινοτομία. Κάτι ακόμα που χαρακτήριζε αυτή την μουσική περίοδο της μπάντας ήταν ο συνδυασμός της ψυχεδελικής rock με το σλόγκαν “flower power”<sup>24</sup>, μια ιδιαίτερη ζευγοποίηση «σκοτεινού» πειραματισμού και χρώματος που αποτέλεσε και βασικό χαρακτηριστικό της μπάντας εκείνη την εποχή, όχι μόνο στην μουσική αλλά και στην εμφάνιση τους.

Το “White Album” του 1968 ήταν και η τελευταία πειραματική ηχογράφηση στο στούντιο της μπάντας πριν επιστρέψουν στις rock ρίζες τους με τις τελευταίες δύο ηχογραφήσεις (το “Let it be” και το “Abbey Road”). (Babusiaux, 2018).

Η τελευταία φάση της μπάντας ξεκίνησε κάπου το 1969 όταν για διάφορους λόγους ξεκίνησαν να υπάρχουν διαπροσωπικές διαμάχες και διαφωνίες, με μερικά μέλη να φεύγουν για μικρά διαστήματα και να επιστρέφουν έπειτα στην μπάντα (συγκεκριμένα ο G.Harrison και ο R.Starr). Μετά από προσπάθειες του McCartney, η μπάντα αποφάσισε να αφήσει στην άκρη όλες τις διαμάχες και να ηχογραφήσει ένα τελευταίο άλμπουμ το *Abbey Road*.

Ο Philip Norman στο βιβλίο του για τους Beatles με τίτλο ‘SHOUT!’ γράφει για το *Abbey Road*:

*Το Abbey Road ήταν ο John Lennon στα καλύτερά του, ο Paul McCartney στα καλύτερά του και ο George Harrison που έφτασε ξαφνικά σε ένα καλύτερο που κανείς δεν είχε ποτέ φανταστεί. Ήταν η αναρχία του Τζον, ως ευθύς και εκλεπτυσμένος. Ήταν ο συναισθηματισμός του Paul. Ήταν η νέα, εντελώς εκπληκτική παρουσία του George, αντλώντας τα καλύτερα και από τις δύο πηγές. Ήταν μια σουίτα από ένδοξα νέα τραγούδια, που δεν αντιμάχονταν εσωτερικά όπως στο White Album, αλλά συνδύαζαν τις ασυμβίβαστα διαφορετικές απόψεις τους σε ένα συνεκτικό και ισορροπημένο σύνολο και ερμηνεύτηκαν με την αυστηρότητα και την τεχνικότητα που αναζητούσαν τόσο καιρό. Ήταν η στιγμή, που πιάστηκε ξανά και αποκρυσταλλώθηκε, ακόμη και στη ροή μιας δεκαετίας που έληγε.[...] Ήταν το Λονδίνο εδώ και τώρα, και το Λίβερπουλ τότε, και οι Beatles, άχρονοι και διαχρονικοί σε μια ξαφνική, ιδιότροπη ψευδαίσθηση τέλει αρμονίας.*

Η κυκλοφορία του *Abbey Road* σήμανε και το σταδιακό αλλά οριστικό τέλος της μπάντας. Ο Lennon ανακοίνωσε τον Σεπτέμβρη της ίδιας χρονιάς ότι θα φύγει από την μπάντα αλλά υποσχέθηκε να το κρατήσει μυστικό έως ότου διευθετηθούν μερικά οικονομικά και νομικά ζητήματα. Τα άλλα μέλη της μπάντας σε εκείνο το χρονικό διάστημα ενώ νομικά ήταν ακόμα μαζί έως το 1974 που ήταν η χρονιά της δημόσιας ανακοίνωσης ότι η μπάντα «διαλύθηκε», ακολούθησαν ο καθένας τον δικό του δρόμο ηχογραφώντας τους δικούς τους δίσκους και ζώντας την ζωή τους ως πλέον μονάδες και όχι ως μέλη μιας μουσικής μπάντας (Fielder, 2022).

---

<sup>24</sup> Η δύναμη των λουλουδιών ήταν ένα σύνθημα που χρησιμοποιήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1960 και στις αρχές της δεκαετίας του 1970 ως σύμβολο παθητικής αντίστασης χωρίς χρήση βίας. Έχει τις ρίζες του στο κίνημα της αντιπολίτευσης στον πόλεμο του Βιετνάμ.

### 2.3. BEATLEMANIA: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΩΝ BEATLES ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟ FANDOM ΤΟΥΣ

Το fandom των Beatles αποτέλεσε την πρώτη οργανωμένη και συνεχώς αυξανόμενη κοινότητα θαυμαστών μιας μπάντας στην βιομηχανία της pop μουσικής. Σύμφωνα με τον Hunt (2023), (για περίπου τρία χρόνια: Ιανουάριος του 1964 έως το φθινόπωρο 1966), οι δημόσιες εκφράσεις ενθουσιασμού της Beatlemania για τους Beatles, αναδείχθηκαν ως το παράδειγμα θαυμαστών με την μεγαλύτερη επιρροή σε τομείς πέραν και της μουσικής στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η άνοδος και η απήχηση που είχαν στο κοινό μπορεί να εξηγηθεί με πολλά παραδείγματα. Ήταν διαφορετικοί από όλους τους άλλους αστέρες της μουσικής βιομηχανίας. Δεν ήταν μόνο η μουσική τους που διέφερε αλλά και το στυλ τους καθώς και οι προσωπικότητές τους. Αρχικά, για πρώτη φορά μια μπάντα γινόταν τόσο γνωστή δίνοντας την ευκαιρία στους θαυμαστές να «διαλέξουν» το αγαπημένο τους μέλος ανάλογα με την προσωπικότητα, τον χαρακτήρα ή και την εξωτερική εμφάνιση του. (Howlett, 2015).

Ακόμη, ήταν οι πρώτες διασημότητες που προωθούσαν μια πιο θηλυκή αρρενωπότητα. Την συγκεκριμένη εποχή, ιδιαίτερα στην Αμερική, το ανδρικό πρότυπο ήταν οι γυμνασμένοι αθλητές που όμως υστερούσαν σε παραμέτρους όπως η επαφή με το συναίσθημα. Οπότε, δεν ήταν δύσκολο για το κυρίως θηλυκό κοινό των Beatles, να τους αγαπήσει για την πιο θηλυκή και ευαίσθητη προσέγγιση που είχαν με τα κουρέματα και την ένδυση τους. Αυτό σε συνδυασμό με τις πρώτες μουσικές επιτυχίες τους, που ήταν κυρίως ρομαντικού περιεχομένου, τους κατέστησε γρήγορα ως το νέο αρσενικό πρότυπο για σχεδόν όλο τον γυναικείο πληθυσμό της Αμερικής και της Αγγλίας (Mäkelä, 2004)

Το πιο πάνω παράδειγμα, μεταξύ άλλων, αποδεικνύει ότι η πολυπαραμετρική μελέτη της Beatlemania είναι σημαντική για την κατανόηση όχι μόνο του πώς λειτουργούσαν τα fandoms σε μια εποχή χωρίς τα ΜΚΔ, αλλά και για την ίδια την κατανόηση των Beatles ως προς την μουσική, τον χαρακτήρα και την εξέλιξη τους καθώς και ως προς τον μουσικό, κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό αντίκτυπο τους στην μουσική βιομηχανία. (Gould, 2007)

#### 2.3.1. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ BEATLEMANIA

Η έρευνα σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία της Beatlemania στηρίχθηκε στις αναλύσεις των *Guillaume Vieira* στην σελίδα της Chart Masters και του συγγραφέα και ιστορικού των Beatles, *Keneth Womack*. Διευκρινίζεται πως οι έρευνες αφορούν ελάχιστα τα δημογραφικά στοιχεία του τότε, καθώς δεν υπάρχουν επαρκείς πληροφορίες για τα δεδομένα εκείνης της δεκαετίας. Οι έρευνες παρέχουν πιο σύγχρονα στοιχεία. Μόνο η έρευνα του ιστορικού *Keneth Womack* αγγίζει ως ένα βαθμό τα δεδομένα από την εποχή εξέλιξης της Beatlemania.

Μέσα από την ανάλυση του Chart Masters (2023) επιχειρείται να δοθεί μια αποτίμηση της βάσης των θαυμαστών των Beatles σε παγκόσμια κλίμακα. Η ανάλυση αυτή στηρίχθηκε σε μια συλλογή δεδομένων από την πλατφόρμα του YouTube, συγκρίνοντας τη δημοτικότητα της μπάντας σε διάφορες χώρες σε σχέση με άλλους

καλλιτέχνες. Για τον λόγο αυτό τα δεδομένα που συλλέχθηκαν καλύπτουν ένα χρονικό διάστημα μεταξύ της πρώτης κυκλοφορίας του συγκροτήματος στην πλατφόρμα, από το 2009 μέχρι και σήμερα.

<b>Κατηγορία</b>	<b>Πληροφορίες</b>
<b>Παγκόσμια Δημοτικότητα</b>	<p>Οι Beatles έχουν παγκόσμια απήχηση, με ιδιαίτερη δημοτικότητα στην Ιαπωνία, όπου καταγράφεται το 3,55% των παγκόσμιων streams τους, ποσοστό 247% υψηλότερο από τον μέσο όρο των καλλιτεχνών.</p> <p>Άλλες χώρες:</p> <p><b>ΗΠΑ, Καναδάς, Μεξικό:</b> Πολύ υψηλή δημοτικότητα.</p> <p><b>Λατινική Αμερική:</b> Αργεντινή, Χιλή, Ουρουγουάη, Παραγουάη, Περού, Βραζιλία, Βολιβία – όλες ισχυρές αγορές για το συγκρότημα.</p> <p><b>Ευρώπη:</b> Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Ιρλανδία, Γαλλία, Ιταλία – παραμένουν ισχυρές αγορές.</p>
<b>Ηλικιακή Κατανομή</b>	Δεν παρέχονται συγκεκριμένα δεδομένα ηλικιακής κατανομής.
<b>Φύλο</b>	Δεν παρέχονται συγκεκριμένα δεδομένα φύλου.

Μέσα από το άρθρο στο περιοδικό των TIMES, του ιστορικού και συγγραφέα των Beatles, Keneth Womack, προέκυψαν τα εξής στοιχεία:

<b>Κατηγορία</b>	<b>Πληροφορίες</b>
<b>Ηλικιακή Κατανομή</b>	Αρχικά, οι Beatles απευθύνονταν κυρίως σε νεαρό κοινό, αλλά με την πάροδο του χρόνου και την εξέλιξη της μουσικής τους, απέκτησαν απήχηση σε όλες τις γενιές, προσελκύοντας ακροατές όλων των ηλικιών.
<b>Φύλο</b>	Αρχικά η βάση του fandom αποτελείτο από έφηβες και νεαρές γυναίκες. <b>Σύγχρονη κατανομή:</b> Δεν υπάρχουν συγκεκριμένα ποσοτικά δεδομένα, αλλά φαίνεται να υπάρχει φυλετική ισορροπία μεταγενέστερα.
<b>Άλλα Στοιχεία</b>	Η μουσική των Beatles συνεχίζει να προσελκύει ακροατές μέσω πλατφόρμων όπως το Spotify, υποδεικνύοντας τη διαχρονική τους απήχηση

### 2.3.2. ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΘΑΥΜΑΣΤΩΝ ΤΩΝ BEATLES

Αυτό που χαρακτήριζε το φαινόμενο Beatlemania ήταν οι δημιουργικοί τρόποι με τους οποίους οι θαυμαστές του συγκροτήματος εξέφραζαν τον θαυμασμό τους. Οι πρακτικές των θαυμαστών των Beatles επηρέασαν μεταγενέστερα την σύγχρονη κουλτούρα των θαυμαστών στους περισσότερους, αν όχι όλους, τομείς. Σημαντικό ρόλο στην προώθηση και διοχέτευση του θαυμασμού για το συγκρότημα έπαιξαν τα fan clubs του συγκροτήματος τα οποία εξαπλώνονταν ραγδαία σε όλες τις πόλεις της Αμερικής, της Αγγλίας αλλά και σε άλλα μέρη του κόσμου. Μερικά παραδείγματα αναγράφονται στο βιβλίο του *Andrew Hunt* με τίτλο “Beatlemania in America”:

-Η ιδρύτρια του fan club των Beatles στο Long Beach της California δήλωσε: «Θα φορέσουμε τις περούκες, τα πουκάμισα και τα μαύρα κάπρι των Beatles και μετά θα βαδίσουμε με τις φωσφορίζουσες πινακίδες μας στο κέντρο του Long Beach και μόνη μου, αν χρειαστεί, θα πάω στο Hollywood για να βρω νέα μέλη (=εννοώντας ότι θα προσπαθήσει να βρει θαυμαστές να ενταχθούν στο fan club (Hunt, 2023).

-Η δεκατετράχρονη Cindy Green μαθήτρια στην ένατη τάξη του δημοτικού από την Tampa της Florida, ίδρυσε το πρώτο fan club των Beatles της πόλης της, το οποίο απέκτησε γρήγορα πολλά μέλη με το κόστος συμμετοχής να ανέρχεται στα 0,5 σεντς (Hunt, 2023).

- Ομοίως, το Quad Cities Beatles Fan Club - αποτελούμενο από μέλη από το Davenport, Bettendorf, Rock Island, Moline και East Moline - διευθυνόταν από την εντεκάχρονη Nancy Hatfield. Οι (δια ζώσης) συνεδριάσεις ήταν τακτικές και είχαν ως κύριο πυρήνα συζήτησης την ένταξη νέων μελών, την αναζήτηση δωρεών και την δημιουργία αξεσουάρ όπως κονκάρδες που έγραφαν: «Είμαι θαυμαστής των Beatles των Quad Cities». Ακόμη διοργάνωναν ένα είδος bazaar με διάφορα εδέσματα και εθελοντικά πλυσίματα αυτοκινήτων για να συγκεντρώσουν χρηματικό κεφάλαιο με στόχο την δημιουργία κεντρικών γραφείων συναντήσεων του συλλόγου, καθώς η συνάντηση στα σπίτια γινόταν άβολη για τους γονείς (Hunt, 2023).

- Οι αδελφές Joanne και Betsy Percoski από το Somers του Κονέκτικατ, δημοσίευσαν το δικό τους fan zine (fan magazine), με τίτλο Beatles Unlimited, με τη βοήθεια του Enfield Beatles Fan Club. Συμμετείχαν σε συναντήσεις προσωπικού και διένειμαν το περιοδικό μέσω μαζικών αποστολών (Hunt, 2023).

Ο ενθουσιασμός των θαυμαστών των Beatles ήταν έκδηλος στις καθημερινές τους ενέργειες. Ο *Garry Berman* στο βιβλίο του “OMG We are going to see the Beatles” καταγράφει μέσα από συνεντεύξεις με τους πρώτους θαυμαστές των Beatles, μαρτυρίες και πληροφορίες για το πώς ήταν να είσαι θαυμαστής της μπάντας εκείνη την εποχή. Μέσα από αυτό το βιβλίο υπάρχουν πολλά χρήσιμα στοιχεία για τις πρακτικές και τον χαρακτήρα του fandom. Για παράδειγμα:

-Ο Harold Montgomery δήλωσε ότι μετά την εμφάνιση των Beatles στο The Ed Sullivan Show, κάθε άτομο στο σχολικό του λεωφορείο κουβαλούσε το δισκάκι 45 στροφών του *I Want to Hold Your Hand*, καθιστώντας το ένα πολιτιστικό σήμα τιμής.

-Η Maggie Welch και οι φίλοι της εξιστορούν το πώς άντεξαν να περιμένουν στην ουρά στο χιόνι για να αγοράσουν εισιτήρια για τη συναυλία των Beatles *Red Rocks*, τραγουδώντας και γελώντας με άλλους θαυμαστές.

- Η Barbara Allen και οι φίλοι της πήγαν τη δημιουργικότητά τους ένα βήμα παραπέρα γράφοντας και εικονογραφώντας ένα μυθιστόρημα με θέμα τους Beatles, το οποίο προσπάθησαν να παραδώσουν στο γραφείο του Murray the K στη Νέα Υόρκη, ελπίζοντας ότι θα έφτανε στο συγκρότημα .

-Η Paula Myers και η αδερφή της έφεραν ακόμη και μια γλυπτή προτομή του Paul McCartney στο ξενοδοχείο των Beatles, αν και είναι απίθανο ο ίδιος να έλαβε το δώρο.

- Ο Dail Ford περιέγραψε τη χαοτική σκηνή σε μια συναυλία των Beatles, όπου οι θαυμαστές ούρλιαζαν ασταμάτητα, στέκονταν σε καρέκλες και χρησιμοποιούσαν κάμερες με φλας για να απαθανατίσουν τη στιγμή. Η έλλειψη ελέγχου του πλήθους έκανε την εμπειρία τόσο συναρπαστική όσο και συντριπτική .

Με βάση τα παραπάνω αλλά και με βάση ευρήματα από διάφορες έρευνες, μπορούν να θεωρηθούν ως κύριες -μεταξύ άλλων- πρακτικές των θαυμαστών της μπάντας τα παρακάτω:

- **Παρακολούθηση συναυλιών και μαζική υστερία:** Αυτό που καθόρισε περισσότερο το φαινόμενο ήταν η υστερία του πλήθους στις συναυλίες των Beatles. Οι θαυμαστές και ιδιαίτερα οι νεότερες γυναίκες, φώναζαν ανεξέλεγκτα και μερικοί ακόμη λιποθυμούσαν όταν αντίκριζαν το συγκρότημα. Τέτοιες ακραίες συμπεριφορές ήταν πρωτόγνωρες για την ιστορία της μουσικής βιομηχανίας ενώ η μπάντα είχε δηλώσει ότι πολλές φορές δυσκολευόντουσαν να ακούσουν τους εαυτούς τους να παίζουν από την ένταση των ουρλιαχτών (Womack, 2016).
- **Μαζικές συγκεντρώσεις:** Οι θαυμαστές του συγκροτήματος όταν μάθαιναν για την άφιξη του σε κάποιο συγκεκριμένο μέρος, μαζευόντουσαν ταχύτατα με την ελπίδα να τους αντικρίσουν έστω και από χιλιόμετρα μακριά ή απλώς για να παρευρεθούν στον ίδιο χώρο με αυτούς. Παράδειγμα αυτού αποτελεί η μάζωξη περισσότερων από 3000 θαυμαστών στο αεροδρόμιο JFK της Νέας Υόρκης κατά την άφιξη της μπάντας για την πρώτη τους περιοδεία στις ΗΠΑ το 1964 (Hunt, 2023). Όμως τέτοιες μαζικές συγκεντρώσεις αποτελούσαν και μεγάλο κίνδυνο ασφαλείας τόσο του συγκροτήματος όσο και των πολιτών που μπορεί να βρίσκονταν στην περιοχή με τις αρχές να αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες στον έλεγχο και την διάλυση τους (Collins, 2020).
- **Δημιουργία fan clubs σε όλο τον κόσμο και περιοδικά:** Η δημιουργία και η συμμετοχή στα επίσημα fan clubs έδινε την δυνατότητα στους πιο αφοσιωμένους θαυμαστές να έχουν πρόσβαση σε αποκλειστικά προϊόντα, ειδήσεις και προσκλήσεις σε διάφορες διοργανώσεις. (Reilly, 2020) Τα περιοδικά που δημοσίευαν οι ίδιοι οι θαυμαστές έδιναν την δυνατότητα στο fandom να μοιράζεται διάφορα νέα, φωτογραφίες και απόψεις για την μπάντα (Mills, 2019). Ένα αρκετά διάσημο περιοδικό της εποχής ήταν το Beatles Monthly που με αντάλλαγμα ένα μικρό κόστος ο κάθε θαυμαστής μπορούσε να έχει πρόσβαση σε αποκλειστικές φωτογραφίες, συνεντεύξεις και νέα της μπάντας από την ίδια την μπάντα.

- **Συλλεκτικά προϊόντα και merchandise:** Η εμπορική απήχηση των Beatles οδήγησε σε μια έκρηξη επώνυμων προϊόντων όπως, κούκλες, κουτιά γεύματος, περούκες, επιτραπέζια παιχνίδια κ.α. (Blaney, 2008). Οι θαυμαστές αγόραζαν με ανυπομονησία αυτά τα αντικείμενα, καθώς έτσι ένιωθαν πιο «πιστοί» στο συγκρότημα και ανέβαιναν στην ιεραρχία του fandom. Ακόμη με αυτή την πρακτική συνέβαλαν στον οικονομικό αντίκτυπο του συγκροτήματος (Kelly, 2024).
- **Γράμματα και προσφορές δώρων:** Πολλοί θαυμαστές, με την ελπίδα να γνωρίσουν ή έστω να επικοινωνήσουν με την μπάντα, έγραφαν γράμματα και τα έστελναν σε αυτούς, ενώ πολλές φορές τους έστελναν και διάφορα δώρα όπως ποικίλες χειροποίητες κατασκευές (Feeney, 2010). Ο όγκος αλληλογραφίας που δεχόταν η μπάντα ήταν τεράστιος με αποτέλεσμα να μην μπορούν να ανταποκριθούν στα γράμματα. Όμως είχαν διάφορους άλλους τρόπους (οι οποίοι θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο) με τους οποίους συναναστρέφονταν με το κοινό τους για να τους δείξουν την αγάπη και την εκτίμηση τους (Norman, 2011).
- **Μίμηση της μπάντας ως προς την ενδυμασία και το κούρεμα:** Οι θαυμαστές της μπάντας συχνά μιμούνταν τις στιλιστικές επιλογές των Beatles, και ιδιαίτερα τα κουρέματα και την ενδυμασία τους (Asher, 2019). Αυτή η τάση κατέληξε να επηρεάζει την κουλτούρα της νεολαίας διαμορφώνοντας τη μόδα της δεκαετίας του 1960 παγκοσμίως (Felder, 2022).
- **Κινηματογράφος:** Οι θαυμαστές μαζεύονταν στους κινηματογράφους για να παρακολουθήσουν τις ταινίες των Beatles, όπως το *A Hard Day's Night* (1964) και το *Help!* (1965), ενισχύοντας περαιτέρω την πολιτιστική παρουσία της μπάντας αλλά και των ιδίων (Babusiaux, 2018). Οι ταινίες αποτέλεσαν έναν εναλλακτικό τρόπο διασύνδεσης με το συγκρότημα, πέραν των ζωντανών τους εμφανίσεων (Gould, 2007).
- **Ανάλυση και θεωρητική επεξεργασία των τραγουδιών της μπάντας:** Μερικοί θαυμαστές συμμετείχαν σε συζητήσεις διανοητικού επιπέδου σχετικά με τη μουσική των Beatles, αναλύοντας στίχους και μελωδίες για να αποκαλύψουν κρυμμένα νοήματα (Smith, 2014).

Οι πρακτικές των θαυμαστών των Beatles φαίνεται να έθεσαν τα θεμέλια και για μεταγενέστερα fandoms, κάτι το οποίο θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο. Σημαντικό είναι να κατανοηθούν όλες οι πτυχές με τις οποίες η Beatlemania επηρέασε όχι μόνο την ίδια την μπάντα, αλλά και την λειτουργία της μουσικής βιομηχανίας σε κάθε της παράμετρο.

### 2.3.3. Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΗΣ BEATLEMANIA

Η φήμη των Beatles σε συνδυασμό με την αγάπη των θαυμαστών τους, φαίνεται να έφερε την επανάσταση σε όλους τους τομείς της μουσικής βιομηχανίας αλλά και σε άλλους αλληλένδετους τομείς όπως η οικονομία και η πολιτική. Όσον αφορά την οικονομία, η επιρροή του συγκροτήματος φάνηκε τόσο στην δισκογραφική τους καριέρα όσο και στην πόλη καταγωγής τους το Liverpool.

Το οικονομικό κλίμα:

Σύμμαχος στην οικονομική τους επιρροή και εξέλιξη ήταν και οι συγκυρίες της εποχής όπου οι οικονομίες σε Ευρώπη, Αμερική και Ιαπωνία κυρίως, σημείωσαν σημαντική άνθηση μετά τον Β'ΠΠ. Η αγορά εργασίας των νέων βρισκόταν σε συνεχή αύξηση με όλο και περισσότερους νέους να έχουν από πολύ νεαρές ηλικίες (15-16) ένα σταθερό εισόδημα. Αυτά συνέτειναν προς ένα θετικό οικονομικό κλίμα για την άνθηση των τεχνών και της μουσικής, κάτι το οποίο η μπάντα εκμεταλλεύτηκε στον μέγιστο ίσως βαθμό. Παράλληλα, οι θαυμαστές τους υπό αυτές τις οικονομικές συνθήκες τροφοδοτούσαν με το εισόδημά τους αγορές προϊόντων, εισιτηρίων συναυλιών, εισφορών κ.α.(Staley, 2020)

Οι κύριοι τομείς στους οποίους συνέβαλαν οικονομικά οι θαυμαστές των Beatles ήταν οι εξής:

**Μουσική Βιομηχανία:** Η επανάσταση που έφερε το συγκρότημα με το στυλ και την μουσική τους οδήγησε σε μια οικονομική άνθηση της μουσικής βιομηχανίας με τις πωλήσεις σε δίσκους, προϊόντα και εισιτήρια για συναυλίες να αποφέρουν τεράστια ποσά. Ακόμη, οι μουσικές τους επιτυχίες στα charts προσπόριζαν σημαντικά έσοδα στην δισκογραφική τους εταιρεία (Babusiaux, 2018).

**Τουρισμός:** Με την άνοδο της Beatlemania ο τουρισμός στο Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκε σημαντικά και ιδιαίτερα το Liverpool που είναι και η γενέτειρα του συγκροτήματος. Συγκεκριμένα, θαυμαστές από όλο τον κόσμο, μέχρι και σήμερα, επισκέπτονται το Liverpool για να γνωρίσουν από κοντά την πόλη του αγαπημένου τους συγκροτήματος με αξιοθέατα όπως τον δρόμο Penny Lane (όπου η μπάντα έχει τραγουδί με τον ομώνυμο τίτλο) και το Strawberry Field ορφανοτροφείο (από το οποίο πήρε τον τίτλο ένα άλλο τραγουδί της μπάντας). Η παγκόσμια φήμη των Beatles μετέτρεψε το Liverpool σε ένα πολιτιστικό κέντρο τουρισμού με αξιοθέατα όπως το μουσείο των Beatles και τα ετήσια φεστιβάλ *Beatles week* τα οποία αποφέρουν σημαντικά έσοδα στην πόλη (Du Noyer, 2002).

**Αγορά αγαθών:** Οι Beatles ήταν η πρώτη μπάντα που πρωτοπόρησε στον κόσμο του merchandising δίνοντας την άδεια για παραγωγή μιας τεράστιας γκάμας προϊόντων με το πρόσωπό τους. Οι θαυμαστές αγόραζαν με κάθε ευκαιρία όποιο προϊόν απεικόνιζε την μπάντα με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί μια νέα σημαντική ροή εσόδων για τους καλλιτέχνες και την βιομηχανία ψυχαγωγίας γενικότερα. (Negus, 1992)

**Συναυλίες και περιοδείες:** Οι συναυλίες του συγκροτήματος προσέλκυαν τεράστιο πλήθος στο Ηνωμένο Βασίλειο και στις ΗΠΑ με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν σημαντικά έσοδα στις τοπικές επιχειρήσεις των πόλεων που επισκεπτόταν η μπάντα. Παράλληλα όμως, αυτό έφερνε και σημαντικές προκλήσεις στις πόλεις ως προς την

διαχείριση της τόσο μεγάλης προσέλευσης και έντονης παρουσίας των θαυμαστών (Lewisohn, 2013).

Η δημοτικότητα των Beatles έως και σήμερα, συνεχίζει να δημιουργεί μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα μέσω επανακυκλοφοριών παλαιότερων ή νεότερων εκδοχών τραγουδιών τους, μέσω της κουλτούρας του streaming, μέσω διαφόρων αφιερωμάτων της βιομηχανίας ψυχαγωγίας και τέλος μέσω του πολιτιστικού τουρισμού. Η μουσική τους παραμένει σημαντικό προϊόν εξαγωγής για το Ηνωμένο Βασίλειο. Μια έκθεση από το Πανεπιστήμιο του Liverpool (2018) υπολόγισε ότι οι Beatles συνεισφέρουν πάνω από 80 εκατομμύρια λίρες ετησίως μόνο στην οικονομία του Liverpool, υπογραμμίζοντας έτσι τον διαρκή οικονομικό αντίκτυπό τους. (Yates et. al. 2016)

Συνεπώς η οικονομική κληρονομιά των Beatles φαίνεται αποδεδειγμένα να ξεπερνά κατά πολύ το κομμάτι των μουσικών πωλήσεων και να ανήκει σε έναν ευρύτερο οικονομικό τομέα. Με βάση τα παραπάνω, η περίπτωση αφενός των Beatles και αφετέρου της Beatlemania αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα της αλληλοσύνδεσης της μουσικής βιομηχανίας με την συνεχώς μεταβαλλόμενη οικονομία.

#### 2.3.4. Ο ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΗΣ BEATLEMANIA

Η Beatlemania, ως μορφή μουσικού fandom, φαίνεται να ήταν επιδραστική στην κοινωνία και την πολιτική. Παρόλο που στα πρώιμα χρόνια της καριέρας τους οι Beatles απέφευγαν τις ρητές πολιτικές δηλώσεις, ο τρόπος έκφρασής τους, το ντύσιμο, και η σιωπηρή αλλά ηχηρή στάση τους απέναντι σε κοινωνικά ζητήματα (και αργότερα οι δημόσιες τοποθετήσεις τους) τους κατέστησαν ένα από τα κύρια σύμβολα της αντικουλτούρας –μαζί με άλλους καλλιτέχνες όπως οι Rolling Stones και ο Bob Dylan κ.α. (Hunt, 2023; Leonard, 2016).

Η πολιτική επιρροή του fandom των Beatles στο κλίμα της εποχής διαφαίνεται από:

Την αντιπολεμική διάσταση της Beatlemania: Κατά τις πρώτες περιόδους τους στις ΗΠΑ (1964–1966), οι Beatles δείχνουν επιφυλακτικότητα απέναντι στα σχόλια για τον πόλεμο του Βιετνάμ, μια στάση που άλλαξε ριζικά το 1966. Σε μια τελευταία δημόσια εμφάνισή τους στη Νέα Υόρκη, το συγκρότημα τάχθηκε κατηγορηματικά κατά του πολέμου, μία τοποθέτηση που είχε άμεσο αντίκτυπο στην πολιτική στάση του κοινού τους και –καλύτερα- της Beatlemania. Πολλοί από τους θαυμαστές του συγκροτήματος ήταν ήδη ενεργά μέλη του αντιπολεμικού κινήματος και η δήλωση των Beatles ενίσχυσε περαιτέρω τη δημόσια αντίθεσή τους (Leonard, 2016).

Ακόμα πιο επιδραστική, ωστόσο, ήταν η συμβολική χρήση της μουσικής του συγκροτήματος από τους θαυμαστές τους και από διάφορους ακτιβιστές. Για παράδειγμα, το "Yellow Submarine" μετατράπηκε σε ύμνο αλληλεγγύης στις διαδηλώσεις στο Berkley (1967–1968), όπου οι διαμαρτυρόμενοι το τραγουδούσαν μαζικά και το έγραφαν σε αφίσες ως μήνυμα ειρήνης (Kelly, 2024). Παρόμοια φαινόμενα παρατηρήθηκαν και με τραγούδια άλλων καλλιτεχνών, όπως το "Blowin' in the Wind" του Bob Dylan, γεγονός που υπογραμμίζει ότι η πολιτική χρήση της μουσικής δεν περιοριζόταν μόνο σε ένα συγκρότημα/καλλιτέχνη, αλλά ήταν ένα κύριο χαρακτηριστικό της εποχής.

Παράλληλα η εξωτερική εμφάνιση των Beatles – τα μακριά μαλλιά, τα έντονα χρώματα, και το «θηλυπρεπές» (για τα δεδομένα της εποχής) στυλ – αποτέλεσε μια συστημική πρόκληση προς τα συντηρητικά πρότυπα. Αυτή η εικόνα, σε συνδυασμό με τη μουσική τους, ενθάρρυνε τη νεολαία να αμφισβητήσει τις κοινωνικές συμβάσεις και να ταχθεί με το μέρος της αντικουλτούρας.

Όπως σημειώνει ο Hunt (2023), οι θαυμαστές τους αντιλαμβάνονταν ήδη τους Beatles ως πολιτικούς συμμάχους, ακόμα και πριν αρχίσει το συγκρότημα να εκφράζεται ανοιχτά. Αυτό οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στη μουσική τους, που προσέφερε στους νέους ένα αίσθημα ταυτότητας σε μια εποχή κοινωνικής αποξένωσης. Τραγούδια όπως *All You Need Is Love* και *Come Together* λειτούργησαν ως υπερκείμενα μηνύματα ενότητας, παρόμοια με αυτά που προώθησαν και άλλοι καλλιτέχνες (π.χ. οι Doors με το *Break On Through*).

Σε ό,τι αφορά το τότε υπάρχον «ανατολικό μπλοκ», η Beatlemania θεωρήθηκε απειλή από τα καθεστώτα. Σύμφωνα με το ντοκιμαντέρ *How the Beatles Rocked the Kremlin* (Woodhead, 2009), η Σοβιετική Ένωση απαγόρευσε τη μουσική των Beatles με το πρόσχημα ότι αποτελεί «δυτική προπαγάνδα», αλλά η λαθραία κυκλοφορία της (μέσω ραδιοφωνικών σταθμών και μαύρων αγορών) ενίσχυσε ένα κίνημα πολιτιστικής αντίστασης (K.Howlett, προσωπική επικοινωνία, Μάρτιος 18, 2025)

Στην Τσεχοσλοβακία, για παράδειγμα, η Βρετανική Πρεσβεία ανέφερε ότι η Beatlemania προκάλεσε δημόσιες αναταραχές, με χιλιάδες νέους να ζητούν την ελευθερία τους (Kelly, 2024). Παρόμοια φαινόμενα παρατηρήθηκαν και σε άλλες χώρες (π.χ. Πολωνία, Ανατολική Γερμανία), όπου η δυτική rock μουσική (συμπεριλαμβανομένων των Pink Floyd και των Rolling Stones) λειτούργησε ως εργαλείο κατά της καταπίεσης.

Στην συνέντευξη την οποία πήρα από τον γνωστό συγγραφέα των Beatles και ραδιοφωνικό παραγωγό του BBC, Kevin Howlett, ο ίδιος αναφέρει σχετικά:

*Στην Σοβιετική Ένωση δεν ήταν εφικτό για τους νέους να αγοράσουν επίσημα ένα δίσκο των Beatles ή μια φωτογραφία τους [...] Κάποτε πήρα συνέντευξη από 2 άτομα που ζούσαν στη Ρωσία εκείνη την εποχή. Μου μίλησαν για το πόσο σημαντικό ήταν τότε για την νεολαία να προσπαθήσουν έστω να ακούσουν τους Beatles. Οι άνθρωποι αντέγραφαν τη μουσική σε χρησιμοποιημένο υλικό ακτίνων X επειδή μπορούσαν να τη χρησιμοποιήσουν σαν δίσκο. Μπορούσες στην πραγματικότητα να κόψεις τη μουσική σε αυτές τις παλιές ακτινογραφίες. Μάλιστα η μουσική του συγκροτήματος που διαδιδόταν με τέτοιο τρόπο είχε και παρατσούκλι, το ονόμαζαν Beatles on Bones και τη διένειμαν παράνομα στη μαύρη αγορά και από στόμα σε στόμα. Αλλά η αστυνομία θα σου επέβαλε πρόστιμο ή ακόμα και φυλάκιση, αν σε έβρισκε με μουσική των Beatles, στη Σοβιετική Ένωση τη δεκαετία του '60.*

Οι Beatles συνέβαλαν, έμμεσα, στη διάβρωση των παραδοσιακών φυλετικών ρόλων. Η εμφάνισή τους, η συναισθηματικότητα των τραγουδιών τους (π.χ. "She's Leaving Home") και η γενικότερη αντισυμβατική συμπεριφορά τους ενθάρρυναν τις γυναίκες θαυμάστριες να αναζητήσουν νέους τρόπους έκφρασης. Η κριτικός Barbara Ehrenreich σημείωσε σε ένα δοκίμιο της το 1992 ότι, την εποχή των Beatles ιδιαίτερα, η ευρύτερη κοινωνία προσδοκούσε από τις έφηβες κοπέλες να συμπεριφέρονται ως πρότυπα αγνότητας. Έτσι, η Beatlemania αποτέλεσε διέξοδο του στερεότυπου για κάθε έφηβο

κορίτσι που ήταν μέλος της. «Η εγκατάλειψη του ελέγχου —το ουρλιαχτό, οι λιποθυμίες, οι απείθαρχες ομάδες (θαυμαστριών)— ήταν, έστω και μη συνειδητά, μια διαμαρτυρία κατά της σεξουαλικής καταπίεσης και των διπλών στερεοτύπων απέναντι στα έφηβα κορίτσια», έγραψε η Ehrenreich. «Ήταν η πρώτη και πιο δραματική εξέγερση της σεξουαλικής επανάστασης των γυναικών» (Ehrenreich, 1992). Η Beatlemania ήταν μια κινητήριος δύναμη για γυναίκες ανά τον κόσμο να ακουστούν, να «κάνουν θόρυβο», να απελευθερωθούν και να ταυτιστούν η μια με την άλλη.

Όπως γράφει η Feldman-Barrett (2021) στο *A Women's History of the Beatles*, ως προς τα κορίτσια και την Beatlemania:

- Η ένταση της Beatlemania αντανακλούσε μια έντονη επιθυμία για διαφορετικούς τρόπους έκφρασης για το γυναικείο φύλο.
- Ως ιστορία επιτυχίας, οι Beatles, έγιναν πρότυπα και για τα δύο φύλα, ιδιαίτερα για γυναίκες θαυμάστριες που βρήκαν νόημα στην ιστορία τους.
- Η Beatlemania προσέφερε απόδραση από τον ανδροκρατούμενο κόσμο των ενηλίκων, μέσω της μόδας, της μουσικής και του στυλ της μπάντας.
- Κορίτσια σε όλο τον κόσμο (π.χ. Seattle, Στοκχόλμη) καλλιέργησαν κοινή ταυτότητα μέσα από περιοδικά όπως το Beatles Monthly.
- Παρόμοια με άλλες υποκουλτούρες αυτή η κοινότητα επέτρεπε στα κορίτσια να ταιριάζουν με μια ομάδα και μέσω αυτής να ξεχωρίζουν.

Η Beatlemania δεν ήταν το μόνο fandom με την ικανότητα να επηρεάσει την πολιτική και κοινωνική ζωή της εποχής. Ωστόσο, ως ένα από τα πιο μαζικά fandoms, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της αντικουλτούρας του '60 και πέρασε σημαντικά πολιτικά και κοινωνικά μηνύματα μέσα από την αγάπη της για την μουσική και τους Beatles.

### 2.3.5. ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΕ Η ΠΑΡΑΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΤΟ ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ:

Οι παρακοινωνικές σχέσεις – οι μονόπλευροι συναισθηματικοί δεσμοί που σχηματίζονται από το κοινό προς δημόσια πρόσωπα – αποτέλεσαν βασικό στοιχείο της Beatlemania. Εξαιτίας των σχέσεων αυτών, η προσωπική αυτονομία και οι καλλιτεχνικές φιλοδοξίες της μπάντας επισκιάστηκαν από την δημόσια εικόνα και συμπεριφορά τους. Σημαντικό είναι να δοθεί μια σύντομη εξήγηση του πώς οι παρακοινωνικές σχέσεις εντός της Beatlemania επηρέασαν τους Beatles ως προς την διαχείριση της φήμης αλλά και το πώς συνέβαλαν στην ψυχολογική και επαγγελματική φθορά τους, επηρεάζοντας τελικά την απόφασή τους να σταματήσουν τις περιοδείες το 1966.

Η Beatlemania ως Παρακοινωνικό Φαινόμενο:

Η Beatlemania, ιδιαίτερα στις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο, χαρακτηρίστηκε από μια έντονη συναισθηματική φόρτιση που ξεπερνούσε την απλή ακρόαση της μουσικής των Beatles. Οι εμφανίσεις τους στην τηλεόραση, όπως στο *Ed Sullivan Show* το 1964, αποτέλεσαν ως ένα βαθμό, την βάση των παρακοινωνικών σχέσεων της Beatlemania ενισχύοντας την δημιουργία μιας ψευδούς οικειότητας με τους θαυμαστές (Lynskey, 2013). Αυτή η έκθεση έδωσε την εντύπωση σε χιλιάδες θαυμαστές ότι είχαν δημιουργήσει μια σχέση με την μπάντα, παρά το γεγονός ότι η

σχέση ήταν απολύτως μονόπλευρη – από πλευράς των θαυμαστών– οδηγούσε στο συμπέρασμα ότι ήταν μια παρακοινωνική σχέση (Horton & Wohl, 1956).

Οι θαυμαστές συχνά χρησιμοποιούσαν την μπάντα ως το επίκεντρο των ρομαντικών ή και φιλικών φαντασιώσεων τους. Αυτοί οι – ψεύτικοι– δεσμοί ήταν τόσο ισχυροί από πλευράς των θαυμαστών, που τροφοδότησαν συμπεριφορές όπως την εμμονική συλλογή αντικειμένων που σχετίζονταν με την μπάντα (όπως ένα κομμάτι χαρτί που ένα μέλος της μπάντας μπορεί να είχε αγγίξει) καθώς και τις έντονες προσπάθειες προσέγγισης της μπάντας που πολλές φορές έβαζαν την σωματική ακεραιότητα των θαυμαστών σε ρίσκο (Lynskey, 2013). Οι Beatles δεν ήταν απλώς μουσικοί – ήταν σύμβολα ταυτότητας και συναισθηματικής εκτόνωσης για μια ολόκληρη γενιά.

Αυτός ο έντονος θαυμασμός, αν και κολακευτικός στην αρχή, σταδιακά πήρε τεράστιες εκτάσεις με αποτέλεσμα να είναι ανεξέλεγκτος και αφόρητος. Ο George Harrison σε μια συνέντευξη τύπου του συγκροτήματος στο ξενοδοχείο Warwick της Νέας Υόρκης, είχε αναφερθεί στο ζήτημα της φήμης λέγοντας τα εξής:

«Αυτό είναι το κύριο πρόβλημα με τη φήμη [...] ότι οι άνθρωποι ξεχνούν πώς να συμπεριφέρονται κανονικά. Δεν νιώθουν θαυμασμό για σένα, αλλά θαυμασμό για το πράγμα που έχεις γίνει. Είναι μια ιδέα που έχουν δημιουργήσει για τη φήμη. Γι' αυτό και συμπεριφέρονται σαν τρελοί.» (Harrison, 1966)

Καθώς η φήμη της μπάντας αυξανόταν, τα όρια ανάμεσα στη δημόσια και την ιδιωτική τους ζωή είχαν εξαφανιστεί και η αυθεντικότητα της προσωπικής τους ταυτότητας αντικαταστάθηκε από τις προβολές τους στα μέσα και τις φαντασιώσεις των θαυμαστών τους.

Για τον John Lennon, η πίεση ήταν ιδιαίτερα έντονη. Μετά τη διαμάχη που προκλήθηκε από τη δήλωσή του ότι οι Beatles ήταν «πιο δημοφιλείς από τον Ιησού», το συγκρότημα βίωσε απειλές και διαμαρτυρίες οδηγώντας σε σοβαρές ανησυχίες για την ασφάλειά τους (Reilly, 2020). Οι εμπειρίες της τελευταίας περιόδου του 1966, με επεισόδια βίας, απειλές δολοφονίας και επιθέσεις, έφεραν την μπάντα σε μια συναισθηματική εξάντληση και κατέληξαν στην απόφασή τους να σταματήσουν τις ζωντανές εμφανίσεις (Berman, 2008).

Παραδόξως, η ένταση της παρακοινωνικής σχέσης ήταν και ο λόγος που αποξένωσε το συγκρότημα από το κοινό του. Οι συναυλίες είχαν μετατραπεί σε τελετουργίες θαυμαστών με την μουσική της μπάντας να έρχεται σε δεύτερη μοίρα. Όπως είπε ο Ringo Starr: «Ποτέ δεν ένιωσα ότι οι άνθρωποι έρχονταν να ακούσουν την συναυλία μας. Ερχόντουσαν να δουν εμάς» (Lynskey, 2013). Οι φωνές των θαυμαστών ήταν τόσο δυνατές που οι Beatles δεν μπορούσαν να ακούσουν ούτε τους εαυτούς τους με αποτέλεσμα ούτε η ίδια η μπάντα να απολαμβάνει την μουσική της αφού δεν ήξεραν ως ένα βαθμό τι έπαιζαν (Reilly, 2020) (Berman, 2008).

Αξίζει να σημειωθεί πως αυτή η παρακοινωνική δυναμική δεν ήταν εντελώς παθητική. Οι θαυμαστές δεν ήταν απλώς καταναλωτές, καθώς συμμετείχαν ενεργά στις πρακτικές του fandom τους, δημιουργώντας μια ξεχωριστή πολιτισμική ταυτότητα. Όπως σημείωσε ο Tom Wolfe, η Beatlemania αποτέλεσε ένα είδος συλλογικής εκτόνωσης (Lynskey, 2013). Οι κραυγές στις συναυλίες μέσα από τον τελετουργικό τους

χαρακτήρα μεταφράστηκαν ως σύμβολο ελευθερίας, δύναμης και έκφρασης νεότητας από μια ολόκληρη γενιά.

Το τίμημα των παρακοινωνικών σχέσεων για την μπάντα ήταν ότι έπαψαν πλέον να θεωρούνται άνθρωποι (οι Beatles) καθώς είχαν πλέον μετατραπεί σε σύμβολα. Όπως έδειξαν οι δηλώσεις και οι αντιδράσεις τους ανά τα χρόνια, το βάρος του να θεωρούνται συνεχώς σύμβολα και πρότυπα μιας ολόκληρης γενιάς αποδείχτηκε αφόρητο.

### 3. ΟΙ ΕΠΙΡΡΟΕΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ FANDOMS ΣΤΗΝ ΜΟΥΣΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ

Η εξέταση του φαινομένου μέσω των Swifties:

Στην συγκεκριμένη ενότητα θα αναλυθεί η επιρροή των fandoms στην μουσική βιομηχανία μετά την εμφάνιση των ΜΚΔ. Συγκεκριμένα η διερεύνηση θα γίνει μέσα από το fandom της Αμερικανίδας καλλιτέχνιδας Taylor Swift . Οι θαυμαστές της καλλιτέχνιδας ονομάστηκαν *Swifties*.

#### 3.1.ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η TAYLOR SWIFT; ΜΙΑ ΣΥΝΤΟΜΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΑ ΜΟΥΣΙΚΑ ΤΗΣ ΣΤΑΔΙΑ.

Η Taylor Alison Swift γεννήθηκε στις 13 Δεκεμβρίου 1989 στο West Reading της πολιτείας Pennsylvania. Η κλίση της προς την μουσική ήταν εμφανής από μικρή ηλικία όπου συμμετείχε σε παιδικές θεατρικές παραστάσεις, ενώ αργότερα σε ηλικία μόλις 11 ετών βρέθηκε να τραγουδάει τον εθνικό ύμνο των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής στον αγώνα μπάσκετ των Philadelphia 76ers.

Έναν χρόνο αργότερα ξεκίνησε να μαθαίνει κιθάρα και να γράφει δικούς της στίχους, αλλά και μουσική, παίρνοντας έμπνευση από μεγάλα ονόματα της country μουσικής, όπως η Shania Twain και οι Dixie Chicks (Polite, 2025). Η έφεσή της στην σύνθεση τραγουδιών υποστηρίχθηκε ένθερμα από τους γονείς της, οι οποίοι όταν η τραγουδίστρια έφτασε σε ηλικία 13 ετών, αποφάσισαν να πουλήσουν την φάρμα τους στην Φιλαδέλφεια και να μετακομίσουν στο Hendersonville του Tennessee για να βοηθήσουν στην μουσική εξέλιξη της κόρης τους στην country μουσική – καθώς το Tennessee θεωρείται η καρδιά της country μουσικής (Donica & Caruso, 2024).

Σε ηλικία 14 ετών, μετά από μία εμφάνισή της στο The Bluebird Café στο Nashville, υπογράφει συμβόλαιο με τη δισκογραφική εταιρεία Big Machine Records του παραγωγού Scott Borchetta. Στη διάρκεια της συνεργασίας της με αυτή τη δισκογραφική εταιρεία, κυκλοφόρησε το πρώτο της single με τίτλο *Tim McGraw*. Το συγκεκριμένο κομμάτι έγινε Top 10 hit στα country charts του *Billboard* το 2006. Μάλιστα, ο διάσημος ομώνυμος τραγουδιστής της country, μαζί με την Faith Hill έδωσαν την ευκαιρία στην Taylor σε ηλικία μόλις 15 ετών να εμφανιστεί ως opening act στην περιοδεία τους (Junes, 2023). Ο McGraw σε μια συνεντεύξη του στο ET Canada δήλωσε:

*Και οι δύο, εγώ και η Faith, ξέραμε ότι τίποτα δεν την σταματούσε. Είναι ένα ξεχωριστό ταλέντο.*

Η απήχηση της καλλιτέχνιδας στο κοινό αυξήθηκε ραγδαία, με την ίδια να λαμβάνει πληθώρα βραβείων από νεανική ηλικία όπως το βραβείο Horizon από την Country

Music Association και το βραβείο Top New Female Vocalist από την Academy of Country Music το 2007. Το 2010, με το άλμπουμ *Fearless*, έγινε η νεότερη καλλιτέχνη που κέρδισε το Grammy για το Άλμπουμ της Χρονιάς (Mark & Reporter, 2025).

Η μουσική σταδιοδρομία της Swift πέρασε από πολλά στάδια με την ίδια να ξεκινάει από τα ακούσματα της country, σε country pop, σε mainstream pop - rock και ακόμη και σε πιο indie-folk ακούσματα. Η καριέρα της φάνηκε να εκτοξεύεται μετά την κυκλοφορία του πέμπτου συνολικά, αλλά πρώτου καθαρά pop άλμπουμ της με τίτλο, *1989* το 2014. Το άλμπουμ πούλησε πάνω από 1,2 εκατομμύρια αντίτυπα την πρώτη εβδομάδα κυκλοφορίας του και παρέμεινε 11 εβδομάδες στην κορυφή του Billboard 200, ενώ κέρδισε και το βραβείο Grammy για άλμπουμ της χρονιάς (Bruner, 2023). Παρά τις διάφορες αλλαγές στο μουσικό της ύφος, η στιχουργία της, φαίνεται να παραμένει ακεραία εν μέσω αυτών των αλλαγών. Η έμπνευσή της ερχόταν κυρίως μέσα από προσωπικές της εμπειρίες, κάτι το οποίο, σύμφωνα με τους θαυμαστές της, την καθιστά πιο προσιτή και οικεία σε αυτούς, καθώς βρίσκουν ταύτιση μέσα από τα τραγούδια της (Seymour, 2023).

Βέβαια, η αυξανόμενη δημοσιότητα της Swift είχε ως αποτέλεσμα να επηρεάσει την ζωή της τραγουδίστριας με τα media να την στοχοποιούν σε άρθρα και να προσπαθούν να αποκαλύψουν με επεμβατικό τρόπο την προσωπική της ζωή στο ευρύ κοινό. Για τον λόγο αυτό η καλλιτέχνη επέλεξε να «εξαφανιστεί» από τα media και γενικά από τα φώτα της δημοσιότητας το 2016.

Η πράξη της αυτή κορυφώθηκε όταν μετά από έναν ολόκληρο χρόνο «εξαφάνισης» η καλλιτέχνη χωρίς καμία πρότερη διαφημιστική καμπάνια κυκλοφόρησε το έκτο άλμπουμ της με τίτλο *Reputation* το 2017. Το άλμπουμ αυτό είχε ένα έντονο και φορτισμένο χαρακτήρα, καθώς λειτούργησε ως μια απάντηση στα media που προσπάθησαν να αμαυρώσουν την εικόνα της. Αποτύπωσε μια πιο σκοτεινή εκδοχή της τραγουδίστριας, μια εκδοχή που ερχόταν σε πλήρη αντίθεση με το πώς την είχε συνηθίσει ο κόσμος.

Η κυκλοφορία αυτή ήταν συνοδευόμενη από έντονη μυστικότητα στην αρχή και έντονο marketing μετέπειτα, εξέλιξη η οποία συνέβαλε στην εμπορική επιτυχία του άλμπουμ, με πωλήσεις που ξεπέρασαν τα 1.2 εκατομμύρια αντίτυπα στην πρώτη εβδομάδα κυκλοφορίας του στις ΗΠΑ. Ο απόηχος που άφησε το άλμπουμ αυτό στην κοινή γνώμη ήταν έντονος με τα μέσα να διχάζονται ως προς την υποστήριξή τους απέναντι στην καλλιτέχνη στην αρχή, αλλά μεταγενέστερα το άλμπουμ αυτό επικροτήθηκε και αγαπήθηκε τόσο από τους θαυμαστές της όσο και από το ευρύτερο κοινό (Fitzgerald, 2018).

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, η καλλιτέχνη κυκλοφόρησε ένα νέο έργο, το οποίο και αυτό διέφερε σημαντικά ως προς το μουσικό του ύφος σε σχέση με την προηγούμενη της κυκλοφορία. Η κυκλοφορία του δίσκου της με τίτλο *Lover* (2019), αν και κυκλοφόρησε λίγο πριν την αρχή της πανδημίας, σηματοδότησε το τέλος της πιο pop μουσικής προσέγγισης της καλλιτέχνης (Caramanica, 2019).

Τα άλμπουμ της *Folklore* και *Evermore*, που κυκλοφόρησαν αιφνιδιαστικά και πάλι χωρίς πρότερη διαφημιστική καμπάνια το 2020, υιοθέτησαν έναν πιο indie-folk ήχο με έντονο αφηγηματικό χαρακτήρα. Σύμφωνα με το κοινό της, τα δύο αυτά άλμπουμ ανέδειξαν μια πιο ώριμη και στοχαστική πλευρά της καλλιτέχνης. Τα άλμπουμ αυτά

δημιουργήθηκαν εν μέσω πανδημίας όσο η Swift βρισκόταν σε καλλιτεχνική απομόνωση και ήταν μια ευκαιρία για να ρισκάρει κάνοντας μια απότομη μουσική μεταβολή που εν τέλη είχε τεράστια απήχηση στο κοινό. Το *Folklore*, μάλιστα, κέρδισε το βραβείο Grammy για άλμπουμ της χρονιάς, μεταξύ άλλων βραβείων (Donica & Caruso, 2024).

Κομβικό σημείο στη σύγχρονη καριέρα της Swift αποτέλεσε η διαμάχη της με τον manager και παραγωγό Scooter Braun ο οποίος αγόρασε την Big Machine Records, αποκτώντας έτσι χωρίς καμία συγκατάθεση ή προειδοποίηση τα πνευματικά δικαιώματα των έξι πρώτων της άλμπουμ. Η υπόθεση έφερε στην επιφάνεια σοβαρά ζητήματα σχετικά με τα δικαιώματα και την αυτονομία των καλλιτεχνών όσον αφορά την ιδιοκτησία της μουσικής τους στην μουσική βιομηχανία. Αυτό ενθάρρυνε και άλλους καλλιτέχνες να διαπραγματευτούν καλύτερους όρους στα συμβόλαιά τους. Η απόφαση της Swift για επαναχογραφήση των άλμπουμ της, με την επωνυμία *Taylor's Version* αποδείχθηκε επιτυχής τόσο εμπορικά, όσο και κριτικά από τα ΜΚΔ, με τους θαυμαστές της να επιλέγουν τις δικές της εκδοχές παρά τις παλαιότερες εκδοχές των τραγουδιών της που δεν της ανήκαν (Dailey & Spruch, 2024).

Μετά την περίοδο των επαναχογραφήσεων και των indie πειραματισμών, η καλλιτέχνιδα επέστρεψε μουσικά με ένα νέο άλμπουμ με τίτλο *Midnights* (2022), του οποίου ο ήχος αναγόταν σε μια πιο synth-pop προσέγγιση και υφολογικά αποτέλεσε έναν συνδυασμό του *1989* και του *Reputation*. Το *Midnights*, με πωλήσεις που ξεπέρασαν τους 6 εκατομμύρια δίσκους παγκοσμίως έγινε το πιο επιτυχημένο άλμπουμ της χρονιάς, με όλα τα τραγούδια του να καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις στα charts των ΗΠΑ. Επιπλέον, χάρισε στην τραγουδίστρια το τέταρτο βραβείο Grammy για το άλμπουμ της χρονιάς προσφέροντας της τον τίτλο της πρώτης γυναίκας με τέσσερα άλμπουμ της χρονιάς, ένα ρεκόρ που προηγουμένως κρατούσε η ίδια ως η πρώτη γυναίκα με τρία βραβεία Grammy για το άλμπουμ της χρονιάς (McIntosh, 2022).

Η τελευταία της κυκλοφορία ήταν το *The Tortured Poets Department* (2024), το οποίο πρόκειται για ένα διπλό άλμπουμ που στιχουργικά θεωρείται ότι έχει έναν εξομολογητικό χαρακτήρα. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από τους στίχους του θίγει την απώλεια, την συναισθηματική εξουθένωση και την προσωπική απελευθέρωση.

Η κυκλοφορία του σημείωσε εξίσου τεράστια επιτυχία σε streaming πλατφόρμες και στα μουσικά charts κρατώντας την πρώτη θέση για 17 συνεχόμενες εβδομάδες. Μέσα σε 12 ώρες από την κυκλοφορία του, το *The Tortured Poets Department* έσπασε πρώτα το ρεκόρ με τα περισσότερα streaming μίας ημέρας στο Spotify και έπειτα με τις περισσότερες αναμεταδόσεις σε όλες τις πλατφόρμες streaming μέσα σε μία μόνο εβδομάδα. Οι θαυμαστές στις Ηνωμένες Πολιτείες συγκεκριμένα άκουσαν ολόκληρο το άλμπουμ γύρω στις 891,3 εκατομμύρια φορές, σύμφωνα με την εταιρεία δεδομένων Luminate (Donica & Caruso, 2024).

Η Swift έχει εξελιχθεί σε μία από τις πιο εμπορικές τραγουδίστριες και στιχουργούς της σύγχρονης μουσικής σκηνής. Το 2023 με την έναρξη της περιοδείας της με τίτλο *The Eras Tour*, η οποία αποτελεί την έκτη παγκόσμια περιοδεία της, με 152 συναυλίες σε πέντε διαφορετικές ηπείρους, έσπασε σημαντικά ρεκόρ, με τις πωλήσεις να ξεπερνούν τα 2 δισεκατομμύρια δολάρια σε εισιτήρια (\$2,077 δισεκατομμύρια συγκεκριμένα) και ξεπερνώντας το προηγούμενο ρεκόρ του Elton John, με το συνολικό κοινό να ανέρχεται στα 10,168,008 άτομα (W. Roeloffs, 2024). Την ίδια χρονιά,

κυκλοφόρησε το 1989 (*Taylor's Version*) προσθέτοντας δύο ακόμη Νο.1 τραγούδια στο Billboard Hot 100 και κατακτώντας τίτλους όπως η πιο πολυβραβευμένη καλλιτέχνη στην ιστορία των Billboard Music Awards με 49 βραβεία συνολικά. Το 2023 ανακηρύχθηκε, επίσης, ως «Πρόσωπο της Χρονιάς» από το περιοδικό *Times* και έγινε επίσημος δισεκατομμυριούχος (Donica & Caruso, 2024).

### 3.2.SWIFTIES: ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ TAYLOR SWIFT ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟ FANDOM ΤΗΣ

Το fandom της Taylor Swift, με την ονομασία Swifties, σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα, είναι μια ιδιαίτερα μεγάλη, οργανωμένη και αφοσιωμένη κοινότητα θαυμαστών στην παγκόσμια μουσική βιομηχανία. Ο όρος Swifties έγινε γνωστός κατά τα τέλη της δεκαετίας των '00s παρόλο που το fandom της καλλιτέχνηδας ήταν ήδη ενεργό και χωρίς αυτή την ονομασία από τις πρώτες κιόλας κυκλοφορίες της. Η ίδια η Swift, μέσα από μια συνέντευξή της στο VEVO το 2012, αναγνώρισε τον όρο λέγοντας «Αποκαλούν τους εαυτούς τους (οι θαυμαστές της) *Swifties*· το βρίσκω αξιολάτρευτο». Είναι σημαντικό να αναφερθεί πως με απώτερο σκοπό την προστασία της εμπορικής της εικόνας (brand), η τραγουδίστρια κατέθεσε το όνομα των Swifties ως εμπορικό σήμα το 2017 (Hopper, 2024). Η διαφορά των Swifties με ένα απλό θαυμαστή της τραγουδίστριας, σύμφωνα με τον καθηγητή κοινωνιολογίας στο πανεπιστήμιο του Kansas, Bryan Donovan, ο οποίος διεξήγαγε μια σημαντική κοινωνιολογική έρευνα πάνω στις Swifties (2023), είναι ότι:

*«Ο απλός θαυμαστής μπορεί να απολαμβάνει την μουσική της και να την ακούει και ακόμη να δυναμώνει το ραδιόφωνο όταν μπαίνει η μουσική της, αλλά οι Swifties θα εμβαθύνουν στα νοήματα των στίχων της και θα προσπαθήσουν να κάνουν διασυνδέσεις μεταξύ των τραγουδιών της και θα συμμετέχουν στις πρακτικές (lore), τα προσωπικά ανέκδοτα (inside jokes) και την κοινή γλώσσα μέσα στο fandom.»*

Η επιτυχημένη, όπως δείχνουν τα δεδομένα, καλλιτεχνική πορεία της τραγουδίστριας, της χάρισε ένα αφοσιωμένο και συνεχώς αυξανόμενο κοινό. Με άλλα λόγια, η Swift κατάφερε να χτίσει μια σχέση αμοιβαίας αγάπης με το κοινό της, το οποίο ως αντάλλαγμα της προσέφερε την θερμή υποστήριξή του, γεγονός που συνέβαλε καθοριστικά στην επιτυχία της και την επιρροή της έως και σήμερα (Candeloro, 2023).

Είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτο το πώς ένα fandom παραμένει ενεργό εδώ και μια εικοσαετία και εξελίσσεται παράλληλα με την τραγουδίστρια. Αυτό σύμφωνα με τον Pazzanese (2023), πιθανώς να οφείλεται σε παράγοντες όπως η μουσική της ταυτότητα. Με τον τρόπο αυτόν, μέσω της αφηγηματικής της προσέγγισης στην στιχουργία της και της προσωπικής θεματολογίας στα τραγούδια της, η Taylor κατάφερε να δημιουργήσει σχέσεις που δίνουν στους θαυμαστές της την αίσθηση πως την γνωρίζουν προσωπικά. Δηλαδή, ενισχύει την παρακοινωνική σχέση (Pazzanese, 2023).

Οι Swifties, άλλωστε, ταυτίζονται με τη μουσική της Swift και παράλληλα διαμορφώνουν την ταυτότητά τους γύρω από την αγάπη τους για αυτήν (Altman & Blackwell, 2024). Αυτό επιβεβαιώνουν τα λεγόμενα του Sandvoss (2005), που αναφέρθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια, ότι ο θαυμασμός για ένα πρόσωπο ή προϊόν πολιτισμού λειτουργεί ως καθρέφτης μέσα από τον οποίο ο θαυμαστής διαμορφώνει τον εαυτό του.

Επιπλέον, η Swift φαίνεται ότι προσπαθεί να ενισχύσει τον έντονο δεσμό με τους θαυμαστές της μέσα από την άμεση επικοινωνία που προσπαθεί να διατηρεί μαζί τους, είτε μέσω κοινωνικών δικτύων είτε μέσω δράσεων όπως τα Secret Sessions<sup>25</sup> και την ανταλλαγή βραχιολιών στα live της (Beckett, 2024). Συνεπώς, μέσα από αυτές τις πράξεις ενισχύεται η αίσθηση της κοινότητας και της συναισθηματικής αλληλεπίδρασης, γεγονός που τροφοδοτεί το fandom και το ενισχύει στην ενεργή παρουσία του στα μέσα και την λειτουργία του έως και σήμερα (Pazzanese, 2023).

Στην συνέντευξη με την Μικαέλα Πανηγυροπούλου, η οποία θεωρείται η εκπρόσωπος του fandom στην Ελλάδα, ως απάντηση στην ερώτηση «Ποια πιστεύεις ότι είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που κάνουν τους Swifties τόσο ενωμένο και παθιασμένο fandom;» είπε:

*Έχει να κάνει άμεσα με το πώς το διαχειρίζεται η Taylor αυτό. Θεωρώ ο λόγος που είναι από πάντα τόσο ενωμένο και παθιασμένο (το fandom) είναι ακριβώς εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο το διαχειρίζεται εκείνη. Είναι αυτό το connection(σύνδεση) με το fandom της, κάτι που υπήρχε από πάντα, με αποτέλεσμα να αισθάνεσαι μέλος του fandom ακόμα κι αν είσαι στην άλλη άκρη της γης. Νομίζω ότι αυτό κάνει και τους fans να είναι τόσο loyal(πιστοί) απέναντί της. Συν ότι είναι αντικειμενικά ένας άνθρωπος ο οποίος -τουλάχιστον στα δεδομένα που δείχνει- έχει ένα πάρα πολύ καλό πρόσωπο. [...] Έχει δείξει πάρα πολλές φορές ότι έχει απίστευτη ενσυναίσθηση σαν άνθρωπος και αυτό σε συνδυασμό με την στιχουργική της ικανότητα είναι κάτι που νομίζω κάνει τους θαυμαστές της να ταυτίζονται περισσότερο μαζί της. (Μ.Πανηγυροπούλου, προσωπική επικοινωνία, Απρίλιος 29, 2025)*

Ένα ακόμα σημαντικό χαρακτηριστικό του fandom είναι η έντονη πολιτισμική και κοινωνική παρουσία σε παγκόσμιο βαθμό. Οι Swifties αποτελούν ένα fandom που περιλαμβάνει μέλη διαφόρων ηλικιών και εθνοτικών ομάδων. Η παρουσία του fandom αν και μικρότερη σε έκταση απ' ότι σήμερα, ήταν φανερή πολύ πριν την έξαρση των social media, εξέλιξη που καθρεφτίζει την τεράστια δύναμη του.

Σύμφωνα με τους Altman και Blackwell, η δύναμη και η επιρροή του συγκεκριμένου fandom ξεπερνάει τα όρια της μουσικής βιομηχανίας. Μέσα από την κοινωνική του δομή με στοιχεία όπως η συμπερίληψη, η αλληλοϋποστήριξη και η ευγένεια, οι Swifties γίνονται πρότυπο μίας δυνατής και ενωμένης κοινότητας θαυμαστών (Altman & Blackwell, 2024). Οι γερές βάσεις της κοινότητας αυτής οφείλονται πιθανώς στις φιλίες που δημιουργούνται εντός αυτής, είτε στις συναυλίες και στις πλατφόρμες των ΜΚΔ και γενικότερα στην συναισθηματική υποστήριξη που προσφέρεται εντός του fandom. Για πολλούς, το να είναι Swifties δεν είναι απλά ένα χόμπι, αλλά μία ουσιαστική πτυχή της ταυτότητάς τους (Pazzanese, 2023).

Το fandom των Swifties, λοιπόν, αποτελεί σύγχρονο παράδειγμα του πώς μία κοινότητα θαυμαστών μπορεί να διαμορφωθεί γύρω από κοινές αξίες, συναισθήματα και ταυτότητα. Έτσι, η μελέτη του φαινομένου αυτού δύναται να «φωτίσει» την

---

<sup>25</sup> Τα secret sessions αποτελούν μυστική δράση της τραγουδίστριας όπου πριν από κάθε κυκλοφορία ενός δίσκου της, θα διάλεγε μια μερίδα θαυμαστών της και θα τους καλούσε σπίτι της για να ακούσουν μαζί το άλμπουμ και να ακούσει τις απόψεις τους.

κατανόηση του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν τα σύγχρονα fandoms στη μετα-ψηφιακή εποχή, αναδεικνύοντας το ρόλο της μουσικής και της ταυτότητας ως μέσα κοινωνικής συνοχής, ενδυνάμωσης και σύνδεσης.

### 3.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ SWIFTIES

Από την περίοδο μεταξύ του 2022 και του 2024 διεξήχθησαν μερικές στατιστικές/δημογραφικές έρευνες για το fandom των Swifties. Οι παρακάτω έρευνες περιορίστηκαν κυρίως στην Αμερική, ενώ μία από αυτές (της ομάδας του Presale Code Finder) προσπάθησε μέσα από στατιστικούς υπολογισμούς να προσφέρει μία εκτίμηση της παγκόσμιας κλίμακας του συγκεκριμένου fandom. Παρακάτω είναι οι πίνακες αποτελεσμάτων από κάθε έρευνα ξεχωριστά, καθώς και μερικές σημαντικές πληροφορίες για την μεθοδολογία της κάθε έρευνας που ακολουθήθηκε.

Ανάλυση της ομάδας του Presale Code Finder (Μάιος 2024):

Η συγκεκριμένη ανάλυση που έγινε τον Μάιο του 2024, ακολούθησε πέντε διαφορετικές μεθόδους για να καταλήξει στα πιο κάτω αποτελέσματα. Συγκεκριμένα έγινε μια εκτίμηση του κοινού της καλλιτέχνης μετά από την ανάλυση:

- 1) Του αριθμού ακολούθων της στα ΜΚΔ
- 2) Των δεδομένων του Spotify
- 3) Της πληθυσμιακής παρουσίας σε συναυλίες της μαζί με τις πωλήσεις εισιτηρίων
- 4) Της πωλήσεις δίσκων
- 5) Της ανάλυσης των δεδομένων streaming

Σύμφωνα, λοιπόν, με αυτή την ανάλυση, η Taylor Swift διαθέτει περίπου 441,176 εκατομμύρια θαυμαστές παγκοσμίως, εκ των οποίων 88,23 εκατομμύρια θεωρούν τους εαυτούς τους Swifties. Παρακάτω ακολουθούν μερικά από τα σημαντικότερα πορίσματα της έρευνας:

Κατηγορία	Ποσοστό (%)	Σχόλια
Συνολικοί Θαυμαστές	53% στην Αμερική	441,176 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως
Swifties	16% στην Αμερική και περίπου 20% παγκοσμίως	88,23 εκατομμύρια άτομα παγκοσμίως
Χώρες	Αμερική (21.6%) Φιλιππίνες (10.6%) Ινδία (9.0%) Ινδονησία (6.4%) Βραζιλία (5.3%)	Οι πέντε κορυφαίες χώρες με τον μεγαλύτερο αριθμό θαυμαστών της Taylor Swift είναι οι ΗΠΑ, οι Φιλιππίνες, η Ινδία, η Ινδονησία και η Βραζιλία.

Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία, σύμφωνα με το Harris Poll (Απρίλιος 2024),

η μεθοδολογία της έρευνας ήταν η ακόλουθη:

Αυτή η έρευνα διεξήχθη διαδικτυακά στις ΗΠΑ από την Harris Poll από τις 22 έως τις 24 Μαρτίου 2024, σε ένα εθνικά αντιπροσωπευτικό δείγμα 2.043 ενηλίκων στις ΗΠΑ.

Η έρευνα αποτελείται από 1.059 γυναίκες και 984 άνδρες, συμπεριλαμβανομένων 204 ατόμων της Gen Z (ηλικίας 18-26), 619 Millennials (ηλικίας 27-42), 529 ατόμων της Gen X (ηλικίας 43-58) και 691 ατόμων της γενιάς των Boomers (ηλικίας 59 ετών και άνω).

Η έρευνα περιλαμβάνει επίσης 1.095 θαυμαστές της Taylor Swift. Ως «θαυμαστές» ορίζονται όσοι επέλεξαν το 5-10 σε μια κλίμακα θαυμασμού 10 βαθμών (όπου 1=«Όχι για μένα», 5=«Περίστασιακός θαυμαστής» και 10=«Είμαι Swiftie»). Μέσα σε αυτήν, υπήρχαν επίσης 333 «Swifties» superfans, που ορίζονται ως όσοι επέλεξαν είτε 10 στην κλίμακα fandom 10 βαθμών, είτε όσοι λένε ότι αυτοαποκαλούνται Swifties.

Παρακάτω ακολουθεί ένας συνοπτικός πίνακας με τα αποτελέσματα της έρευνας:

Κατηγορία	Ποσοστό (%)	Σχόλια
<b>Φύλο:</b>		
Γυναίκες:	63%	Εντονότερη παρουσία στις ηλικίες 18-34
Άνδρες:	37%	Αυξανόμενο ενδιαφέρον στις ηλικίες 25-44
<b>Ηλικιακή Ομάδα</b>		
18-34 ετών	45%	Η πιο ενεργή ηλικιακή ομάδα στο fandom
35-54 ετών	35%	Σημαντική παρουσία, ιδίως μεταξύ των μακροχρόνιων θαυμαστών
55+ ετών	20%	
<b>Εκπαίδευση:</b>		
Πανεπιστημιακό πτυχίο	50%	Υψηλό μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των θαυμαστών
<b>Εισόδημα:</b>		
>\$75,000 ετησίως	40%	Δυνατότητα για αγορά εισιτηρίων και merchandise
<b>Πολιτική Ταυτότητα:</b>		
Φιλελεύθεροι	55%	Αντανάκλαση των προοδευτικών απόψεων της καλλιτέχνης

Δημογραφικά Στοιχεία από το Viberate (Δεκέμβριος 2022). Η συγκεκριμένη ανάλυση προήλθε από την ομάδα της Viberate μέσα από την μελέτη και την ανάλυση τριών διαφορετικών παραμέτρων:

- 1) των στρατηγικών marketing της καλλιτέχνης
- 2) των αριθμών streams που έλαβε με την κυκλοφορία του *Midnights*
- 3) των πωλήσεων εισιτηρίων για την περιοδεία της.

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν έχουν ως εξής:

Κατηγορία	Ποσοστό (%)	Σχόλια
<b>Φύλο</b>		
Γυναίκες	65%	Ενεργή συμμετοχή σε online κοινότητες και διοργανώσεις της κοινότητας
Άνδρες	35%	Συμμετοχή κυρίως μέσω streaming και social media
<b>Ηλικιακή Ομάδα</b>		
18–24 ετών	40%	Βασικότερη ηλικιακή ομάδα στη δημιουργία και διάδοση περιεχομένου
25–34 ετών	35%	Συμμετοχή κυρίως σε αγορές εισιτηρίων και merchandise
35–44 ετών	15%	Σταθερή παρουσία, κυρίως μέσω streaming
45+ ετών	10%	Μικρότερη βάση θαυμαστών
<b>Δραστηριότητα</b>		
Εμπλοκή στα ΜΚΔ	Υψηλή	Ισχυρή παρουσία σε πλατφόρμες όπως TikTok, Instagram και Twitter
Συμμετοχή σε Συναυλίες	Μέτρια	Επηρεάζεται από διαθεσιμότητα εισιτηρίων και κόστος

### Παγκόσμια κατανομή:

Μέσα από την ανάλυση του ChartMasters (2018) επιχειρείται να δοθεί μια αποτίμηση της βάσης των Swifties σε παγκόσμια κλίμακα. Η ανάλυση αυτή στηρίχθηκε σε μια συλλογή δεδομένων από την πλατφόρμα του YouTube, συγκρίνοντας τη δημοτικότητα της Taylor Swift σε διάφορες χώρες σε σχέση με άλλους καλλιτέχνες. Φαίνεται ότι οι Swifties σημειώνουν ισχυρή παρουσία στις αγορές της Ασίας, με το Βιετνάμ να έρχεται πρώτο σε δημοτικότητα και πωλήσεις. Άλλες χώρες που σημειώνουν ψηλές πωλήσεις σύμφωνα με την συγκεκριμένη έρευνα είναι οι Ταϊβάν, Ινδία, Ταϊλάνδη, Μαλαισία, Σιγκαπούρη, Νεπάλ, Μπανγκλαντές, Χονγκ Κονγκ, Μιανμάρ, Καμπότζη, Ινδονησία, Φιλιππίνες.

Επιπλέον, η Taylor διατηρεί σημαντική μεν, πιο μέτρια παρουσία δε σε αγορές όπως οι ΗΠΑ (παρά τις υψηλές συνολικές ακροάσεις, η σχετική απόδοση είναι ελάχιστα πιο κάτω από το μέσο όρο), Καναδάς, Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία. Τέλος, σε αρκετές ευρωπαϊκές και λατινοαμερικανικές χώρες, ενώ υπάρχει μεγάλη πληθυσμιακή κατανομή των Swifties, η σχετική απήχηση της Swift είναι αισθητά χαμηλότερη από τις πιο πάνω χώρες/περιοχές.

### Πίνακας Συνοπτικής Παρουσίασης:

Κατηγορία	Κυρίαρχα Χαρακτηριστικά
Ηλικία	18–34 (Gen Z & Millennials)
Φύλο	Κυρίως γυναίκες (~60–62%)
Πολιτική Κλίση	Τείνουν προς τον προοδευτισμό/Δημοκρατικό Κόμμα
Ψηφιακή Εμπλοκή	Ενεργοί χρήστες στα social media, κυρίως Instagram & TikTok

### 3.2.2. ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΩΝ SWIFTIES

Συνεπώς, η σχέση μεταξύ της Swift και των θαυμαστών της ξεπερνά τα όρια της απλής «κατανάλωσης» της μουσικής, καθώς φαίνεται να αποτελεί ένα πολιτισμικό και κοινωνικό φαινόμενο. Το fandom των Swifties ξεχωρίζει όχι μόνο για το μέγεθός του, αλλά και για την πολυμορφία, τη δυναμική και κυρίως τις πρακτικές που έχει αναπτύξει. Μέσα από τις τελευταίες, στόχος του είναι να στηρίζει και να ερμηνεύσει το έργο και την προσωπικότητα της Taylor Swift.

Μερικές από τις κύριες πρακτικές που ακολουθεί το fandom είναι:

#### **Η υποστήριξη της καλλιτέχνης με κάθε δυνατό τρόπο.**

Η επιτυχία της Taylor Swift στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στη μοναδική σχέση που έχει δημιουργήσει με τους θαυμαστές της. Όπως σημειώνει η Horpper (2024), οι Swifties αισθάνονται πως η καλλιτέχνης μέσα από τη μουσική της τους «μιλάει» προσωπικά και για τον λόγο αυτό ανταποδίδουν με αφοσίωση και δράση. Είτε πρόκειται για υποψηφιότητες της Swift σε βραβεία, είτε για νέες κυκλοφορίες, οι Swifties κινητοποιούνται μαζικά για να δείξουν υποστήριξη στην καλλιτέχνη.

Αυτό το πετυχαίνουν με διάφορες πρακτικές όπως:

- την επαναλαμβανόμενη ακρόαση («λούπα») των νέων κυκλοφοριών της καλλιτέχνης πολλές φορές, ώστε να πάρουν πολλές μεταδόσεις (streams)
- την ψηφοφορία (όπου τους δίνεται η ευκαιρία να ψηφίσουν) σε διάφορες οργανώσεις βραβείων που είναι υποψήφια η καλλιτέχνης
- τις κοινοποιήσεις άρθρων, κομματιών, φωτογραφιών κ.α. της καλλιτέχνης σε όλες τις πλατφόρμες των ΜΚΔ.

Με αυτούς τους τρόπους οι θαυμαστές προσπαθούν να εξασφαλίζουν την επιτυχία της Swift, καθιστώντας έτσι την σχέση τους με την καλλιτέχνη έναν ισχυρό δεσμό που

αν και έχει παρατηρηθεί και σε άλλα fandoms της μουσικής βιομηχανίας με την έξαρση των ΜΚΔ, ποτέ δεν παρατηρήθηκε σε τόσο μεγάλο και έντονο βαθμό.

Με αυτούς τους τρόπους οι θαυμαστές προσπαθούν να εξασφαλίζουν την επιτυχία της Swift, καθιστώντας έτσι την σχέση τους με την καλλιτέχνίδα έναν ισχυρό δεσμό που αν και έχει παρατηρηθεί και σε άλλα fandoms της μουσικής βιομηχανίας με την έξαρση των ΜΚΔ, ποτέ δεν παρατηρήθηκε σε τόσο μεγάλο και έντονο βαθμό.

### **Ψηφιακή παρουσία του fandom:**

Η κοινότητα των Swifties λειτουργεί ως μία «δυναμική κοινότητα» με δικές της δομές (Federici, 2024). Μέσω πλατφόρμων όπως τα κοινωνικά δίκτυα και τα fan forums οι Swifties ανταλλάσσουν πληροφορίες, αναλύσεις και θεωρίες γύρω από τα έργα, τις κινήσεις και τις πιθανές νέες κυκλοφορίες της Swift. Η αποκωδικοποίηση των λεγόμενων *easter eggs*, –δηλαδή των κρυμμένων στοιχείων που η ίδια η καλλιτέχνίδα ενσωματώνει στις δουλειές της μετατρέποντας το έργο της σε ένα μεγάλο παζλ που οι θαυμαστές της καλούνται να λύσουν –, έχει μετατραπεί σε μια συλλογική εμπειρία, την οποία θαυμαστές από όλο τον κόσμο συνεργάζονται για να αποκωδικοποιήσουν βρίσκοντας ενότια μέσω αυτού (Rivera, 2024).

### **Μέσα τεχνολογίας και livestreams.**

Η τελευταία περιοδεία της καλλιτέχνιδας με τίτλο *The Eras Tour* είχε διάρκεια περίπου δύο χρόνων και αποτέλεσε ένα από τα σημαντικότερα θέματα συζήτησης εντός του fandom. Θαυμαστές από κάθε γωνιά του πλανήτη συντονίζονταν για να παρακολουθήσουν κάθε συναυλία της περιοδείας μέσα από live αναμεταδόσεις που γίνονταν από τους παρευρισκόμενους θαυμαστές σε διάφορες πλατφόρμες όπως το TikTok και το Youtube. Παρ' όλο που η κύρια λίστα τραγουδιών του σόου ήταν η ίδια, μερικά πράγματα ήταν διαφορετικά ανά συναυλία, όπως τα ρούχα της τραγουδίστριας, αλλά και τα «τραγούδια έκπληξη» (surprise songs) που θα εκτελούσε. Οι θαυμαστές είχαν τόση αγωνία να μάθουν τα πιο πάνω ξοδεύοντας τρεις ώρες από την ημέρα τους (ή και την νύχτα τους, καθώς οι ζώνες ώρας ήταν διαφορετικές για κάποιους θαυμαστές όταν η συναυλία μεταδιδόταν) για να δουν μία κακής ποιότητας αναμετάδοση της συναυλίας από το κινητό τους και αυτό αποτελούσε μια αναπόσπαστη κοινή πρακτική του fandom κατά την διάρκεια της περιοδείας.

Αυτή η αγωνία προχώρησε και εξελίχθηκε στο fandom και μετατράπηκε σε μια τεχνολογική καινοτομία. Η καινοτομία αυτή αποτελεί την δημιουργία της εφαρμογής Swift Alert και του παιχνιδιού Mastermind, όπου οι θαυμαστές είχαν την δυνατότητα να κάνουν προβλέψεις για τα ρούχα που θα φορούσε η Swift σε κάθε συναυλία, αλλά και τι τραγούδια έκπληξη θα επέλεγε να τραγουδήσει. Κάθε σωστή πρόβλεψη έδινε πόντους σε κάθε παίκτη και όλο αυτό εξελίχθηκε σε ένα παγκόσμιο παιχνίδι εντός της κοινότητας το οποίο, ενώ δεν είχε κανένα έπαθλο, είχε ως ανταμοιβή την απλή διασκέδαση και ενότια που προσέφερε στο fandom (McMahon, 2024). Επιπλέον, αυτή η πρακτική ενίσχυσε την αίσθηση συμμετοχής ακόμη και για τους θαυμαστές που δεν είχαν καταφέρει να παρευρεθούν στις συναυλίες της καλλιτέχνιδας, καθώς η δυνατότητα να παρακολουθούν και να αλληλεπιδρούν με την περιοδεία εξ αποστάσεως τους έδινε την εντύπωση ότι «συμμετέχουν» ενεργά στο γεγονός.

## Παραδόσεις: Τα Friendship Bracelets

Μια πρακτική που αποτέλεσε σήμα κατατεθέν των Swifties είναι τα βραχιολάκια φιλίας (friendship bracelets). Η πρακτική αυτή ξεκίνησε όταν η τραγουδίστρια στο τραγούδι του δίσκου της *Midnights*, που κυκλοφόρησε τον Νοέμβριο του 2022, με τίτλο *You're on your own kid* στη γέφυρα του κομματιού τραγουδάει τους εξής στίχους:

...So make the friendship bracelets, take the moment and taste it you've got no reason to be afraid... (μτφ. *Γι' αυτό λοιπόν φτιάξε τα βραχιόλια φιλίας, πάρε την στιγμή και γεύσου την, δεν έχεις λόγο να φοβάσαι...*)

Αυτοί οι στίχοι έδωσαν έμπνευση στους θαυμαστές της τραγουδίστριας, οι οποίοι τους έκαναν πράξη δημιουργώντας μια νέα παράδοση εντός της κοινότητας που έφτασε σε τόσο μεγάλες διαστάσεις με αποτέλεσμα άλλα fandoms να την υιοθετούν επίσης. Συγκεκριμένα, πριν από κάθε συναυλία της Swift, οι θαυμαστές θα μαζεύονταν σε μικρές ομάδες ή ακόμα και μόνοι τους και θα έφτιαχναν χειροποίητα βραχιόλια με λέξεις σχετικές από το fandom και την Taylor Swift. Έπειτα, την ημέρα της συναυλίας, αλλά ακόμη και τις μέρες πριν ή μετά, οι θαυμαστές θα αντάλλαζαν αυτά τα βραχιόλια με άλλους θαυμαστές. (βλ. φωτογραφία 1 στο παράρτημα) Αυτό μπορεί να γινόταν τυχαία στον δρόμο, έξω από το στάδιο της συναυλίας, κατά την διάρκεια της συναυλίας ή οποιαδήποτε άλλη στιγμή που ένας θαυμαστής εντόπιζε κάποιον άλλο θαυμαστή.

Αυτή η πρακτική χρησιμοποιήθηκε και ως μέσο marketing από διάφορες εταιρείες για να προσελκύσουν περισσότερη πελατεία μέσω των Swifties. Περισσότερο δε η πρακτική αυτή λειτούργησε ως μέσο κοινωνικής σύνδεσης και επικοινωνίας ανάμεσα στους θαυμαστές της Taylor Swift. (Brown, 2024· Wind, 2024)

## Κοινή Ορολογία και «Μυστική» Γλώσσα

Οι Swifties, μεταξύ άλλων, έχουν ενσωματώσει και μια δική τους ορολογία για να περιγράψουν διάφορα πράγματα εντός του fandom, γεγονός που ο Donovan (2023) αναφέρει πως οι γλωσσολόγοι ονομάζουν fanilect (fan + dialect). Η ορολογία αυτή περιέχει:

- ακρωνυμίες τραγουδιών (π.χ. IKYWT για το τραγούδι *I Knew You Were Trouble*)
- εσωτερικά αστεία (inside jokes) εντός του fandom που μόνο τα μέλη μπορούν να καταλάβουν

Αυτή η πρακτική προσφέρει στους θαυμαστές την αίσθηση ότι ανήκουν σε μια ιδιαίτερη κοινότητα με δική της «μυστική» γλώσσα και ενισχύει τους δεσμούς ανάμεσα τους (Johnson, 2024). Ο Donovan (2023) μέσα από την έρευνα του αναφέρει το εξής για την γλώσσα των Swifties:

*Έχει (η Swift) πάνω από 200 τραγούδια. Και οι Swifties γνωρίζουν αυτά τα τραγούδια τόσο καλά που μπορούν να συσχετίσουν τους στίχους τους με διαφορετικές κοινωνικές καταστάσεις μεταξύ τους. Στις ενότητες σχολίων στο Twitter ή στο TikTok θα δείτε τους Swifties να μιλάνε μεταξύ τους, χρησιμοποιώντας κυρίως στίχους τραγουδιών ως τρόπο επικοινωνίας τους.*

## Τελετουργικά συναυλιών:

Οι συναυλίες της Taylor Swift για έναν θαυμαστή της καλλιτέχνιδας αποτελούν μια μορφή τελετουργικής πράξης. Αυτό συμβαίνει γιατί οι Swifties συμμετέχουν ενεργά όχι απλώς ως ακροατές, αλλά και ως συντελεστές της συναυλίας ως έναν βαθμό. Κάτι

τέτοιο επιτυγχάνεται μέσα από συνθήματα, χειρονομίες και με τραγούδι από κοινού. Δηλαδή, αυτές οι ενέργειες αποτελούν αναπόσπαστα κομμάτια σε κάθε συναυλία των περιοδειών της (Langlois & Writer, 2024). Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι:

- στο τραγούδι *Bejeweled*, όταν η Swift λέει *And by the way...*, οι θαυμαστές ρωτούν φωνάζοντας *WHERE ARE YOU GOING, TAYLOR?* και εκείνη απαντά με τη συνέχεια του στίχου *I'm going out tonight*.
- στο τραγούδι *Fearless* η τραγουδίστρια στο τέλος της γέφυρας τραγουδάει *It's the first kiss, it's flawless, really something, it's fearless* και έπειτα συντονισμένα με όλο το κοινό σηκώνει τα χέρια της ψηλά κάνοντας το σχήμα καρδιάς. (βλ. φωτογραφία 2 στο παράρτημα)
- στο τραγούδι *You belong with me* κατά την διάρκεια της γέφυρας η τραγουδίστρια λέει τους στίχους *Oh, I remember you driving to my house in the middle of the night I'm the one who makes you laugh when you know you're 'bout to cry* και το κοινό με το τέλος αυτού του στίχου χτυπάει συγχρονισμένα με τον ρυθμό των ντραμς δύο παλαμάκια στο ρυθμικό σχήμα ενός δεκάτου έκτου με παρεστιγμένο όγδοο.

### **Θεματικά party**

Μια ευρέως διαδεδομένη πρακτική, ιδιαίτερα μετά την έξαρση της πανδημίας, είναι η διοργάνωση θεματικών party με θέμα την Taylor Swift σε διάφορα νυχτερινά μαγαζιά ανά τον κόσμο. Πιο συγκεκριμένα, οι θαυμαστές της ντύνονται με ότι θεωρούν πως εκφράζει την αγάπη τους για το fandom (π.χ. αντιγραφή ρούχων που φόρεσε η τραγουδίστρια, ρούχα εντός μιας θεματικής ενός άλμπουμ κλπ.), βάζουν glitter στο πρόσωπο και παρευρίσκονται όλοι μαζί σε ένα συγκεκριμένο μαγαζί που θα διοργανώνει ένα τέτοιο party. Η μουσική που παίζεται είναι αποκλειστικά της Taylor Swift και συνήθως αυτά τα party διαρκούν έως νωρίς τα ξημερώματα. Αυτά τα party μπορούν να διοργανωθούν είτε από κάποιο συγκεκριμένο μαγαζί με σκοπό να προσελκύσει κόσμο είτε από κάποιο μέλος της κοινότητας (Jennings, 2022) (Πανηγυροπούλου, 2025).

### **3.2.3. Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΩΝ SWIFTIES**

Οι Swifties μέσα από την θερμή υποστήριξη που προσφέρουν στην Swift καταφέρνουν να παίζουν καθοριστικό ρόλο και στην ενίσχυση των τοπικών, εθνικών, αλλά και διεθνών οικονομιών. Κάθε περιοδεία της καλλιτέχνιδας αποτελεί φορέα εσόδων για τις οικονομίες των περιοχών που επισκέπτεται. Το πιο πρόσφατο (και ίσως σημαντικότερο) παράδειγμα είναι η τελευταία περιοδεία της, το *The Eras Tour*, η οποία όχι μόνο κατέρριψε ρεκόρ εισιτηρίων και εσόδων, αλλά δημιούργησε οικονομικές ευκαιρίες σε κάθε πόλη που επισκεπτόταν, ενισχύοντας τον τουρισμό, την αγορά εργασίας, τις εθνικές φορολογίες και τη λιανική κατανάλωση.

Μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι Swifties υπολογίζεται ότι ξόδευσαν κατά μέσο όρο \$1300–\$1500 ανά άτομο, για να ζήσουν την εμπειρία του *The Eras Tour*, σε μεταφορικά μέσα, ξενοδοχεία, φαγητό και εμπορεύματα (U.S. Travel Association, 2023). Στις δαπάνες αυτές πρέπει να σημειωθεί ότι δεν συμπεριλαμβάνονταν οι τιμές των εισιτηρίων για την εκάστοτε συναυλία. Παράλληλα ενισχύθηκαν τα ανεξάρτητα καταστήματα και οι μικρές επιχειρήσεις που επέλεξαν να χρησιμοποιήσουν τις κυκλοφορίες της καλλιτέχνιδας και τις περιοδείες της ως έμπνευση για την δημιουργία νέων προϊόντων τους (Golsen, 2022). Η έντονη καταναλωτική αυτή συμπεριφορά πήρε

τον τίτλο "funflation", όρος που εξηγεί ακριβώς τη διάθεση για υπερκατανάλωση σε ψυχαγωγικές εμπειρίες, παρά τον πληθωρισμό στην οικονομία (Mitra, 2024).

Η καταναλωτική αυτή συνήθεια των Swifties (και παράλληλα κάθε κοινότητας θαυμαστών) αποτελεί ένδειξη της ανάγκης για απόκτηση κύρους στην ιεραρχία της κοινότητας. Δηλαδή, πολλοί αφοσιωμένοι θαυμαστές νιώθουν μια αόρατη πίεση να αγοράσουν όλο και περισσότερα αγαθά, να περιμένουν ώρες στην ουρά για να εξασφαλίσουν την πιο καλή και μπροστινή θέση σε μια συναυλία, να συμμετέχουν σε κάθε διοργάνωση σχετικά με την καλλιτέχνη απλώς για να νιώθουν πιο «καλοί» θαυμαστές από άλλους. Αυτό λοιπόν είναι ένα ζωντανό παράδειγμα όσων αναφέρθηκαν στη δεύτερη υποενότητα του πρώτου κεφαλαίου για την ανάγκη των αφοσιωμένων θαυμαστών να κρατάνε μια υψηλή θέση στην ιεραρχία της κοινότητας.

Επιπρόσθετα, η ζήτηση της περιοδείας από τους Swifties συνέβαλε καθοριστικά στην οικονομική ανάκαμψη πολλών πόλεων που επηρεάστηκαν από τις συνέπειες της πανδημίας και οδήγησαν σε εκτιμώμενη συνολική οικονομική ενίσχυση ύψους \$5 δισεκατομμυρίων (Gittens, 2024). Μερικά παραδείγματα με στατιστικές αναφορές από πόλεις που σημείωσαν οικονομική ανάκαμψη είναι:

- το Los Angeles, όπου οι έξι συναυλίες της Swift προκάλεσαν οικονομική επίδραση \$320 εκατομμυρίων, δημιούργησαν 3.300 θέσεις εργασίας και απέφεραν \$29 εκατομμύρια σε τοπικούς φόρους (Mitra, 2024).
- το Pittsburg, η πληρότητα των ξενοδοχείων έφτασε το 95%, το υψηλότερο ποσοστό που σημειώθηκε από την έξαρση της πανδημίας, ενώ οι συνολικές δαπάνες ανήλθαν στα \$46 εκατομμύρια, με το 83% των παρευρισκομένων να είναι επισκέπτες εκτός κομητείας (U.S. Travel Association, 2023).
- το Denver, δύο συναυλίες της Swift πρόσθεσαν \$140 εκατομμύρια στο ΑΕΠ του Κολοράντο σε μόλις έναν μήνα (Mitra, 2024).
- το Cincinnati η συνολική οικονομική συνεισφορά έφτασε τα \$48 εκατομμύρια, εκ των οποίων τα \$20 προήλθαν από μη ντόπιους επισκέπτες (U.S. Travel Association, 2023).
- η Philadelphia, η οποία κατά την περίοδο των συναυλιών της Swift, σημείωσε τον καλύτερο μήνα σε έσοδα ξενοδοχείων από την εποχή πριν του COVID-19 (Vetsch, 2023).

Η οικονομική δύναμη των Swifties, όμως, δεν περιορίζεται μόνο στις ΗΠΑ. Στην Ιαπωνία, η επίσκεψη της Swift απέφερε \$228 εκατομμύρια, εκ των οποίων \$162.7 εκατομμύρια πήγαν στην τοπική οικονομία του Τόκιο (Mitra, 2024). Η Πόλη του Μεξικού επωφελήθηκε με πάνω από \$59 εκατομμύρια, ενώ οι συναυλίες της στη Βραζιλία και το Ηνωμένο Βασίλειο προκάλεσαν εξάντληση δωματίων σε πόλεις όπως το Εδιμβούργο, το Λίβερπουλ και το Κάρντιφ (Vetsch, 2023).

Η φρενίτιδα γύρω από την αγορά εισιτηρίων ενίσχυσε ακόμη περισσότερο την οικονομική δυναμική του fandom. Τα εισιτήρια του *The Eras Tour* έφτασαν να μεταπωλούνται από ανεξάρτητους πωλητές για έως και \$11.000, με τη μέση τιμή να αγγίζει τα \$1.089 (Power, 2024). Αξιοσημείωτο είναι, μάλιστα, το γεγονός ότι το χάος που προκάλεσαν οι Swifties κατά την προπώληση εισιτηρίων στο Ticketmaster, οδήγησε σε δημόσιες συζητήσεις για τη μονοπωλιακή του δύναμη και επέφερε πιέσεις για αλλαγές στην πολιτική προστασίας καταναλωτών (TIME, 2023).

Η οικονομική επίδραση των Swifties ξεπερνά, όμως, τις συναυλίες. Οι Swifties έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων βινυλίου, με την Swift να είναι η δεύτερη πιο επιτυχημένη καλλιτέχνη σε πωλήσεις βινυλίου στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2021 (Golsen, 2022). Η προώθηση των βινυλίων από την καλλιτέχνη αύξησε το

ενδιαφέρον, κυρίως, του Gen-Z κοινού της για την αγορά βινυλίου, ενισχύοντας έτσι μικρά τοπικά δισκοπωλεία με υπογεγραμμένες εκδόσεις και κυκλοφορίες περιορισμένων εκδόσεων (limited edition) (Golsen, 2022).

Η οικονομική επίδραση των Swifties φάνηκε και στον κινηματογράφο. Πιο συγκεκριμένα, με την κυκλοφορία της ταινίας της περιοδείας *The Eras Tour* καταρρίφθηκαν τα ρεκόρ προπωλήσεων της AMC<sup>26</sup> μέσα σε μία ημέρα (Munoz, 2023).

Γενικά, η φήμη της Swift, σε συνδυασμό με την δυναμική των Swifties, επηρέασε οικονομικά ακόμη και τον αθλητισμό. Έτσι, η σχέση της καλλιτέχνιδας με τον παίκτη του NFL Travis Kelce οδήγησε σε 400% αύξηση πωλήσεων στις μπλούζες του, σε 53% αύξηση τηλεθέασης μεταξύ εφήβων κοριτσιών και ρεκόρ σε πωλήσεις εισιτηρίων για αγώνες στους οποίους έπαιζε η ομάδα του Kelce (Thomas, 2023).

Επομένως, σε μία εποχή όπου η εμπειρία υπερέχει του προϊόντος, οι Swifties επαναπροσδιορίζουν τη σχέση καταναλωτή-καλλιτέχνη, αποδεικνύοντας ότι ένα fandom μπορεί να αποτελέσει οικονομικό φαινόμενο παγκόσμιας κλίμακας.

#### 3.2.4. Ο ΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΩΝ SWIFTIES

Οι Swifties πέραν του τεράστιου οικονομικού αντίκτυπου που έχουν σημειώσει σαν fandom, έχουν επηρεάσει και άλλες παραμέτρους της καθημερινότητας, όπως η πολιτική και η κοινωνία. Αν και ξεκίνησαν ως μία βάση θαυμαστών με πυρήνα την μουσική, σήμερα αποτελούν ένα κοινωνικοπολιτικό φαινόμενο που επηρεάζει σημαντικά ζητήματα πολιτικής κινητοποίησης, οικονομικής επιρροής κ.α.

Το φαινόμενο των Swifties, λοιπόν, είναι μία από τις μεγαλύτερες ενδείξεις του τρόπου με τον οποίο τα fandoms είναι κάτι πολύ παραπάνω από απλές κοινότητες, καθώς κάποιες φορές αποτελούν (εν δυνάμει) φορείς κοινωνικής αλλαγής. Μερικοί τρόποι που φαίνεται άμεσα η πολιτική και κοινωνική επιρροή των Swifties είναι:

1. Κοινωνική αναγνώριση και πολιτική συμβολική σημασία: Η επιρροή των Swifties έχει επεκταθεί σε τέτοιο βαθμό που πλέον αναγνωρίζεται από δημόσιους φορείς και θεσμούς. Συγκεκριμένα κατά τη διάρκεια της *The Eras Tour*, αρκετές πόλεις προχώρησαν σε δημόσιες ενέργειες προς τιμήν της Taylor Swift και των θαυμαστών της. Ενδεικτικά παραδείγματα αποτελούν η πόλη Minneapolis, που κατά τη διάρκεια της *The Eras Tour* μετονομάστηκε επισήμως για τρεις μέρες σε "Swiftie-apolis", και η πόλη Santa Clara της Καλιφόρνιας, που ανακήρυξε την Swift ως επίτιμη δήμαρχο για τις ημέρες της περιοδείας της (Feredici, 2024). Αυτές οι ενέργειες δύνανται να ερμηνεύονται ως απλές πράξεις δημοσίων σχέσεων, αλλά παράλληλα και να αποτελούν δείγματα αναγνώρισης της πολιτισμικής δύναμης που φέρει η κοινότητα των Swifties.
2. Πολιτική κινητοποίηση και συμμετοχή στα κοινά: Τα τελευταία χρόνια οι Swifties έχουν αποδείξει με διάφορους τρόπους την τεράστια πολιτική δύναμη που κατέχουν. Με αφορμή την ίδια την Swift και τις πολιτικές της φιλελεύθερες πεποιθήσεις που εκφράζει δημοσίως, οι περισσότεροι θαυμαστές της παίρνουν

---

<sup>26</sup> Η AMC Entertainment Holdings, Inc. είναι μια αμερικανική αλυσίδα κινηματογραφικών αιθουσών που ιδρύθηκε στο Κάνσας Σίτι του Μιζούρι και τώρα εδρεύει στο Λίγουντ του Κάνσας. Είναι η μεγαλύτερη αλυσίδα κινηματογραφικών αιθουσών στον κόσμο.

την ίδια πολιτική στάση απέναντι σε φλέγοντα ζητήματα επηρεασμένοι πιθανώς από την ίδια την καλλιτέχνη. Τέτοιου είδους παραδείγματα αποτελούν ζητήματα γύρω από το κίνημα του φεμινισμού και της ισότητας ανάμεσα στα μέλη της LGBTQ+ κοινότητας (West, 2024). Έρευνες δείχνουν ότι ένα σημαντικό ποσοστό των Swifties μετά από παροτρύνσεις της ίδιας της καλλιτέχνηδας, συμμετείχε σε εγγραφές ψηφοφορίας (registered to vote), σε εκλογικές καμπάνιες, αλλά και σε ψηφιακές κινητοποιήσεις στα social media (Change Research, 2024). Ειδικότερα μετά τη δημόσια υποστήριξη της Swift προς την Kamala Harris κατά την εκλογική περίοδο του 2024, αρκετοί νέοι ψηφοφόροι δήλωσαν ότι ο λόγος που κινητοποιήθηκαν πολιτικά ήταν η πολιτική στάση της Taylor και της κοινότητας στην οποία ανήκουν (Dailey, 2024).

3. Νομοθετικές παρεμβάσεις και πιέσεις: Κατά τη διάρκεια πωλήσεων εισιτηρίων για την περιοδεία του *The Eras Tour* είχε δημιουργηθεί, όπως προαναφέρθηκε, μία έντονη κατακραυγή προς την πλατφόρμα πώλησης Ticketmaster για διάφορες πολιτικές της. Συγκεκριμένα, η πλατφόρμα επέτρεπε σε δεύτερα πρόσωπα και ρομπότ υπολογιστών εφόσον αγοράσουν κάποιο εισιτήριο, να το πουλήσουν ξανά σε τριπλάσια και τετραπλάσια ποσά γεγονός που δημιούργησε τεράστιες εντάσεις μέσα στην κοινότητα.

Αυτή η εξέλιξη συνέβη, γιατί:

- πολλοί θαυμαστές δεν προλάβαιναν να αγοράσουν εισιτήριο σε μια φυσιολογική τιμή.
- δινόταν χώρος σε μια επίσημη πλατφόρμα για οικονομική εκμετάλλευση της κοινότητας.

Η κατακραυγή λοιπόν των Swifties μετά το φιάσκο με το Ticketmaster οδήγησε σε μια σειρά θεσμικών παρεμβάσεων. Αρχικά προτάθηκαν —και έπειτα κάποια ψηφίστηκαν πέρασαν— νομοσχέδια όπως το *Fans First Act*, το *Taylor Swift Bill* και το *Save Our Swifties Act*, που στόχο είχαν τη ρύθμιση της διαφάνειας στις τιμές και την αντιμετώπιση των bots (robot). Η φωνή των Swifties κατάφερε και έφτασε στο Καπιτώλιο, κάτι που ελάχιστα fandoms έχουν πετύχει στο παρελθόν (Knopper, 2023)

4. Εκλογικό βάρος και πολιτική στρατηγική: Σύμφωνα με το Change Research (2024), περίπου το 10% των Αμερικανών ψηφοφόρων θεωρούν ότι είναι Swifties. Το δημογραφικό αυτό κοινό είναι ιδιαίτερα ενεργό εκλογικά, έχει υψηλό ποσοστό συμμετοχής στις εκλογές και ενισχύει φιλελεύθερες και προοδευτικές αξίες. Οι πολιτικοί, αναγνωρίζοντας τη δύναμη αυτής της κοινότητας, προσπαθούν να την προσεγγίσουν είτε μέσω άμεσων δηλώσεων είτε με έμμεσους συμβολισμούς, όπως νομοσχέδια με ονομασίες που παραπέμπουν σε τίτλους τραγουδιών της Swift (Knopper, 2023).
5. Ακτιβισμός και αλληλοβοήθεια: Η κοινότητα των Swifties έχει αποδείξει το πόσο ενωμένη είναι με διάφορες πράξεις ακτιβισμού εντός και εκτός του πλαισίου της. Παράδειγμα της βοήθειας που επικρατεί ανάμεσα στην κοινότητα

είναι η πρόσφατη πρωτοβουλία ενός μικρού μέρους της κοινότητας στην Ελλάδα που αναφέρεται λεπτομερώς στην ενότητα 1.3.1. (σελίδα 22) – Greek Swifties for Vienna.

### 3.2.5. ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΕ Η ΠΑΡΑΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΤΗΝ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΔΑ:

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η Taylor Swift απέκτησε φήμη από πολύ νεαρή ηλικία, με αυτή την φήμη να αυξάνεται ανά τα χρόνια. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργηθούν έντονες παρακοινωνικές σχέσεις ανάμεσα σε αυτή και τους θαυμαστές της. Ενώ ήδη έχουν αναφερθεί όλοι οι παράγοντες στους οποίους αυτές οι σχέσεις επηρέασαν θετικά διάφορους τομείς, είναι σημαντικό να αναφερθεί και η αρνητική τους διάσταση και το πώς επηρέασαν την καλλιτέχνη και την ίδια την κοινότητα (Bland, 2024). Μερικές από τις αρνητικές συνέπειες των παρακοινωνικών αυτών σχέσεων είναι οι ακόλουθες:

- Απώλεια Αυτονομίας και Ιδιωτικότητας: Πολλές φορές οι θαυμαστές ξεπερνούν τα όρια της παρακοινωνικής σχέσης καταφεύγοντας σε εμμονικές και επικίνδυνες συμπεριφορές τόσο ως προς το υποκείμενο θαυμασμό, όσο και του περίγυρού του. Η ίδια η Swift έχει παραδεχτεί ότι η φήμη της έχει στερήσει σημαντικά την αυτονομία της και την προσωπική της καθημερινότητα. Εδώ και χρόνια έχει παραδεχτεί ότι δεν μπορεί να οδηγήσει μόνη της αμάξι και ότι έχει δεχτεί πολλές απειλές απαγωγής τόσο αυτή, όσο και η οικογένειά της από άτομα τα οποία περίμεναν έξω από το σπίτι της. Αυτό οδήγησε στην απόφασή της να συνοδεύεται συνεχώς από ομάδα προσωπικής ασφάλειας ακόμα και στα πιο «ήσυχχα» μέρη (Swift, 2014).

Παράλληλα, η έκθεση που δέχεται, κυρίως στα ΜΚΔ, επιβαρύνει σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό την ιδιωτικότητα της και την προσωπική ζωή της. Αυτό συμβαίνει γιατί η προσωπική ζωή της αναλύεται καθημερινά και αδιαλείπτως από τους θαυμαστές της, αλλά και από δημοσιογραφικά άρθρα, γεγονός που με τη σειρά του πολλές φορές οδήγησε σε παραπληροφόρηση και σκληρή κριτική απέναντι στην καλλιτέχνη. Ακόμη και απλές δραστηριότητες, όπως η παρουσία της σε έναν αγώνα ποδοσφαίρου, δέχονται έντονη δημόσια αντίδραση (Bland, 2024).

- Συναισθηματική Καταπίεση και Κοινωνική Επιβάρυνση: Σε συνέντευξή της στο ABC News το 2014, η Swift παραδέχθηκε ότι πολλές φορές αποφεύγει διάφορες ενέργειες εξαιτίας της έντονης κοινωνικής επιβάρυνσης που μπορεί να επιφέρουν οι παρακοινωνικές σχέσεις με τους θαυμαστές της. Πιο συγκεκριμένα, ανέφερε σχετικά πως όταν είναι σε άσχημη ψυχολογική κατάσταση ή απλώς νιώθει κουρασμένη, αποφεύγει να βγει από το σπίτι, καθώς φοβάται μην αντικρίσει κάποιο θαυμαστή και ανταποκριθεί σε αυτόν/ην αρνητικά λόγω της κατάστασής της. Δήλωσε, επίσης, πως αναγνωρίζει ότι η κάθε δημόσια εμφάνισή της ισοδυναμεί με ένα «κοινωνικό γεγονός», το οποίο συνοδεύεται από μια ευθύνη, καθώς δεν μπορεί να ξεσπάσει αρνητικά όταν δεν νιώθει καλά, σε έναν θαυμαστή που θα της ζητήσει απλώς μια φωτογραφία (Swift, 2014). Η δήλωση της αυτή είναι απόδειξη της κοινωνικής πίεσης που μπορεί να βιώνει ένας καλλιτέχνης στην καθημερινή του ζωή, καθώς το κοινό τους περιμένει να είναι μονίμως σε μια θετική διάθεση και ψυχολογία όταν συναναστρέφεται μαζί του.

Επιπλέον, υπάρχει αρκετή πίεση για την διατήρηση μιας απεγάδιαστης εικόνας, η οποία θα ακολουθεί τα σημερινά στερεοτυπικά πρότυπα ομορφιάς, γεγονός που συμβάλλει στη διαίωνιση των μη ρεαλιστικών αυτών προτύπων σε παγκόσμιο επίπεδο. Η ίδια η Swift έχει μιλήσει δημόσια για το πώς την έχουν επηρεάσει αυτές οι προσδοκίες, καθώς την οδήγησαν σε διατροφική διαταραχή και στα όρια της

ανορεξίας. Αυτό, λοιπόν, είναι απόδειξη του πώς η φήμη και οι απαιτήσεις του κοινού μπορεί να επηρεάσουν την υγεία και την εικόνα του σώματός ενός καλλιτέχνη και ιδιαίτερα στο γυναικείο φύλο (Bland, 2024).

- Πίεση από την Κουλτούρα της Διασημότητας και το Διαδίκτυο: Η Swift στην ίδια συνέντευξή εξέφρασε, τη δυσαρέσκειά της απέναντι στην σύγχρονη pop κουλτούρα και στο πώς αντιμετωπίζει τις διασημότητες. Περιγράφει πώς τόσο οι θαυμαστές, όσο και το απλό κοινό θεωρεί συχνά ότι κάθε διασημότητα μονίμως προσποιείται μια συνεχής αμφισβήτηση της αυθεντικότητας, γεγονός το οποίο ενισχύεται από τη συνεχόμενη έκθεση στα ΜΚΔ. Αυτό δημιουργεί στην ίδια, αλλά και σε πολλά άλλα δημόσια πρόσωπα, την ανάγκη να αποδεικνύουν μονίμως την αυθεντικότητά τους. Δήλωσε ακόμη ότι ενώ η ίδια δεν θα αφήσει κανέναν να την οδηγήσει σε νευρική κατάρρευση, αναγνωρίζει ότι πολλοί διάσημοι φτάνουν σε αυτό το σημείο ακριβώς εξαιτίας αυτών των παρανοήσεων που προκαλούνται από τις παρακοινωνικές σχέσεις (Swift, 2014).

Τέλος, αν και το διαδίκτυο βοηθά τη Swift να συνδεθεί με τους θαυμαστές της, ταυτόχρονα ενισχύει μεγάλο μέρος της τοξικότητας που βιώνει η ίδια και συνεπώς και άλλα δημόσια πρόσωπα με μία μεγάλη βάση θαυμαστών. Το μίσος, οι φήμες και η παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο διαδίδονται γρήγορα με τις διασημότητες να γίνονται στόχος της τοξικής κουλτούρας και επιθετικότητας των θαυμαστών στο διαδίκτυο (Bland, 2024).

Συμπερασματικά, παρ' όλο που η Taylor Swift έχει χτίσει ένα βαθιά συνδεδεμένο και πιστό κοινό, το οποίο και ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την επιτυχία της, οι παρακοινωνικές αυτές σχέσεις έχουν το τίμημά τους τόσο στην ίδια, όσο και σε κάθε άλλη διασημότητα του σήμερα. Ο περιορισμός της ελευθερίας, η δημόσια έκθεση και η πίεση επηρεάζουν τόσο την ψυχική, όσο και τη σωματική της υγεία αποκαλύπτοντας τη σκοτεινή πλευρά της σύγχρονης pop κουλτούρας, ιδιαίτερα στην μουσική βιομηχανία (Bland, 2024).

Οι παρακοινωνικές σχέσεις ανάμεσα στα Swifties και την Taylor Swift επηρεάζουν, πάντως, εξίσου αρνητικά και τους ίδιους τους θαυμαστές. Αυτό χώρα γιατί μέσα από την παρακοινωνική σχέση πολλοί θαυμαστές φαίνεται να αναπτύσσουν μια μονόπλευρη ψευδαίσθηση οικειότητας με την Taylor Swift, νιώθοντας πως εκείνη είναι φίλη τους ή ακόμα και μέλος της οικογένειάς τους. Έτσι, πολλοί θαυμαστές χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη παρακοινωνική σχέση ως μηχανισμό διαχείρισης μοναξιάς. Αν και η σχέση είναι μονόπλευρη, η παρουσία της Swift προσφέρει ένα αίσθημα συντροφικότητας, προσφέροντας ταυτόχρονα μία προσωρινή παρηγοριά μέσω της μουσικής της και της παρουσίας της στα ΜΚΔ. Αυτό από μόνο του δεν κρίνεται αρνητικό, αλλά η συνεχής αναζήτηση επικοινωνίας χωρίς ανταπόκριση μπορεί πολλές φορές να ενισχύσει περαιτέρω το αίσθημα κοινωνικής απομόνωσης, ενώ ορισμένοι θαυμαστές φαίνεται να αναπτύσσουν εξάρτηση από το διαδικτυακό της περιεχόμενο ως μέσο για να νιώσουν καλύτερα, κάτι που ενδέχεται να έχει αρνητικές συνέπειες για την ψυχική τους υγεία σε βάθος χρόνου (Zafina & Sinha, 2024).

Παράλληλα, ένα άλλο χαρακτηριστικό του fandom είναι η έντονη ανάγκη υπεράσπισης της Taylor Swift απέναντι σε κάθε δημόσια επίθεση ή κριτική. Όταν γίνεται μια επίθεση ή μια αρνητική κριτική απέναντι στην καλλιτέχνη, πολλοί είναι οι θαυμαστές που θα βιώσουν αυτή την κριτική σαν να απευθύνεται στους ίδιους ή σε κάποιο «οικογενειακό» τους πρόσωπο. Αυτό αποδεδειγμένα οδηγεί σε λεκτική επιθετικότητα, ιδιαίτερα στο διαδίκτυο, σε έντονη συναισθηματική προσκόλληση και σε έλλειψη αντικειμενικότητας, με τους θαυμαστές να αδυνατούν να δεχτούν οποιαδήποτε

διαφορετική άποψη για το είδωλό τους. Έτσι, ενισχύεται μια τοξική κουλτούρα άμυνας, όπου κάθε μορφή διαφωνίας ή κριτικής ερμηνεύεται ως προσωπική επίθεση (Albaladejo, 2023).

Συμπερασματικά, η παρακοινωνική σχέση ανάμεσα στην Taylor Swift και τους θαυμαστές της, ενώ προσφέρει παρηγοριά, θαυμασμό και ένα αίσθημα ταύτισης φαίνεται ότι έχει και σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις απέναντι στους θαυμαστές της. Η μονόπλευρη φύση των παρακοινωνικών σχέσεων, η υπερβολική συναισθηματική εμπλοκή και η έντονη ψηφιακή εξάρτηση δύνανται να οδηγήσουν σε σοβαρές αρνητικές επιπτώσεις στην ψυχική υγεία, την κοινωνική συμπεριφορά και την προσωπική ανάπτυξη των θαυμαστών της.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Νεότερη πληροφορία: Την Παρασκευή 30/5/2025 η καλλιτέχνιδα μέσω δημοσίευσής της στους προσωπικούς της λογαριασμούς στα social media κοινοποίησε τέσσερις φωτογραφίες στις οποίες κρατούσε τους πρώτους έξι δίσκους της, των οποίων τα δικαιώματα είχε χάσει, συνοδευόμενους από ένα γράμμα (το οποίο υπάρχει στο Παράρτημα της εργασίας) γραμμένο από την ίδια. Στο γράμμα αυτό, λοιπόν, ανακοίνωσε ότι μέσα από την υποστήριξη που της έδειξε το fandom της τόσο στις επανακυκλοφορίες των παλιών της άλμπουμ με την επωνυμία (“Taylor’s Version”) όσο και στην περιοδεία της *The Eras Tour* κατάφερε να αποκτήσει την ανάλογη οικονομική δύναμη για να μπορέσει να εξαγοράσει πίσω τα δικαιώματα της προηγούμενης δουλειάς της.

Το γεγονός αυτό συνδέεται άμεσα με την παρούσα έρευνα, καθώς αποδεικνύει την τεράστια δύναμη που έχουν τα fandoms ως προς την οικονομική ενίσχυση της βιομηχανίας, αλλά και ως προς την ικανότητα τους να ασκούν πίεση για διάφορα φλέγοντα ζητήματα που αφορούν τους καλλιτέχνες, όπως για παράδειγμα εδώ η αυτονομία της δουλειάς τους.

#### 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το ερευνητικό ερώτημα της συγκεκριμένης εργασίας ήταν:

Τι στοιχεία και συμπεράσματα μπορούν να αντληθούν από την παρουσία και ισχύ των fandoms στην μουσική βιομηχανία, πριν και μετά την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Μετά την παράθεση των στοιχείων και των πληροφοριών που προηγήθηκαν μπορούμε να καταλήξουμε στα πιο κάτω συμπεράσματα σε σχέση με το ερώτημα που τέθηκε. Με βάση την έρευνα γύρω από τα fandoms των Beatles και της Taylor Swift, ως σημεία αναφοράς, το γενικό, και πιθανώς αναμενόμενο, συμπέρασμα είναι ότι τα fandoms πράγματι κατέχουν σημαντική ισχύ στην μουσική βιομηχανία. Αυτό που άλλαξε με την εμφάνιση των social media είναι ο τρόπος που ασκείται αυτή η επιρροή, η ισχύς στην οποία ασκείται καθώς και η εξέλιξή της. Τα συμπεράσματα που ακολουθούν είναι συγκριτικά με βάση τις δύο εποχές (προ-ΜΚΔ και μετά-ΜΚΔ):

- Ένα πράγμα που φαίνεται να έχει αλλάξει με την έλευση των ΜΚΔ είναι ο βαθμός και οι τρόποι συμμετοχής στα Fandoms. Κατά την προ-ψηφιακή περίοδο η συμμετοχή στα fandoms είχε ως βάση κυρίως την φυσική παρουσία. Δηλαδή περιορίζονταν σε πρακτικές όπως οι συναυλίες, οι αγορές προϊόντων και περιοδικών, οι διαζώσεις συμμετοχες σε fan club, οι ακροάσεις μουσικής μέσα από δίσκους και η παρακολούθηση ταινιών/παραστάσεων στον κινηματογράφο. Η μόνη εξαίρεση, που δεν απαιτούσε φυσική παρουσία του θαυμαστή - αλλά φαίνεται να αντικαταστάθηκε με τα social media - είναι η επικοινωνία μέσω επιστολών.

Επιπλέον η αλληλεπίδραση με άλλους θαυμαστές τότε, δεχόταν σημαντικούς γεωγραφικούς περιορισμούς. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τα fandoms να χωρίζονται σε μικρότερες υποκοινότητες με βάση τον τόπο καταγωγής των θαυμαστών. Με τον ερχομό των ΜΚΔ, αυτό φαίνεται να άλλαξε σημαντικά. Η συμμετοχή σε ένα fandom ενώ μπορεί να συμβαίνει και με φυσική παρουσία, δεν βασίζεται πλέον σε αυτή. Σήμερα τα ΜΚΔ καθιστούν πιο εύκολη την επικοινωνία και την διασύνδεση των θαυμαστών διότι τους δίνεται η δυνατότητα συνεχούς αλληλεπίδρασης από κάθε άκρη του κόσμου.

Ακόμη με την βοήθεια των ΜΚΔ αναπτύχθηκαν νέες πρακτικές εντός των fandoms όπως η δημιουργία των λεγόμενων edits<sup>28</sup>, η δημιουργία νέων τάσεων (trends)<sup>29</sup> στις πλατφόρμες των ΜΚΔ, οι ανοιχτές συζητήσεις σε πλατφόρμες όπως το TikTok και το Facebook, η ακρόαση μουσικής από οποιαδήποτε

---

<sup>28</sup> Ο όρος edits εδώ αφορά μια πρακτική που έχει επεξηγηθεί προηγουμένως. Τα λεγόμενα edits είναι ερασιτεχνικά μονταρισμένα βίντεο μιας διασημότητας από τους θαυμαστές (fan made). Τα βίντεο αυτά προωθούνται συνήθως σε σελίδες θαυμαστών κυρίως στο tik tok και το Instagram.

<sup>29</sup> Τάσεις ενός fandom (Fandom trends): Μια τάση σε ένα fandom αποτελεί μια ‘‘δημοφιλή’’ συμπεριφορά ή είδος περιεχομένου που δημιουργείται μέσα σε ένα fandom. Αυτές οι τάσεις μπορεί να είναι οτιδήποτε, από συγκεκριμένα στυλ τέχνης που δημιουργούνται από θαυμαστές έως και τάσεις ένδυσης εμπνευσμένες από το θέμα του fandom. Συχνά διαμορφώνονται από τη δημιουργικότητα των θαυμαστών, τις κοινές ερμηνείες και τον συλλογικό ενθουσιασμό που περιβάλλει τα κοινά ενδιαφέροντα του fandom.

ηλεκτρονική συσκευή μέσω των streaming πλατφορμών κ.α. Έτσι οι θαυμαστές δεν είναι πλέον μόνο απλοί καταναλωτές εντός της βιομηχανίας. Είναι παράλληλα και παραγωγοί (prosumer fans) που συμμετέχουν ενεργά στη δημιουργία και την κοινοποίηση περιεχομένου που σχετίζεται με το αντικείμενο θαυμασμού τους.

- Ως προς την οικονομική δύναμη και τις καταναλωτικές συνήθειες των fandoms, σημειώνεται μια σημαντική εξέλιξη. Πριν την ψηφιακή εποχή τα fandoms, ενώ προσέφεραν σημαντική οικονομική ανάπτυξη στην μουσική βιομηχανία, ήταν κάτι που περιοριζόταν κυρίως σε πωλήσεις δίσκων, εισιτηρίων και προϊόντων που προωθούνταν μέσω της δισκογραφικής εταιρείας του εκάστοτε καλλιτέχνη. Με την έξαρση των ΜΚΔ όμως τα fandoms φαίνεται πως δεν περιορίζονται πλέον μόνο στα πιο πάνω. Οι θαυμαστές ως παραγωγοί στο fandom, δημιουργούν οικονομικές «αλυσίδες» όπου:

- 1) προωθούν και πωλούν θεματικά προϊόντα (merch) σε μικρότερες πλατφόρμες όπως το etsy, το vinted ή ακόμη και το instagram.
- 2) δημιουργούν και εφαρμόζουν streaming καμπάνιες όπου συνεργάζονται για να αυξήσουν τον αριθμό των streaming (ροής/αναπαραγωγής) της μουσικής ενός καλλιτέχνη.

Οι οργανωμένες αυτές προσπάθειες φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά τις πωλήσεις, την κατάταξη ενός καλλιτέχνη στα charts και το σύνολο των streams που μπορεί να έχει σε πλατφόρμες όπως το spotify.

Έτσι η οικονομική κατάσταση της σημερινής βιομηχανίας, δεν βασίζεται μόνο στα προϊόντα της δισκογραφικής εταιρείας και τα έργα του καλλιτέχνη. Η οικονομία (της βιομηχανίας) ενισχύεται από μια συνέργεια, όπου θαυμαστές και δισκογραφικές/καλλιτέχνες δείχνει να έχουν έως και την ίδια ικανότητα παραγωγής και προώθησης προϊόντων.

- Όσον αφορά το κομμάτι των πρακτικών στα Fandoms (Fan practices) παρατηρείται η εξής διαφορά. Κατά την προ ψηφιακή εποχή, οι πρακτικές ενός fandom περιορίζονταν όπως ήδη αναφέρθηκε στο πλαίσιο φυσικής παρουσίας των θαυμαστών. Παράλληλα είχαν μια πιο αυθόρμητη φύση. Στην σημερινή εποχή όμως, η συμμετοχή σε ένα fandom συνοδεύεται από οργανωμένες πρακτικές με υψηλή αισθητική επιμέλεια από τους θαυμαστές. Όπως φάνηκε από το παράδειγμα των swifties, μια απλή συναυλία πλέον συνοδεύεται από διάφορες παραδόσεις όπως α) η ανταλλαγή χειροποίητων βραχιολιών (friendship bracelets) μεταξύ των θαυμαστών, β) τα οργανωμένα συνθήματα, γ) οι χορογραφίες κ.α. Συνεπώς η συμμετοχή μετατράπηκε από αυθόρμητη σε συνειδητά επιτελεστική.
- Ως προς την πολιτική, διακρίνεται και στις δύο εποχές μια επιδραστική ισχύς στα fandoms μόνο που στο παρελθόν φαίνεται ότι τα fandoms είχαν πρωταρχικό ψυχαγωγικό χαρακτήρα. Είναι επίσης σημαντικό να επισημανθεί - παρά τις εύλογες εξαιρέσεις- ότι κάθε fandom αποτελεί σε μεγάλο βαθμό, καθρέφτη των πολιτικών απόψεων του καλλιτέχνη που υποστηρίζει.

Μια σημαντική διαφορά που διακρίνεται σε σχέση με τα ισχύοντα σήμερα είναι πως, λόγω της άμεσης και συνεχούς ενημέρωσης που επικρατεί μέσω των

ΜΚΔ, τα fandoms έχουν την δυνατότητα να αντιδράσουν ταχύτερα και πιο οργανωμένα ως κοινότητα.

- Σημαντικό να αναφερθεί και το κομμάτι των παρακοινωνικών σχέσεων μεταξύ θαυμαστή και καλλιτέχνη. Κατά την προ-ψηφιακή περίοδο οι ζωές των καλλιτεχνών ήταν ορατές μέσα από περιοδικά, εφημερίδες και δημοσιογραφικών ρεπορτάζ στην τηλεόραση. Αυτό ως ένα βαθμό ενίσχυε την παρακοινωνική σχέση με την διαφορά ότι τότε υπήρχε έλλειψη αμεσότητας και ταχύτητας διάδοσης των ειδήσεων. Τότε οι παρακοινωνικές σχέσεις ήταν έντονες, με την διαφορά ότι οι θαυμαστές δεν μπορούσαν να νιώσουν τον βαθμό οικειότητας με τους καλλιτέχνες που προσφέρεται σήμερα μέσω των ΜΚΔ. Σήμερα με τα ΜΚΔ ο καλλιτέχνης βρίσκεται συνεχώς στο προσκήνιο καθώς υπάρχει περισσότερη ευελιξία και ταχύτητα στην διάδοση πληροφοριών γύρω από αυτόν.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα σήμερα να επηρεάζονται και οι δύο πλευρές (θαυμαστής-καλλιτέχνης) αρνητικά. Ο θαυμαστής προσκολλάται σε μια φαινομενική σχέση όπου η οικειότητα είναι αισθητή αλλά όχι υπαρκτή. Αυτό οδηγεί σε ακραίες περιπτώσεις όπου η αναζήτηση πρόσβασης, οδηγεί τον θαυμαστή σε παρεμβατικές ή παραβατικές συμπεριφορές<sup>30</sup> (όπως π.χ. η φυσική παρακολούθηση ενός καλλιτέχνη σε προσωπικούς του χώρους και στιγμές). Από την άλλη ο καλλιτέχνης, δυσκολεύεται να διατηρήσει την προσωπική του ζωή κρυφή από το κοινό, η οποία με την πρώτη ευκαιρία μεταδίδεται και διαδίδεται στα ΜΚΔ και τα ΜΜΕ. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επηρεάζεται σημαντικά η ψυχολογία του καλλιτέχνη. Αυτό φαίνεται να έχει οδηγήσει αρκετούς καλλιτέχνες στο να σταματήσουν εντελώς να μοιράζονται το οτιδήποτε, στις προσωπικές τους πλατφόρμες στα ΜΚΔ.

Ακόμη, οι καλλιτέχνες έχουν την δυνατότητα να μοιράζονται μόνο τις καλές τους στιγμές στα ΜΚΔ δημιουργώντας έτσι μια μη ρεαλιστική εικόνα για την καθημερινότητά τους. Αυτή η μη ρεαλιστική εικόνα μπορεί να επηρεάσει έντονα τους θαυμαστές οι οποίοι τείνουν σε μεγάλο βαθμό να πιστεύουν ότι αυτό που προβάλλεται από τους καλλιτέχνες, είναι η αλήθεια. Πολλοί θαυμαστές αποκτούν ψευδαισθήσεις για τον καλλιτέχνη αλλά ως προς τον τρόπο ζωής του, καθώς τείνουν να συγκρίνουν τις ζωές τους με αυτά που προβάλλονται στα media του.

- Τέλος μέσα από την έρευνα φαίνεται ότι ο έλεγχος τότε άνηκε εξ ολοκλήρου στις δισκογραφικές εταιρείες, τα media και ελάχιστα στους καλλιτέχνες. Η κοινή γνώμη σε ένα fandom ήταν ελεγχόμενη από το τι θα κυκλοφορούσε και θα επιτρεπόταν να πει ο καλλιτέχνης. Παράλληλα τα fandoms ως απλές καταναλωτικές κοινότητες, δεν είχαν την δύναμη να ασκήσουν πιέσεις στην βιομηχανία.

Σήμερα όμως οι καλλιτέχνες μαζί με τα fandoms διαμορφώνουν και επηρεάζουν τις λειτουργίες της βιομηχανίας. Αυτό φαίνεται και μέσα από το

---

<sup>30</sup> Αυτές οι παρεμβατικές και παραβατικές συμπεριφορές μπορούσαν να συμβούν και στην προ-ψηφιακή εποχή (όπως για παράδειγμα η δολοφονία του John Lennon) αλλά με περισσότερη δυσκολία εξαιτίας της έλλειψης ταχύτητας και αμεσότητας διάδοσης των νέων .

παράδειγμα της Taylor Swift στην συζήτηση περί αυτονομίας των καλλιτεχνών στις δισκογραφικές εταιρείες. Το ζήτημα αυτό παρόλο που τέθηκε από την καλλιτέχνη, δεν θα είχε την ίδια αποτελεσματικότητα αν δεν υποστηριζόταν τόσο ένθερμα από το fandom της. Αυτό αποτελεί μόνο ένα παράδειγμα από διάφορες περιπτώσεις που ένα fandom κατάφερε να ασκήσει πίεση στην μουσική βιομηχανία.

#### 4.1.ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ: FANDOMS ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ

Με βάση τα πιο πάνω συμπεράσματα, παρατίθεται ένας συγκριτικός πίνακας των κύριων διαφορών που παρατηρήθηκαν στα Fandoms μεταξύ των δύο εποχών – προ ψηφιακής και μετά ψηφιακής -.

<b>Παράμετρος</b>	<b>Πριν τα ΜΚΔ (Fandom αναφοράς: Beatlemania)</b>	<b>Μετά τα ΜΚΔ (Fandom αναφοράς: Swifties)</b>
<b>Μορφή Συμμετοχής</b>	Φυσική παρουσία, περιοδικά, επιστολές	Ψηφιακή κυρίως, καθημερινή, άμεση, παραγωγική-καταναλωτική
<b>Πρακτικές</b>	Αυθόρμητες, λιγότερο «σκηνοθετημένες».	Ενσυνείδητες, οργανωμένες, με αισθητική συνοχή.
<b>Κατανάλωση</b>	Παθητική αγορά υλικού προϊόντος.	Ενεργή συμμετοχή και στήριξη στο brand(μάρκα/εικόνα)του καλλιτέχνη.
<b>Πολιτική Ενεργοποίηση</b>	Σπάνια, έμμεση, κυρίως από τον καλλιτέχνη.	Οργανωμένη, άμεση, κυρίως από τα fandoms.
<b>Συναισθηματικός Δεσμός</b>	Φαντασιακός, ο καλλιτέχνης ως «μύθος»	Οικείος, άμεσος, έντονος
<b>Έλεγχος</b>	Μέσα ενημέρωσης & δισκογραφικές	Καλλιτέχνης & fandom
<b>Οικονομικός Ρόλος</b>	Καταναλωτής	Καταναλωτής + παραγωγός. Άμεση επιρροή στην αγορά.
<b>Κοινότητα</b>	Κυρίως σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.	Παγκόσμια και άμεσα δικτυωμένη.

Συμπερασματικά, η ερευνητική μελέτη του φαινομένου θα μπορούσε να συμπυκνωθεί επιγραμματικά στην φράση : Τα fandoms στην μουσική βιομηχανία δεν αποτελούν πια απλώς κοινότητες για έκφραση θαυμασμού` αλλά δυναμικούς φορείς κοινωνικής, πολιτικής και οικονομικής επιρροής, με τα ΜΚΔ να ενισχύουν την δύναμη και την φωνή τους εντός της βιομηχανίας.

## 4.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ

Η συγκεκριμένη έρευνα αναλύει μόνο ένα μικρό κομμάτι του πολυπαραμετρικού και συνεχώς εξελισσόμενου φαινομένου των fandoms. Για τον λόγο αυτό κρίνεται αναγκαίο να επισημανθούν μερικές θεματικές με τις οποίες θα μπορούσε να αναλυθεί περισσότερο το θέμα σε μελλοντικές έρευνες.

### **Διαπολιτισμική Ανάλυση των Fandoms**

Θα μπορούσε να γίνει μια ανάλυση του πως εκφράζονται τα fandoms σε διαφορετικά κοινωνικοπολιτισμικά περιβάλλοντα (π.χ. Ασία, Λατινική Αμερική, Μέση Ανατολή) Μέσα από αυτό το θέμα μπορούν επισημανθούν οι διαφορές (αν υπάρχουν) στον τρόπο συμμετοχής στο fandom. Ακόμη μπορεί να διερευνηθεί το πώς αλληλεπιδρούν μικρότερα τοπικά fandoms με την δυτική μουσική κουλτούρα.

### **Fandoms ως Καταναλωτική Δύναμη στην σύγχρονη κουλτούρα.**

Θα μπορούσε να εξεταστεί εκτενέστερα η οικονομική δύναμη των fandoms στην σημερινή εποχή. Να ερευνηθεί δηλαδή το πως η αγοραστική συμπεριφορά των θαυμαστών διαμορφώνεται μέσα από την επίδραση των ΜΚΔ. Ακόμη είναι σημαντικό, στο συγκεκριμένο θέμα, να γίνει μια διερεύνηση του ρόλου που έχει η αλγοριθμική προώθηση περιεχομένου σε πλατφόρμες όπως το Tik Tok ως προς την μετατροπή της αφοσίωσης των θαυμαστών σε ένα καταναλωτικό κεφάλαιο.

### **Η Εξέλιξη της Παραστατικής Συμμετοχής (Performative Participation)**

Ένα ενδιαφέρον θέμα που προκύπτει μέσα από την έρευνα είναι το κατά πόσο έχει αλλάξει η έννοια του “φανατικού” μετά τον ερχομό των ΜΚΔ. Στο συγκεκριμένο κομμάτι σημαντικό είναι να επισημανθεί το πως διαφοροποιείται η επιτελεστικότητα ενός θαυμαστή στον ψηφιακό δημόσιο χώρο του fandom σε σύγκριση με την φυσική παρουσία.

### **Συγκριτικές Μελέτες Fandoms Ανδρών και Γυναικών**

Ένα ζήτημα που προέκυψε μέσα από την έρευνα και αναφέρθηκε σε ελάχιστο βαθμό είναι οι διαφοροποιήσεις ανάμεσα σε fandoms που έχουν κύριο πληθυσμιακό ποσοστό τους άντρες σε σχέση με αυτά που έχουν κύριο πληθυσμιακό ποσοστό τις γυναίκες. Τι διαφοροποιήσεις υπάρχουν ως προς τον τρόπο έκφρασης και συμμετοχής στα fandoms ανάλογα με α) το φύλο και την φύση του καλλιτέχνη β) το κύριο φύλο των θαυμαστών.

### **Fandoms και Τεχνητή Νοημοσύνη / Μελλοντικές Τεχνολογίες**

Μετά την εξέλιξη των ΜΚΔ, εμφανίστηκε η εξέλιξη της τεχνητής νοημοσύνης. Έτσι κρίνεται αναγκαίο να διερευνηθεί θα είναι ο ρόλος της ΑΙ (π.χ. AI-generated music) στη διαμόρφωση των εμπειριών μέσα σε ένα fandom. Το ερώτημα είναι, θα μπορούσε να υπάρξει fandom γύρω από «ψηφιακούς» καλλιτέχνες χωρίς φυσική υπόσταση;

## 5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abercrombie, Nicholas and Brian Longhurst. 1998. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage
- Asher, P. (2019). *The Beatles from A to Zed* ([edition unavailable]). Henry Holt and Co.
- Babusiaux, F. (2018). *Les Beatles: De Liverpool à la conquête du monde*.
- Bacon-Smith, Camille. 1991. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Polity Press.
- Bennett, A. (2006). Punk's not dead: The continuing significance of punk rock for an older generation of fans. *Sociology*, 40(2), 219–235.
- Bennett, L., Booth, P. (2016). *Seeing Fans* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Berman, G. (2008). “We’re Going to See the Beatles!” ([edition unavailable]). Santa Monica Press.
- Berrone, P. (2024). Drew a map on your bedroom ceiling: fandoms, nostalgic girlhood and digital bedroom cultures in the Swiftie-sphere. *Celebrity Studies*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/19392397.2024.2338540>
- Blaney, J. (2008). *Beatles For Sale* ([edition unavailable]). Jawbone Press.
- Booth, P. (2017). *Digital Fandom 2.0* (2nd ed.). Peter Lang Inc., International Academic Publishers.
- Booth, P. (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (1<sup>st</sup> ed.). Wiley-Blackwell.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Harvard University Press.
- Buesnel, R. (2020). National Socialist Black Metal: a case study in the longevity of far-right ideologies in heavy metal subcultures. *Patterns of Prejudice*, 54(4), 393–408. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2020.1800987>
- Busse, K., & Hellekson, K. (2006). *Fan fiction and fan communities in the age of the Internet*. McFarland.
- Calvert, S. and Wilson, B. (2009) *The Handbook of Children, Media, and Development*. 1st edn. Wiley-Blackwell.
- Cavicchi, D. (1998). *Tramps like us: Music and meaning among Springsteen fans*. Oxford University Press.
- Collins, M. (2020). *The Beatles and Sixties Britain* ([edition unavailable]). Cambridge University Press.

- Collins, N., & Murphy, J. (2103). *Of Geeks and Achievers: Exploring Consumer Collective Tourism and the Infinite Game*. Paper presented at the World Marketing Congress, Melbourne, Australia. Academic Press.
- Du Noyer, Paul. (2002). *Liverpool: Wondrous Place – From the Cavern to the Capital of Culture*.
- Duchesne, S. (2010). *Fandom and performance: Understanding live fan experiences*. Routledge.
- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Eastin, M. (2013). *Encyclopedia of Media Violence* (1st ed.). SAGE Publications, Inc.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Fanick, C. R. (2019). “Call It What You Want”: The Impact of Fan Characteristics on Political Views Political Views.
- Feeney, P. (2010). *A 1960s Childhood* ([edition unavailable]). The History Press.
- Feldman-Barrett, C. (2021). *A Women’s History of the Beatles* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Fielder, H. (2022). *The Beatles* ([edition unavailable]). Flame Tree Music.
- Fowler, David. (2008). *Youth Culture in Modern Britain, c. 1920–c. 1970*.
- Freud, S. (1920). Beyond the pleasure principle. SE, 18: 1-64.
- Freud, S. (1922). Group psychology and the analysis of the ego. SE, 18: 65-143.
- Fuschillo, G. (2016). *Beyond the Market: The Societal Influence of Fandoms*. , 18.
- Fuschillo, G. (2020). Fans, fandoms, or fanaticism?. *Journal of Consumer Culture*, 20, 347 - 365.
- Giancola, J. (2009). *Rage From Within the Machine: Protest Music, Social Justice, and Educational Reform, a Collective Case Study* (Doctoral dissertation, Duquesne University).
- Goldsmith, Z. (2022). *Fanaticism* (1<sup>st</sup> ed.). University of Pennsylvania Press.
- Gould, J. (2007). *Can't Buy Me Love: The Beatles, Britain, and America*. New York: Harmony Books.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, L. (2017). *Fandom, Second Edition* (2<sup>nd</sup> ed.). NYU Press.

- Grossberg, L. (1992). *We gotta get out of this place: Popular conservatism and postmodern culture*. Routledge
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall et al. (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Routledge.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). *Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Hunt, A. (2023). *Beatlemania in America* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Hunt, C. (2023). *The Beatles and the Counterculture*. New York: Oxford University Press.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers*. NYU Press.
- Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. In *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, P. Booth (Ed.).
- Johnson, R. B. (2024). *You Belong with Me: What Communication Professionals Can Learn from Swifties*. West Virginia University.
- Junes, E. K. M. (2023). *Celebrity, music, and personal persona: A case study of Taylor Swift* [Master's thesis, Minnesota State University, Mankato].
- Kelly, P. (2024). *Beatlemania and Political Consciousness: Music as a Force for Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kelly, S. (2024). *How The Beatles Rocked The World* (1<sup>st</sup> ed). White Owl.
- Kozinets, R. V. (2001). Utopian enterprise: Articulating the meanings of Star Trek's culture of consumption. *The Journal of Consumer Research*, 28(1), 67–88.
- Leonard, J. (2016). *The Beatles and the 1960s: Music, Politics, and Protest*. London: Routledge.
- Lewis, L. (2002). *The Adoring Audience* (1<sup>st</sup> ed.). Routledge.
- Lewisohn, Mark. (2013). *The Beatles: All These Years – Volume One: Tune In*.
- Mäkelä, J. 2004. *John Lennon Imagined: Cultural History of a Rock Star*. New York: Peter Lang.

- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Mills, R. (2019). *The Beatles and Fandom* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Montes, V. (2024). *Sexism for Swifties: An Exploration of Gendered Attitudes and Boundary Maintenance in Fandom Across Social Media Platforms*.
- Nadzira Zafina & Annapurna Sinha (30 Jan 2024): *Celebrity-fan relationship: studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media*, *Media Asia*, DOI: 10.1080/01296612.2024.2304422
- Negus, Keith. (1992). *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*.
- Norman, P. (2011). *Shout!* ([edition unavailable]). Touchstone.
- Randall, D. (2017). *Sound system: The political power of music*. Pluto Press.
- Reilly, V. (2020). *The Beatles 101* ([edition unavailable]). Polaris.
- Reinhard, C. D. (2018). *Fractured fandoms*. In Lexington Books. <https://doi.org/10.5040/9781666992953>
- Reinecke, L. and Oliver, M. B. (2016) *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being*. 1st edn. Routledge.
- Steffen, Mark, "The Four Phases of the Beatles (1985)" (1985). *The Valpo Core Reader*. 509.
- Stever, G. et al. (2021) *Understanding Media Psychology*. 1st edn. Routledge.
- Stever, G.S. (2017). *Parasocial Theory: Concepts and Measures*. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (eds P. Rössler, C.A. Hoffner and L. Zoonen).
- Street, J. (2013). *Music and Politics* (1st ed.). Polity.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.
- Wang, C. X. (2020). *Handbook of research on the impact of fandom in society and consumerism*. IGI Global
- Womack, K. (2016). *The Beatles Encyclopedia* (1st ed.). Greenwood.
- Womack, K. (2022). *Long and Winding Roads, Revised Edition* (1st ed.). Bloomsbury Academic.
- Yates, S. J., Evans, S. R., & Jones, M. (2016). *Beatles heritage in Liverpool and its economic and cultural sector impact: A report for Liverpool City Council*.

## 5.1. ΔΙΚΤΥΟΓΡΑΦΙΑ

ABC News. (2014, October 23). Taylor Swift reveals how fame has changed her Day-to-Day life. ABC News. <https://abcnews.go.com/Entertainment/taylor-swift-reveals-fame-changed-day-day-life/story?id=26376302>

Albaladejo, A. (2023, July 15). Denver 7 Colorado News (KMGH). Denver 7 Colorado News (KMGH). <https://www.denver7.com/news/local-news/inside-the-psychology-of-taylor-swift-superfans>

Altman, D., & Blackwell, L. (2024, October 7). Swifties: Bridging divides in a Fragmented World - Center for Creative Leadership - Innovation. Center for Creative Leadership - Innovation. <https://cclinnovation.org/news-posts/swifties-bridging-divides-in-a-fragmented-world/>

Beckett, J. (2024, July 10). 'Dear John': Taylor's responsibility to her Swifties. Pursuit by the University of Melbourne. <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/dear-john-taylor-s-responsibility-to-her-swifties>

Bland, G. (2024, March 21). Taylor Swift's huge impact on the world. StoryMaps. <https://storymaps.com/stories/e4f1bd731bfe410288f46add0cfa6cf5>

Brown, A. (2024, June 10). Thousands of Taylor Swift fans made huge impact on Edinburgh. <https://www.bbc.com/news/articles/cevv8nrxy70o>

Bruner, R. (2023, October 26). How 1989 Changed Taylor Swift's Career Forever. TIME. <https://time.com/6328790/taylor-swift-1989-2/>

Byrnes, Cassidy, "We Would Be Friends: Fans, Musicians and Social Media" (2023). INSPIRE Student Research and Engagement Conference. 84. <https://scholarworks.uni.edu/csbsresearchconf/2023/all/84>

Caneloro, C. (n.d.). 1989 (Taylor's Version) & Swiftie Consumerism. Pressbooks. <https://ecampusontario.pressbooks.pub/comm3p18/chapter/1989-taylors-version-swiftie-consumerism-comm-3p18-final-essay/>

Chernoff, V. (2024, February 8). Brown Art Review.  
<https://www.brownartreview.org/post/the-swiftie-phenomenon>

Collins, K. (2018, October 9). Taylor Swift's Instagram post Spurs spike in US voter registration. CNET. <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/taylor-swifts-instagram-post-spurs-spike-in-us-voter-registration/>

Dailey, H. (2024). Swifties for Kamala Harris Aren't Waiting Around for Taylor Swift's Endorsement to Take Action. Billboard. <https://www.billboard.com/culture/politics/taylor-swift-fans-kamala-harris-not-waiting-singer-endorsement-1235761235/>

De George, L. (2024, September 23). Taylor Swift: Engaging Audiences and the economy. <https://www.mheducation.com/highered/blog/2024/09/taylor-swift-engaging-audiences-and-the-economy.html>

Donica, A., & Caruso, C. (2025, May 30). Taylor Swift. Biography. <https://www.biography.com/musicians/taylor-swift>

Donovan, B. (2023, June 28). How Taylor Swift's Eras Tour transcended pop music [Video]. MSNBC.com. <https://www.msnbc.com/opinion/msnbc-opinion/taylor-swift-eras-tour-tickets-swifties-power-rcna91491>

Dreier, P. (2016, October 13). The Political Bob Dylan - Dissent Magazine. Dissent Magazine. [https://www.dissentmagazine.org/online\\_articles/the-political-bob-dylan/](https://www.dissentmagazine.org/online_articles/the-political-bob-dylan/)

Evers, K. (2025, March 1). The strategic genius of Taylor Swift. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2025/03/the-strategic-genius-of-taylor-swift>

Federici, S. (2025). Swifties Speak: A Discourse Analysis of Taylor Swift's Fan Base—Samantha Federici (2024) | RhetHawks. Rhethawks. <https://ccm.miamiu.haydenmneil.com/swifties-speak>

G. Gittens, C., Kohan, R., & Kuhn, D. (2024, December 10). How Swifties turned the ERAs Tour into an economic force [Video].

Golsen, T. (2022, January 20). Why Taylor Swift is the perfect ambassador for Record Store Day. Far Out Magazine. <https://faroutmagazine.co.uk/taylor-swift-perfect-ambassador-record-store-day/>

Gutierrez, L. (2023, June 29). Taylor Swift and her fans are such a phenomenon, this KU professor is studying them. Kansas City Star. <https://www.kansascity.com/article275545416.html#storylink=cpy>

Harris Poll. (2024). State of Taylor Swift April 2024. <https://theharrispoll.com/wp-content/uploads/2024/04/State-of-Taylor-Swift-April-2024.pdf>

Hebert, B. (n.d.). The Taylor Swift Impact – 5 months and \$5+ billion. U.S. Travel Association. <https://www.ustravel.org/news/taylor-swift-impact-5-months-and-5-billion?>

Heggeness, M. L. (2024, April 18). Taylor Swift isn't the economic force. it's her fans. TIME. <https://time.com/6968040/taylor-swift-swifties-economic-force/>

Hills, M. (2002). Fan cultures. Routledge.

Hopper, A., & Hopper, A. (2024, January 18). A Look at the Phenomenon of Taylor Swift's Fanbase: the Swifties. American

Horton, H. (2024). Swifties raise \$300,000 for Kamala Harris fundraiser. The Guardian. <https://www.theguardian.com/music/article/2024/aug/28/taylor-swift-fans-kamala-harris-fundraiser>

Hudgins, K. (n.d.). How Taylor Swift masterminded global success, explained by SOMD experts. School of Music and Dance. <https://musicanddance.uoregon.edu/TaylorSwift>

Jakša. (2022, October 27). How to Build a Fanbase That Can Break Ticketmaster. Viberate. <https://www.viberate.com/blog/music-promotion/how-to-build-a-fanbase-that-can-break-ticketmaster/>

Jennings, R. (2022, June 1). Staring down 30 at the Taylor Swift dance party. Vox. <https://www.vox.com/the-goods/23149181/taylor-swift-dance-party>

Johnson, A. (2024, June 6). How many fans does Taylor Swift have in 2024? Metro. <https://metro.co.uk/2024/06/06/many-fans-taylor-swift-20986907/>

Kelly, L. (n.d.). Taylor Swift and her economic impact. The Spectator. <https://spectator.lfanet.org/7308/ae/taylor-swift-and-her-economic-impact/>

Knopper, S. (2023, June 15). Hate Ticketmaster? love Taylor Swift? Politicians are backing new bills to get your vote. Billboard. <https://www.billboard.com/lists/taylor-swift-ticketmaster-politics-new-bills-swifties-votes/>

Kohan, R. K., Gittens, C. G. G., & Kuhn, D. K. (2024, December 10). How Swifties turned the ERAs Tour into an economic force: This is how Taylor Swift's ERAS tour impacted the economy. [Video]. TheStreet. <https://www.thestreet.com/video/taylor-swifts-economic-impact-by-the-numbers>

Kopstein, J., & Espada, M. (2023b, August 23). The Staggering Economic Impact of Taylor Swift's Eras Tour. Time. <https://time.com/6307420/taylor-swift-eras-tour-money-economy/>

Langlois, D. (n.d.). What is it About Those Swifties? The Falcon Press. <https://fmsfalconpress.org/4282/world-national-news/what-is-it-about-those-swifties/>

Lynskey, D. (2018, March 22). Beatlemania: "the screamers" and other tales of fandom. The Guardian. <https://www.theguardian.com/music/2013/sep/29/beatlemania-screamers-fandom-teenagers-hysteria>

Macnair, L. (2023, June 28). Understanding Fashwave: The Alt-Right's Ever-Evolving Media Strategy. GNET. <https://gnet-research.org/2023/06/28/understanding-fashwave-the-alt-rights-ever-evolving-media-strategy/>

Mark, A. (2025, February 12). Taylor Swift: The Journey of a Superstar. The Science Survey. <https://thesciencesurvey.com/arts-entertainment/2025/02/12/taylor-swift-the-journey-of-a-superstar/>

McIntosh, B. S. (2022, October 21). Taylor Swift: Midnights praised by critics despite lack of radio hits. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-63341633>

McMahon, K. (2024, December 6). Games, Streams and Memes: It's the End of an Era for Fans Who Powered Taylor Swift's Eras Tour. Billboard. <https://www.billboard.com/music/pop/swifties-eras-tour-taylor-swift-1235846630/>

MOCA Business Services. (2024, September 11). In her political era: Taylor Swift's Persuasion Effect - Change research. Change Research. <https://changeresearch.com/taylor-swift/>

Motlik, M. (2021, April 18). Taylor Swift: Past and present. <https://www.thegazelle.org/issue/203/taylor-swift-past-present>

Oxford University Press. (n.d.). Fandom, n. In Oxford English dictionary. Retrieved June 11, 2025, from <https://doi.org/10.1093/OED/6603613080>

Patel, N. (2014b, July 7). Taylor Swift doesn't understand supply and demand. Vox. <https://www.vox.com/2014/7/7/5878603/taylor-swift-doesnt-understand-supply-and-demand>

Pazzanese, C. (2024, February 13). So what exactly makes Taylor Swift so great? Harvard Gazette. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/08/so-what-exactly-makes-taylor-swift-so-great/>

Petridis, A. (2022, October 21). Taylor Swift: Midnights review – small-hours pop rich with self-loathing and stereotype-smashing. The Guardian. <https://www.theguardian.com/music/2022/oct/21/taylor-swift-midnights-review-small-hours-pop-rich-with-self-loathing-and-stereotype-smashing>

Power, S. (2024, April 18). How much it costs to be a Taylor Swift fan. Newsweek. <https://www.newsweek.com/swifties-news-taylor-swift-fan-cost-eras-expensive-1891791>

Presale Code Finder. (2025). How Many Fans Does Taylor Swift Have? <https://presalecodefinder.com/how-many-fans-does-taylor-swift-have/>

Ray, & Michael. (2025, May 30). Taylor Swift | Songs, Albums, Eras Tour, Travis Kelce, & Facts. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Taylor-Swift>

Rivera, E. (2024b, October 3). More Than Fans: How Swifties are reshaping pop culture and Society | Entertainment. <https://www.wokewaves.com/posts/taylor-swift-and-the-power-of-swifties-a-deep-dive-into-their-global-impact>

Rolling Stone. (n.d.). Tagged - Taylor Swift. <https://www.rollingstone.com/t/taylor-swift/>

Smith, O. (2014, December 9). Beatles firsts – Experimentation. Soapbox NZ. <https://soapboxnz.wordpress.com/2014/04/21/beatles-firsts-experimentation/>

Songwriter. <https://americansongwriter.com/a-look-at-the-phenomenon-of-taylor-swifts-fanbase-the-swifties/>

Steffen, M. (1985). “The Four Phases of the Beatles (1985).” [https://scholar.valpo.edu/core\\_reader/509/](https://scholar.valpo.edu/core_reader/509/)

Thomas, C. (2023, September 29). The Taylor Swift Effect Is Very Real and It’s Now Taking the Sports World by Storm. The Hollywood Reporter. <https://www.hollywoodreporter.com/lifestyle/lifestyle-news/taylor-swift-travis-kelce-impact-sports-nfl-ticket-sales-chiefs-game-viewership-1235604028/>

Vetsch, J. (2023, September 16). The cultural, economic impact of Taylor Swift. The Badger Herald. <https://badgerherald.com/music/2023/09/16/the-cultural-economic-impact-of-taylor-swift/>

Vieira, G. (2018, November 18). Taylor Swift's global Heatmap. ChartMasters. <https://chartmasters.org/taylor-swifts-global-heatmap/>

Vieira, G. (2023, February 9). Beatles global heatmap. ChartMasters. [https://chartmasters.org/beatles-global-heatmap/#the\\_results](https://chartmasters.org/beatles-global-heatmap/#the_results)

West, B. (2024, November 4). Fans talk Taylor Swift's political influence with Election Day around the corner. USA TODAY. <https://eu.usatoday.com/story/news/politics/elections/2024/11/04/fans-talk-taylor-swift-political-influence-ahead-of-election-day/75968705007/>

Wind, E. (2024, February 16). What's behind the Taylor Swift friendship bracelets trend? The Guardian. <https://www.theguardian.com/music/2024/feb/07/taylor-swift-eras-tour-australia-friendship-bracelets-inspiration-beads-explained>

Womack, K. (2019, September 26). 50 Years After Abbey Road, Why the Beatles Still Matter Today. <https://time.com/5685567/abbey-road-50-anniversary/>

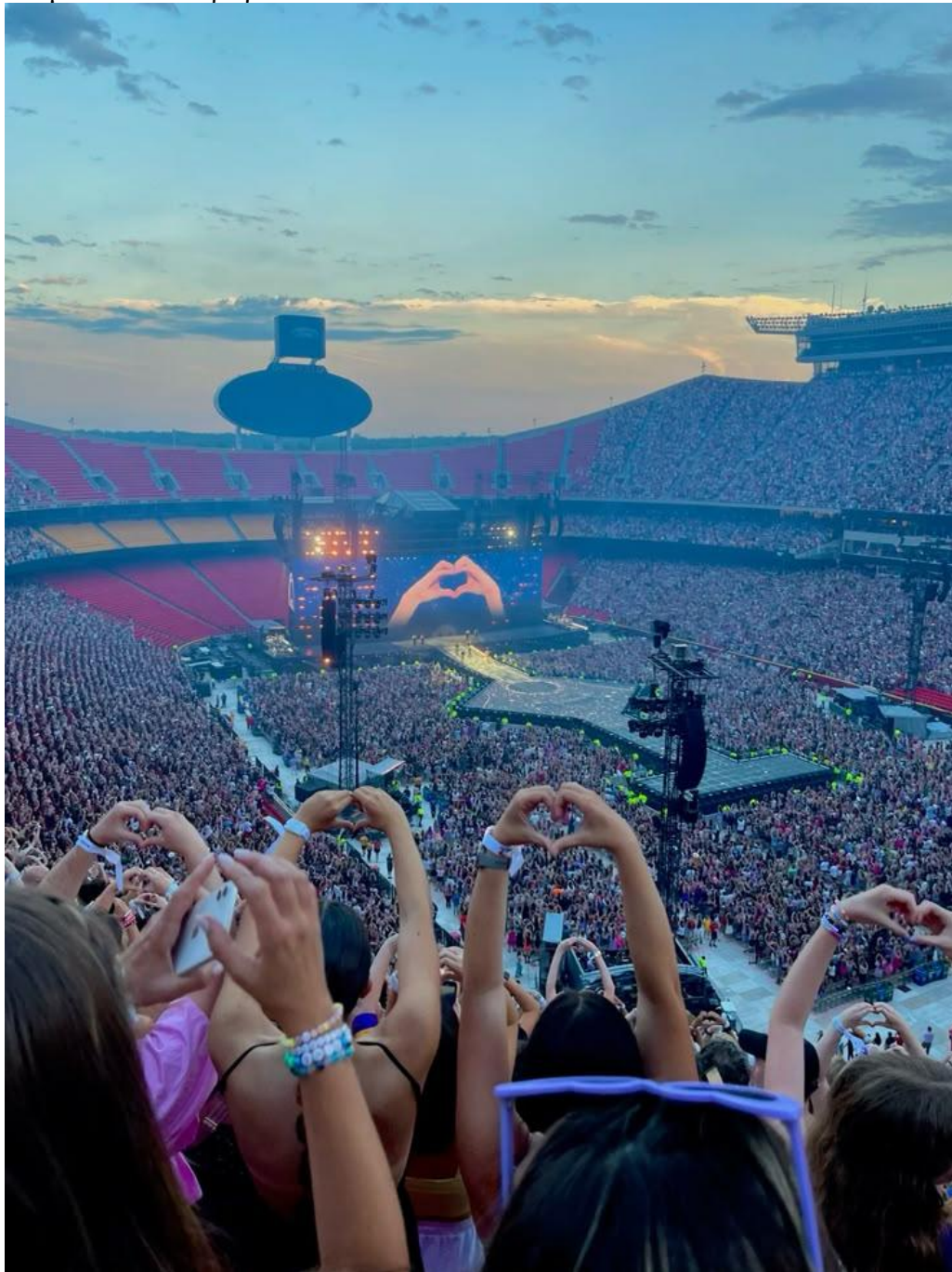
## 6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

- **Φωτογραφία 1:** ανταλλαγή friendship bracelets μεταξύ θαυμαστών σε συναυλία της Taylor Swift:



Ανταλλαγή friendship bracelets πριν την συναυλία του The Eras Tour στην Βαρσοβία, Πολωνία.  
Η φωτογραφία τραβήχτηκε από την συγγραφέα τον Αύγουστο 3, 2024

- Φωτογραφία 2: Οργανωμένη χειρονομία καρδιάς μεταξύ καλλιτέχνηδας και θαυμαστών στο τραγούδι fearless.



Elyse, E. (July 7, 2023). Taylor Swift Eras Tour Fearless Heart Hand Photo from Eras Tour Kansas City Night 1 July Concert. Pinterest. Retrieved June 17, 2025 <https://i.pinimg.com/736x/8d/fc/ec/8dfcec78f146244d81916c8ab8d1ec55.jpg>



«Γεια,

Προσπαθώ να συγκεντρώσω τις σκέψεις μου σε κάτι συνεκτικό, αλλά αυτή τη στιγμή το μυαλό μου είναι απλώς μια παρουσίαση διαφανειών. Μια ακολουθία αναδρομών από όλες τις φορές που ονειρευόμουν, ευχόμουν και λαχταρούσα μια ευκαιρία να σας πω αυτά τα νέα. Όλες τις φορές που ήμουν τόσο κοντά να το φτάσω μόνο και μόνο για να μου ξεφύγει. Σχεδόν σταμάτησα να σκέφτομαι ότι θα μπορούσε ποτέ να συμβεί, μετά από 20 χρόνια που το καρτό κρεμόταν και μετά τραβιόταν μακριά (Αγγλικό σχήμα λόγου). Αλλά όλα αυτά ανήκουν πλέον στο παρελθόν. Ξεσπάω σε κλάματα χαράς σε τυχαία χρονικά διαστήματα από τότε που ανακάλυψα ότι αυτό πραγματικά συμβαίνει. Πραγματικά μπορώ να πω αυτά τα λόγια:

Όλη η μουσική που έχω δημιουργήσει ποτέ... τώρα ανήκει... σε μένα.

Και όλα τα μουσικά μου βίντεο.

Όλες οι ταινίες συναυλιών.

Το εξώφυλλο των άλμπουμ και οι φωτογραφίες.

Τα ακυκλοφόρητα τραγούδια.

Οι αναμνήσεις. Η μαγεία. Η τρέλα.

Κάθε εποχή.

Το έργο ολόκληρης της ζωής μου.

Το να πω ότι αυτό είναι το μεγαλύτερο όνειρό μου που έγινε πραγματικότητα είναι στην πραγματικότητα αρκετά συγκρατημένο. Για τους θαυμαστές μου, ξέρετε πόσο σημαντικό ήταν αυτό για μένα - τόσο πολύ που ηχογράφησα ξανά και κυκλοφόρησα σχολαστικά τέσσερα από τα άλμπουμ μου, ονομάζοντάς τα Taylor's Version. **Η ένθερμη υποστήριξη που δείξατε σε αυτά τα άλμπουμ και η επιτυχία που μετατρέψατε την περιοδεία The Eras Tour είναι ο λόγος που μπόρεσα να αγοράσω πίσω τη μουσική μου.** Δεν μπορώ να σας ευχαριστήσω αρκετά που με βοηθήσατε να επανενωθώ με αυτή την τέχνη στην οποία έχω αφιερώσει τη ζωή μου, αλλά δεν είχα ποτέ μέχρι τώρα.

Το μόνο που ήθελα πάντα ήταν η ευκαιρία να δουλέψω αρκετά σκληρά ώστε να μπορέσω μια μέρα να αγοράσω τη μουσική μου απευθείας χωρίς δεσμεύσεις, χωρίς συνεργασία, με πλήρη αυτονομία. [...] Αυτή ήταν μια επιχειρηματική συμφωνία για αυτούς, αλλά πραγματικά ένιωσα ότι το είδαν για αυτό που ήταν για μένα: Οι αναμνήσεις μου και ο ιδρώτας μου και το γραφικό μου χαρακτήρα και οι δεκαετίες των ονείρων μου. Είμαι ατελείωτα ευγνώμων. Το πρώτο μου τατουάζ μπορεί να είναι απλώς ένα τεράστιο τριφύλλι στη μέση του μετώπου μου.

[...]

**Είμαι εξαιρετικά ενθαρρυμένη από τις συζητήσεις που έχει αναζωπυρώσει αυτή η ιστορία στον χώρο μου μεταξύ καλλιτεχνών και θαυμαστών. Κάθε φορά που ένας νέος καλλιτέχνης μου λέει ότι διαπραγματεύτηκε να κατέχει τις κύριες ηχογραφήσεις του στο συμβόλαιο δισκογραφίας του λόγω αυτής της διαμάχης, μου θυμίζει πόσο σημαντικό ήταν να συμβούν όλα αυτά.** Σας ευχαριστώ που δείχνετε ενδιαφέρον για κάτι που παλιά θεωρούταν πολύ βιομηχανικό για ευρεία συζήτηση. Δεν θα μάθετε ποτέ πόσο σημαίνει για μένα ότι νοιαζόσασταν. Κάθε κομμάτι του μετρούσε και μας κατέληξε εδώ.

**Χάρη σε εσάς και την καλή σας θέληση, την ομαδική εργασία και την ενθάρρυνσή σας, τα καλύτερα πράγματα που ήταν ποτέ δικά μου... επιτέλους είναι.**

Ενθουσιασμένη και έκπληκτη,

Taylor»

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΟΝ KEVIN HOWLETT (ΑΓΓΛΙΚΑ ΜΕ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ)

**Question: I think maybe the important thing to start with is what period are you defining Beatlemania to be?**

Ερώτηση: Νομίζω ότι ίσως το σημαντικό πράγμα για να ξεκινήσουμε είναι, ποια περίοδο ορίζετε ως Beatlemania;

*There are there are different ways of defining it. You know the the word Beatlemania was used by the press in October 1963 that, that's when it was called Beatlemania and that was really that era towards the end of 1963 was the peak of Fan hysteria in the UK? And then of course, when they breakthrough in America and internationally you have Beatlemania across the world. And you could take it up to as you're taking it to 1966, you're taking it to the end of the time when they were touring. Because certainly, you know, they were very enthusiastic fans after that, but I think the experience of the group with beatlemania is really during the touring years and that led to them stopping touring in in 1966 when things got out of hand*

*Υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι να το ορίσουμε. Ξέρεις, η λέξη Beatlemania χρησιμοποιήθηκε από τον τύπο τον Οκτώβριο του 1963, τότε ονομάστηκε Beatlemania και αυτή ήταν στην πραγματικότητα η εποχή προς το τέλος του 1963 που ήταν η κορύφωση της υστερίας των θαυμαστών στο Ηνωμένο Βασίλειο. Και μετά, φυσικά, όταν έκαναν την εμφάνισή τους στην Αμερική και διεθνώς, υπήρχε η Beatlemania σε όλο τον κόσμο. Και θα μπορούσαμε να το πάμε μέχρι το 1966, μέχρι το τέλος της εποχής που έκαναν περιοδείες. Γιατί σίγουρα, ξέρεις, ήταν πολύ ενθουσιώδεις θαυμαστές μετά από αυτό, αλλά νομίζω ότι η εμπειρία του συγκροτήματος με την Beatlemania είναι πραγματικά κατά τη διάρκεια των χρόνων των περιοδειών και αυτό οδήγησε στο να σταματήσουν τις περιοδείες το 1966, όταν τα πράγματα ξέφευγαν από τον έλεγχο.*

**Question: has the relationship between artists and fans changed significantly since the Beatles' era?**

Ερώτηση: Με βάση τις γνώσεις σας, πιστεύετε ότι έχει αλλάξει σημαντικά η σχέση μεταξύ καλλιτεχνών και θαυμαστών από την εποχή των Beatles;

*Yes, I think they're obviously, they're really important, you know the Coming of social media and the, and the way that people access music and also follow their favourite artists, so that's the big difference. You have to understand what it was like in the 1960s from the point of view of finding out about your favourite artist and it was a very, very different world. There was much more mystery about the artist, I think, because you didn't have this, what now is daily access to the lives of of people that you are interested in. So the, the ways of finding out will be about The Beatles and what they're up to were fairly limited in that era. If you look at the way that they appeared on radio and television in the UK in 1963, they did lots of radio appearances so people would hear them on programmes like Saturday club or their own radio series Pop Go, The Beatles, there would be TV appearances, you had the*

*beginnings of that Fan magazine I told you about The Beatles book monthly that starts in, I think, August 1963 so that comes out every month and that's got the information about what they are they're doing and also it's a place for fans to suggest who might be a pen pal so that you could write to each other and talk about your favourite group. People actually writing letters and sending them to, you know, even to place to other countries and things like that. So, it was it was much slower, the access and much harder to find out about what they were up to. Sure, the press were interested in them and they were news stories but compared to now where you virtually know what your favourite artist is having for breakfast every day it's very different. And I think part of their appeal was there was still this mystery about them. You wanted to speculate about their friendship, what they were doing. So it was, I think it was, it was not over, it was not overdone. People were not gonna get tired of them because there was always that mystery about them. And so, they were intriguing in that way. So I think that's one of the main points.*

*Ναι, νομίζω ότι έχει, προφανώς, είναι πραγματικά σημαντικό, ξέρεις η έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στη μουσική και ακολουθούν τους αγαπημένους τους καλλιτέχνες, οπότε αυτή είναι η μεγάλη διαφορά. Πρέπει να καταλάβουμε πώς ήταν τη δεκαετία του 1960, από την άποψη της ανακάλυψης του αγαπημένου σου καλλιτέχνη, ότι ήταν ένας πολύ, πολύ διαφορετικός κόσμος. Υπήρχε πολύ περισσότερο μυστήριο για τον καλλιτέχνη, νομίζω, επειδή δεν υπήρχε αυτή η καθημερινή πρόσβαση στις ζωές των ανθρώπων που ενδιαφέρουν τώρα. Έτσι, οι τρόποι για να μάθεις για τους Beatles και τι κάνουν ήταν αρκετά περιορισμένοι εκείνη την εποχή. Αν κοιτάξεις τον τρόπο που εμφανίστηκαν στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1963, έκαναν πολλές ραδιοφωνικές εμφανίσεις, ώστε ο κόσμος να τους ακούει σε προγράμματα όπως το Saturday Club ή τη δική τους ραδιοφωνική σειρά Pop Go, υπήρχαν τηλεοπτικές εμφανίσεις, υπήρχαν οι αρχές του περιοδικού Fan που σου είχα πει για το μηνιαίο περιοδικό The Beatles book monthly που ξεκινά, νομίζω, τον Αύγουστο του 1963, οπότε κυκλοφορούσε κάθε μήνα και είχε πληροφορίες για το τι κάνουν και επίσης ήταν ένα μέρος για τους θαυμαστές να προτείνουν ποιος θα μπορούσε να είναι “φίλος αλληλογραφίας”, ώστε να μπορούν να γράφουν ο ένας στον άλλον και να μιλάνε για το αγαπημένο τους συγκρότημα. Ο κόσμος έγραφε γράμματα και τα έστελνε, ξέρεις, ακόμη και σε μέρη σε άλλες χώρες και τέτοια πράγματα. Έτσι, ήταν πολύ πιο αργή η πρόσβαση και πολύ πιο δύσκολο να μάθεις τι έκαναν. Σίγουρα ο τύπος ενδιαφερόταν για αυτούς και στις ειδήσεις, αλλά σε σύγκριση με τώρα που σχεδόν ξέρεις τι τρώει ο αγαπημένος σου καλλιτέχνης για πρωινό κάθε μέρα είναι πολύ διαφορετικό. Και νομίζω ότι μέρος της ελκυστικότητάς τους ήταν ότι υπήρχε ακόμα αυτό το μυστήριο γύρω τους. Ήθελες να κάνεις εικασίες για τη φιλία τους, για το τι έκαναν. Έτσι, νομίζω ότι ήταν, ότι δεν είχε τελειώσει, δεν ήταν υπερβολικό. Ο κόσμος δεν επρόκειτο να κουραστεί επειδή υπήρχε πάντα αυτό το μυστήριο γύρω τους. Έτσι, ήταν ενδιαφέρον με αυτόν τον τρόπο. Νομίζω λοιπόν ότι αυτό είναι ένα από τα κύρια σημεία.*

**Question: What do you think made Beatlemania so much more than just a music fandom?**

Ερώτηση: Τι πιστεύετε ότι έκανε την Beatlemania κάτι πολύ περισσότερο από ένα απλό μουσικό fandom;

*I think the fact that there's four of them is very important so that you get the different characters within the group and it's not just in, in, in the UK there was Cliff Richard who was big star and he was a sort of imitator of Elvis Presley who being a big star across the world, I mean Elvis you know, again in in the UK, people loved Elvis records but again, knowing about him he didn't do any personal appearances outside of America and so the way to know about Elvis was through watching his films where he would play characters in different films and the films became increasingly worse as time went on, but you've been making two or three films a year, so that was the only kind of access for fans of Elvis Presley. And I think The Beatles started that route of communicating through films by doing a hard day's night in 64 and help in 1965 but they had such a high standard for quality control that they rejected any further scripts where they might play the four Musketeers or something like that. And films did not become a link to their fans and I think there was a plan that as I understand it from reading the press at the time that they saw, certainly their manager did saw, the Elvis model of we don't have to do so many public appearances, we'll just make feature films and release one every year, and our fans can go to the cinema and watch them in the films.*

Νομίζω ότι το γεγονός ότι υπάρχουν τέσσερις είναι πολύ σημαντικό, ώστε να κατανοήσουμε τους διαφορετικούς χαρακτήρες μέσα στην ομάδα και [...] στο Ηνωμένο Βασίλειο που υπήρχε ο Cliff Richard, ο οποίος ήταν ένα μεγάλο αστέρι και ήταν ένα είδος μιμητή του Elvis Presley ο οποίος ήταν ένα μεγάλο αστέρι σε όλο τον κόσμο, εννοώ τον Elvis Presley, ξέρετε, πάλι στο Ηνωμένο Βασίλειο, ο κόσμος αγαπούσε τους δίσκους του Elvis Presley, αλλά και πάλι δεν έκανε καμία προσωπική εμφάνιση εκτός Αμερικής, οπότε ο τρόπος για να μάθεις για τον Έλβις ήταν παρακολουθώντας τις ταινίες του, όπου έπαιζε χαρακτήρες σε διαφορετικές ταινίες και οι ταινίες χειροτέρευαν όλο και περισσότερο με την πάροδο του χρόνου, αλλά γύριζε δύο ή τρεις ταινίες το χρόνο, οπότε αυτή ήταν η μόνη πρόσβαση για τους θαυμαστές του Έλβις Πρίσλεϊ. Και νομίζω ότι οι Beatles ξεκίνησαν αυτή τη διαδρομή επικοινωνίας μέσω ταινιών με την ταινία τους 'A hard day's night' το 1964 και βοηθώντας το 1965, αλλά είχαν τόσο υψηλό επίπεδο ελέγχου ποιότητας που απέρριψαν οποιαδήποτε περαιτέρω σενάρια όπου θα τους έβαζαν να παίξουν τους τέσσερις Σωματοφύλακες ή κάτι τέτοιο. Και οι ταινίες δεν έγιναν σύνδεσμος με τους θαυμαστές τους και νομίζω ότι υπήρχε ένα σχέδιο, όπως το καταλαβαίνω από τον τύπο της εποχής που τις είδαν, σίγουρα ο manager τους είδε, το μοντέλο του Elvis, ότι δεν χρειάζεται να κάνουμε τόσες πολλές δημόσιες εμφανίσεις, απλώς θα γυρίζουμε ταινίες μεγάλου μήκους και θα κυκλοφορούμε μία κάθε χρόνο, και οι θαυμαστές μας θα μπορούν να πηγαίνουν στον κινηματογράφο και να τις παρακολουθούν στις ταινίες.

*The quality of the scripts that were being presented to The Beatles meant that they turned them down, and even though they had a contract to make three United artist films, they only fulfilled the last one by issuing the movie "Let it be" right at the end of their career, after they'd split up, in fact but that was a documentary it was not a fiction film where they were acting. So that after the help movie that removed access, they made their own television, film magical mystery to have you ever seen that film it's very strange, surreal film they made it themselves. It's quite chaotic and disciplined. There was a big controversy when it was shown at Christmas in the UK in 1967 because the expectations for a Beatles film at Christmas. It was very high, millions and millions of people watched it and what they got was a sort of surreal art movie not at all a cozy Christmas film that people were expecting on Christmas or*

*Boxing Day it was shown the day after Christmas and that it caused a lot of controversy in the press so they were a lot of people for the first time, I mean, not the first time, but there was a lot of criticism from the press about the film. And like, I remember actually, because I was, you know, I saw it at the age of 10 and I remember going to a Christmas party where my dad and my uncles were discussing the film, you know, and some my uncle was saying I was absolutely what a load of rubbish that was, you know, and my dad defending it, which was interesting I remember that and. But it was totally not the kind of Christmas entertainment that you would normally get it was a very surreal art house movie, you know, which reflected, they reflected their intellectual curiosity and again, how they were watching art movies*

*Η ποιότητα των σεναρίων που παρουσιάστηκαν στους Beatles σήμαινε ότι τα απέρριψαν και παρόλο που είχαν συμβόλαιο για να κάνουν τρεις ταινίες της United Artist, εκπλήρωσαν μόνο το τελευταίο, κυκλοφορώντας την ταινία "Let it be" ακριβώς στο τέλος της καριέρας τους, αφού είχαν χωρίσει, στην πραγματικότητα όμως αυτό ήταν ένα ντοκιμαντέρ, δεν ήταν μια ταινία μυθοπλασίας όπου έπαιζαν. Έτσι, μετά την ταινία "Help", έφτιαξαν τη δική τους τηλεοπτική ταινία μαγικού μυστηρίου - έχετε δει ποτέ αυτή την ταινία - είναι πολύ παράξενη, σουρεαλιστική ταινία που την έφτιαξαν οι ίδιοι. Είναι αρκετά χασοκή και πειθαρχημένη. Υπήρξε μεγάλη διαμάχη όταν προβλήθηκε τα Χριστούγεννα στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1967, λόγω των προσδοκιών για μια ταινία των Beatles τα Χριστούγεννα. Ήταν πολύ υψηλό, εκατομμύρια άνθρωποι το παρακολούθησαν και αυτό που πήραν ήταν ένα είδος σουρεαλιστικής ταινίας τέχνης, και όχι μια ζεστή χριστουγεννιάτικη ταινία που ο κόσμος περίμενε τα Χριστούγεννα ή την επόμενη μέρα των Χριστουγέννων. Προβλήθηκε την επόμενη μέρα των Χριστουγέννων και προκάλεσε πολλή διαμάχη στον Τύπο, οπότε ήταν πολύς κόσμος για πρώτη φορά, εννοώ, όχι την πρώτη φορά, αλλά υπήρξε πολλή κριτική από τον Τύπο για την ταινία. Και θυμάμαι στην πραγματικότητα, επειδή ήμουν, ξέρετε, την είδα στην ηλικία των 10 ετών και θυμάμαι να πηγαίνω σε ένα χριστουγεννιάτικο πάρτι όπου ο μπαμπάς μου και οι θείοι μου συζητούσαν την ταινία, ξέρετε, και κάποιος θείος μου έλεγε ότι 'τι απολύτως τι ανοησίες ήταν αυτές', και ο μπαμπάς μου το υπερασπιζόταν, το οποίο ήταν ενδιαφέρον, το θυμάμαι αυτό. Αλλά δεν ήταν καθόλου το είδος της χριστουγεννιάτικης ψυχαγωγίας που θα βλέπατε κανονικά. Ήταν μια πολύ σουρεαλιστική ταινία τέχνης, ξέρετε, η οποία αντανακλούσε, την πνευματική τους περιέργεια και, πάλι, το πώς παρακολουθούσαν ταινίες τέχνης.*

*So yeah, so but that that whole idea of connecting through films that that didn't work after help, they didn't want to be, you know, as they put it, we know it would be extras in our own movie anymore as they felt they were in help because it was a spoof story about, you know, Ringo being hunted down for his ring and all that kind of thing*

*Λοιπόν ναι, αλλά όλη αυτή η ιδέα της σύνδεσης μέσω ταινιών που δεν λειτούργησε μετά το "help", δεν ήθελαν να είναι, ξέρετε, όπως το έλεγαν, "ξέρουμε ότι θα είμαστε πλέον κομπάρσοι στη δική μας ταινία", όπως ένιωθαν στην ταινία "Help" επειδή ήταν μια ιστορία παρωδίας ξέρετε.*

*But the chemistry but coming back to the point, the chemistry between the four of them was always intriguing and that came over in interviews. Interviews became rare around 1966. There's an interview I don't know if you've seen the book I wrote about The Beatles and the BBC, but there's an interview that they did for Saturday club in 1966 while they were making The Revolver album and Brian Matthew, the presenter,*

*says well, you know, why aren't you on radio or TV? We never see anything of you. You know, why have you disappeared? And they said, well, you know, we like recording and we spend more time than recording and you know. Sorry, but you know we were busy kind of thing.*

*Αλλά η χημεία, για να επιστρέψουμε στο θέμα, η χημεία μεταξύ των τεσσάρων τους ήταν πάντα ενδιαφέρουσα και αυτό φάνηκε στις συνεντεύξεις. Οι συνεντεύξεις έγιναν σπάνιες γύρω στο 1966. Υπάρχει μια συνέντευξη που δεν ξέρω αν έχετε δει στο βιβλίο που έγραψα για τους Beatles και το BBC, αλλά υπάρχει μια συνέντευξη που έδωσαν για το Saturday Club το 1966 ενώ έφτιαχναν το άλμπουμ The Revolver και ο Brian Matthew, ο παρουσιαστής, λέει, "γιατί δεν είστε στο ραδιόφωνο ή την τηλεόραση; Δεν βλέπουμε ποτέ τίποτα από εσάς, γιατί έχετε εξαφανιστεί;" Και είπαν "ξέρετε, μας αρέσει η ηχογράφηση και περνάμε περισσότερο χρόνο από την ηχογράφηση".*

*So yeah, so it was very around that time. It's quite rare to hear them the music press was important in those days. So, there be stories about the beatles in the music press, melody maker, new musical Express record mirror there were lots of weekly pop papers in the UK and they would be interviewed in those papers sometimes. But yeah, it was again, I've come back to that sense of, you know, there's there still was that sense of mystery about them and what they were up to and that was. Interesting, but for the peak period of Beatlemania in Britain in 63 and then when they broke through in 64, they were available a lot and doing a lot of work being on television and radio and in the press and making movies and then it started to tail off as they found it a huge distraction*

*Οπότε ναι εκείνη την εποχή ήταν αρκετά σπάνιο να τους ακούσεις, ο μουσικός τύπος ήταν σημαντικός εκείνη την εποχή. Υπάρχουν ιστορίες για τους beatles στον μουσικό τύπο, τους melody maker, τους new musical Express record mirror, υπήρχαν πολλές εβδομαδιαίες pop εφημερίδες στο Ηνωμένο Βασίλειο και μερικές φορές έδιναν συνεντεύξεις σε αυτές τις εφημερίδες. Αλλά ναι, ήταν πάλι, έχω επιστρέψει σε αυτή την αίσθηση, ξέρετε, υπήρχε ακόμα αυτή η αίσθηση μυστηρίου γύρω τους και τι έκαναν και αυτό ήταν. Ενδιαφέρον, αλλά για την περίοδο αιχμής της Beatlemania στη Βρετανία το '63 και μετά όταν έκαναν την εμφάνισή τους το '64, ήταν πολύ διαθέσιμοι και έκαναν πολλή δουλειά στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο και στον τύπο και γυρίζοντας ταινίες και μετά άρχισε να υποχωρεί καθώς το θεωρούσαν μια τεράστια απόσπαση της προσοχής.*

**Question: How did Beatlemania as a fandom, as a phenomenon of fans around the world who supported the Beatles, affect the economy, politics, or culture?**

Ερώτηση: Πώς η Beatlemania ως fandom, ως φαινόμενο θαυμαστών σε όλο τον κόσμο που υποστήριζαν τους Beatles, επηρέασε την οικονομία, την πολιτική ή τον πολιτισμό;

*Well, from the point of view, simple simply in terms of the way that these sales of everything affected the economy that had a huge impact. The Beatles led the commercial breakthrough for UK artists outside the country it was very, very rare for artists from the UK to have success in other countries. There's only been two artists previously had had #1 in America there had been a recent one in 62, an instrumental called Telstar by the Tornadoes but that was a very rare thing and for The Beatles to*

breakthrough so hugely in America meant that that opened the door for many, many other British artists, The Rolling Stones, Hermans, hermits, the animals, Jerry and the Pacemakers, The Who they all flooded into the American market and for a while, American groups were absolutely out of fashion until they changed to be like the British groups. So, from the point of view of bringing money into the country, that was huge. In fact, the Prime Minister of the UK, Harold. Wilson made sure that The Beatles were awarded with Mbes in 1965 Medals of the British Empire, which was an award that was usually only given to. Kind of ex-serviceman or civil servants certainly not pop stars. And so that that was a huge news. Again, in my BBC archives book, you can see interviews with the. When they were awarded the MPC, you know, it was, it was a big deal. Beatles didn't really know even know what it was, but they knew it was some kind of honour. But Harold Wilson cleverly made sure that they were rewarded in this way and he wanted to associate himself very much with the kind of youthfulness of The Beatles as a kind of political way of, of, of having popularity to recognise the group and he was from the north of England as they were, he was from Yorkshire, not Lancashire, but he was trying to represent a what he called the white heat of history Britain being a surging new power and he saw The Beatles as representing this new vibrant Britain so that he used, to use that image of The Beatles and their popularity around the world. So, there was that going on and from the point of view of culture The Beatles really started out as stylish, you know, suit wearing mods. There was this style of youth culture called Mod I don't you heard the mods and the rockers in in the UK that you were either a mod or a rocker. And the mods were very, very smart, very cool Umm, in smart suits and the rockers were dressed in leather and as if they just stepped off a motorbike and they were very much old looking back to the rock'n'roll breakthrough in the 50s when the when The Beatles were Also mods love rhythm and Blues soul music, as The Beatles did too so there was a show called "Ready, Steady go" on television at this time in the UK and it was very much a mod programme it was very cool and the dancing to the latest American rhythm and Blues records but Ringo was asked on that show and he's used this quote in other occasions I think where he said are you a mod or a rocker? And he said I'm a mocker. So you know, there was that started off being really like mods and then it's very quickly became they were involved in the kind of hippie movement and you know the long hair and the kind of clothes changed and from the point of view youth culture, the you know the summer of love, The Beatles were at the centre of that, the famous satellite TV show which was called our world, which was broadcast to five continents across the world, they appeared live from Abbey Road Studios, performing all you need is love. That's a very significant moment and it really, I remember again staying up very late to watch that as a child and you know you had to sit through some pretty boring films from around the world of other countries that put forward but then when you came to the UK and now The Beatles, Abbey Road studios. People in the studio all you know, their, their friends from The Rolling Stones and Donovan and Mary unfaithful, and they're all looking amazing and they're finery and there's balloons and they're singing "All you need is love" and there's flowers everywhere and it just looked like "ohh The UK is the centre of the universe here. And this is this, this is. This is where it's all happening in" you know, The Beatles at Abbey Road singing "All you need is love", which became the anthem of the so-called summer of love 1967. So, they were always at the centre of what youth culture was doing and leading the way in in that, although they never, wanted to be chained to any particular youth cult, you know, they very quickly moved on to something else.

Λοιπόν, από την άποψη αυτή, είναι απλό, όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο αυτές οι πωλήσεις όλων των ειδών επηρέασαν την οικονομία, κάτι που είχε τεράστιο αντίκτυπο. Οι Beatles ηγήθηκαν της εμπορικής επιτυχίας για τους Βρετανούς καλλιτέχνες εκτός της χώρας. Ήταν πολύ, πολύ σπάνιο για καλλιτέχνες από το Ηνωμένο Βασίλειο να έχουν επιτυχία σε άλλες χώρες. Μόνο δύο καλλιτέχνες είχαν φτάσει στο #1 στην Αμερική στο παρελθόν. Υπήρξε ένας πρόσφατος το 1962, ένα ορχηστρικό συγκρότημα που ονομαζόταν Telstar από τους Tornados, αλλά αυτό ήταν πολύ σπάνιο και η τόσο μεγάλη επιτυχία των Beatles στην Αμερική σήμαινε ότι άνοιξε την πόρτα για πολλούς, πολλούς άλλους Βρετανούς καλλιτέχνες. Οι Rolling Stones, οι Hermses, οι Hermits, οι Animals, οι Jerry and the Pacemakers, οι Who, όλοι κατέκλυσαν την αμερικανική αγορά και για ένα διάστημα, τα αμερικανικά συγκροτήματα ήταν εντελώς εκτός μόδας μέχρι που άλλαξαν για να γίνουν σαν τα βρετανικά συγκροτήματα. Έτσι, από την άποψη της προσέλκυσης χρημάτων στη χώρα, αυτό ήταν τεράστιο. Στην πραγματικότητα, ο Πρωθυπουργός του Ηνωμένου Βασιλείου, Harold Wilson, φρόντισε ώστε οι Beatles να βραβευτούν με το Μετάλλιο της Βρετανικής Αυτοκρατορίας το 1965, το οποίο ήταν ένα βραβείο που συνήθως απονέμονταν μόνο σε... κάπως πρώην στρατιωτικούς ή δημόσιους υπαλλήλους σίγουρα όχι pop stars. Και έτσι αυτό ήταν μια τεράστια είδηση. Και πάλι, στο βιβλίο μου από τα αρχεία του BBC, μπορείτε να δείτε συνεντεύξεις με τους Beatles. Όταν τους απονεμήθηκε το MPC, ξέρετε, ήταν, ήταν μεγάλη υπόθεση. Οι Beatles δεν ήξεραν καν τι ήταν, αλλά ήξεραν ότι ήταν κάποιο είδος τιμής. Αλλά ο Harold Wilson φρόντισε έξυπνα να ανταμειφθούν με αυτόν τον τρόπο και ήθελε να συνδεθεί πολύ με το είδος της κουλτούρας της νεολαίας των Beatles ως ένα είδος πολιτικού τρόπου για να αποκτήσει δημοτικότητα και για να αναγνωρίσει το συγκρότημα καθώς ήταν από τη βόρεια Αγγλία όπως και το συγκρότημα, ήταν από το Yorkshire και προσπαθούσε να αντιπροσωπεύσει αυτό που ονόμαζε «λευκή ζέστη» της ιστορίας της Βρετανίας ως μια ανερχόμενη νέα δύναμη που έβλεπε τους Beatles ως εκπροσώπους αυτής της νέας ζωντανής Βρετανίας, οπότε έτσι συνήθιζε να χρησιμοποιεί αυτή την εικόνα των Beatles και τη δημοτικότητά τους σε όλο τον κόσμο. Έτσι συνέβαινε αυτό και από την άποψη του πολιτισμού, οι Beatles ξεκίνησαν πραγματικά ως κομποί, φορώντας κοστουμί, υπήρχε αυτό το στυλ νεανικής κουλτούρας που ονομαζόταν Mod. [...] Οι mods αγαπούσαν τη ρυθμική και μπλουζ soul μουσική, όπως και οι Beatles [...] Λοιπόν, υπήρχε αυτό που ξεκίνησε σαν mods και μετά πολύ γρήγορα μετατράπηκε στο είδος του κινήματος των hippies με τα μακριά μαλλιά και την αλλαγή ρούχων και, από την άποψη της νεανικής κουλτούρας, ξέρετε, το καλοκαίρι του έρωτα, οι Beatles ήταν στο επίκεντρο αυτού του κινήματος, στην διάσημη δορυφορική τηλεοπτική εκπομπή που ονομαζόταν Our World, η οποία μεταδιδόταν σε πέντε ηπείρους σε όλο τον κόσμο, εμφανίστηκαν ζωντανά από τα Abbey Road Studios, ερμηνεύοντας το "All you need is love". Αυτή ήταν μια πολύ σημαντική στιγμή και πραγματικά, θυμάμαι ξανά να μένω ξύπνιος πολύ αργά για να το παρακολουθήσω ως παιδί και ξέρετε, έπρεπε να παρακολουθήσεις μερικές αρκετά βαρετές ταινίες από όλο τον κόσμο, για να φτάσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο και να ακουστεί "και τώρα οι Beatles, τα Abbey Road Studios". Όλοι στο στούντιο, όλοι ξέρετε, οι φίλοι τους[...] φαίνονταν καταπληκτικοί και ήταν στολισμένοι και υπήρχαν μπαλόνια και τραγουδούσαν όλοι το "All you need is love" και υπήρχαν λουλούδια παντού και έμοιαζε σαν "ω, το Ηνωμένο Βασίλειο είναι το κέντρο του σύμπαντος εδώ. Και αυτό είναι αυτό, αυτό είναι. Εδώ συμβαίνουν όλα", οι Beatles στο Abbey Road να τραγουδούν το "All you need is love", το οποίο έγινε ο ύμνος του λεγόμενου καλοκαιριού του έρωτα το 1967. Έτσι, ήταν πάντα στο επίκεντρο αυτού που έκανε η νεανική κουλτούρα και πρωτοστατούσαν σε αυτό, αν και ποτέ, μα ποτέ δεν ήθελαν να

είναι αλυσοδεμένοι σε κάποια συγκεκριμένη νεανική κουλτούρα, ξέρετε, πολύ γρήγορα προχώρησαν σε κάτι άλλο.

*Got quite disillusioned with the whole summer of love idea the hippies in hit Ashbury in San Francisco George Harrison visited there and was appalled by it all he thought it was very sordid and too many too many people taking bad drugs and he didn't like it at all. And so that led to then to when they got interested in Transcendental Meditation and The Maharishi Mahesh Yogi and eventually going to India to study with the Maharishi at Richard Kesh. And again, I mean the the way that The Beatles brought this interest in Indian music and also Indian culture, and religion was very significant for youth culture that, that was a big impact on what was going. You know because the these would we know we take it for granted now that we know about other religions and other cultures, but that wasn't the case then. So, they had a huge influence in that way. So, if we're talking loosely about Beatle mania there, you know, the fans of the group were their eyes and ears were being open to these, these other things that The Beatles were interested in.*

*Απογοητεύτηκαν αρκετά με την ιδέα του καλοκαιριού του έρωτα, με τους hippies στο Ashbury του San Francisc, ο George Harrison επισκέφθηκε το μέρος και έμεινε άναυδος. Το θεώρησε πολύ άσχημο, πάρα πολλοί άνθρωποι έπαιρναν κακά ναρκωτικά και δεν του άρεσε καθόλου. Αυτό οδήγησε στο να ενδιαφερθούν για τον υπερβατικό διαλογισμό και τον Μαχαρίσι Μαχές Γιόγκι και τελικά να πάνε στην Ινδία για να σπουδάσουν με τον Μαχαρίσι στο Richard Kesh. Και πάλι, ο τρόπος με τον οποίο οι Beatles έφεραν αυτό το ενδιαφέρον για την ινδική μουσική, αλλά και για την ινδική κουλτούρα και θρησκεία, ήταν πολύ σημαντικός για την κουλτούρα των νέων, κάτι που είχε μεγάλο αντίκτυπο σε ό,τι συνέβαινε. Ξέρετε, επειδή αυτά που ξέραμε τα θεωρούμε δεδομένα τώρα που γνωρίζουμε για άλλες θρησκείες και άλλους πολιτισμούς, αλλά αυτό δεν ήταν η περίπτωση τότε. Είχαν τεράστια επιρροή με αυτόν τον τρόπο. Αν λοιπόν μιλάμε χαλαρά για τη μανία των Beatles, οι θαυμαστές του συγκροτήματος, τα μάτια και τα αυτιά τους ήταν ανοιχτά σε αυτά, σε αυτά τα άλλα πράγματα που ενδιέφεραν τους Beatles.*

**Question: How did Beatlemania challenge or reflect societal norms of the 1960s, particularly regarding gender and youth rebellion?**

Ερώτηση: Πώς η Beatlemania αμφισβήτησε ή αντανάκλούσε τους κοινωνικούς κανόνες της δεκαετίας του 1960, ιδίως όσον αφορά το φύλο και την εξέγερση των νέων;

*We mentioned this last time we chatted about yeah, that equals representing a different sort of masculinity and particularly in America, which was very much more kind of crew cut athletic male types, you know and they represent with their long hair and everything and the way that they talked and their interests, they represented something different.*

*Το αναφέραμε αυτό την τελευταία φορά που μιλήσαμε, ναι, αυτό ισοδυναμεί με την εκπροσώπηση ενός διαφορετικού είδους αρρενωπότητας και ιδιαίτερα στην Αμερική, η οποία ήταν(προωθούσε) πολύ περισσότερο ένα είδος αθλητικού ανδρικού τύπου με κούρεμα πληρώματος (δηλαδή πρώτου βαθμού), και τους (οι beatles τους νέους)*

εκπροσωπούσαν με τα μακριά μαλλιά τους και όλα αυτά, και τον τρόπο που μιλούσαν και τα ενδιαφέροντά τους, εκπροσωπούσαν κάτι διαφορετικό.

*So that was important and now with just youth rebellion, we kind of mentioned already as they were certainly because they were mixing with the London Underground movement in the the 60s and art, , films and drugs and new ideas about religion, Philosophy, They were very much part of that and bringing it to the to a wider audience that that was their cleverness really, to embrace very avant-garde radical ideas and somehow weave them into what they were doing and still remain popular that that was quite amazing and they weren't alone. Obviously, they were hugely important artists doing that like Bob Dylan and like The Rolling Stones, but they did it in the most popular way really. And the quality of the music didn't suffer because of what they were doing, whereas The Rolling Stones, when they tried to follow what The Beatles were doing you know, it wasn't necessarily the right move to make for The Rolling Stones were you know, they made their equivalent of Sergeant Pepper, which was not as successful album or commercially.*

Αυτό ήταν σημαντικό και τώρα με την εξέγερση των νέων, αναφέραμε κάπως ήδη επειδή αναμειγνύονταν με το κίνημα του London Underground τη δεκαετία του '60 και την τέχνη, τις ταινίες και τα ναρκωτικά και τις νέες ιδέες για τη θρησκεία, τη φιλοσοφία. Ήταν πολύ μέρος αυτού και το έφεραν σε ένα ευρύτερο κοινό, αυτό ήταν η ευφυΐα τους στην πραγματικότητα, να αγκαλιάζουν πολύ πρωτοποριακές ριζοσπαστικές ιδέες και με κάποιο τρόπο να τις ενσωματώσουν σε αυτό που έκαναν και να παραμένουν δημοφιλείς, αυτό ήταν αρκετά εκπληκτικό και δεν ήταν οι μόνοι. Προφανώς ήταν εξαιρετικά σημαντικοί καλλιτέχνες που το έκαναν αυτό όπως ο Bob Dylan και οι Rolling Stones, αλλά το έκαναν (οι Beatles) με τον πιο δημοφιλή τρόπο στην πραγματικότητα. Και η ποιότητα της μουσικής δεν επηρεάστηκε εξαιτίας αυτού που έκαναν, ενώ οι Rolling Stones, όταν προσπάθησαν να ακολουθήσουν αυτό που έκαναν οι Beatles, δεν ήταν απαραίτητα η σωστή κίνηση για τους Rolling Stones, ξέρετε, έφτιαξαν το αντίστοιχο άλμπουμ του Sergeant Pepper, το οποίο δεν ήταν τόσο επιτυχημένο εμπορικά.

**Question: Do you think Beatlemania could have happened in the same way in the social media age? Why or why not?**

Ερώτηση: Πιστεύετε ότι η Beatlemania θα μπορούσε να είχε συμβεί με τον ίδιο τρόπο στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; Γιατί ή γιατί όχι;

*It's, you know, it's interesting. Obviously, they the individual Beatles who were alive Paul and Ringo and also John and George are represented in in social media by people who work on their material, so they use social media now and not also The Beatles as a band you know, it's has a social media presence. But it could it have happened the way that it happened back in the 60s, it's hard to know. It's a different it's just such a different world. You can't really compare the 2 worlds, yeah. I mean, I think you have to understand how different society was in the 1960s, how conservative it was, how you were expected to grow out of pop music by about the age of 18, probably, if not younger, and grow up and like some other kind of more sensible music. And I think the life, the life expectancy of being in the spotlight was so different then, you know it one of the constant questions in interviews that they do in 1960360465, even 6667 is how long do you think this is going to last? Everybody*

*expected pop stars to last no more than two years, and The Beatles really were the first pop stars who kept it going and didn't deviate. You were expected to be a pop star with young fans for a couple of years would all scream at you and but then you were supposed to grow up and be an all-round family entertainer. And if you look at previous pop stars in the UK the first pop star that happened during the rock'n'roll era it was Tommy Steele and he was he made some Rock'n'roll style records, but then pretty soon he became an all-round entertainer, appeared in in films for all the family, peered in pantomime in theatres at Christmas time, and so did Cliff Richard, who came along just a couple of years later they made films which were increasingly more middle of the road for the family they weren't edgy pop stars anymore. But the people Beatles changed that and to their surprise, you know, they lasted probably longer than they thought they were going to they had no plan at the time, you know. In 1963, in a BBC TV show, they were asking how long will this go on and or what will you do when this is all over and Ringo said he was going to buy a chain of hairdressing shops and George was going to have a car dealership but Paul said Ohh, you know, probably John and Paul are write songs, you know they just saw themselves as songwriters for other people or they would write a musical together people are always saying, you know, when are you going to write a musical? Because again, it seemed more establishment. It. Oh, that's what you do. And you could write a musical for the theatre. There was no idea that you could just keep being a rock group. Although people didn't call them rock groups they called them just pop groups in those days, rock didn't happen till the late 60s.*

*Είναι, ξέρεις, ενδιαφέρον. Προφανώς, οι μεμονωμένοι Beatles που είναι εν ζωή, ο Paul και ο Ringo, αλλά και ο John και ο George, εκπροσωπούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από ανθρώπους που εργάζονται πάνω στο υλικό τους, οπότε χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τώρα και οι Beatles ως συγκρότημα, ξέρεις, έχουν παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αλλά θα μπορούσε να είχε συμβεί όπως συνέβη τη δεκαετία του '60; είναι δύσκολο να το ξέρεις. Είναι διαφορετικό, είναι απλώς ένας τόσο διαφορετικός κόσμος. Δεν μπορείς να συγκρίνεις τους 2 κόσμους, ναι. Θέλω να πω, νομίζω ότι πρέπει να καταλάβεις πόσο διαφορετική ήταν η κοινωνία τη δεκαετία του 1960, πόσο συντηρητική ήταν, πώς αναμενόταν να ξεφύγεις από την pop μουσική περίπου στην ηλικία των 18 ετών, πιθανώς, αν όχι νεότερος, και να μεγαλώσεις και να σου αρέσει κάποιο άλλο είδος πιο "λογικής" μουσικής. Και νομίζω ότι η ζωή, το προσδόκιμο ζωής του να είσαι στο προσκήνιο ήταν τόσο διαφορετικό τότε, ξέρεις, μια από τις συνεχείς ερωτήσεις στις συνεντεύξεις που δίνουν το 1960, ακόμη και το 1966-67, είναι "πόσο πιστεύετε ότι θα διαρκέσει αυτό;" Όλοι περίμεναν ότι οι pop stars δεν θα διαρκούσαν περισσότερο από δύο χρόνια και οι Beatles ήταν πραγματικά οι πρώτοι pop stars που το συνέχισαν και δεν παρέκκλιναν. Αναμενόταν να είσαι pop star με νεαρούς θαυμαστές που θα σου φωνάζουν για μερικά χρόνια, αλλά μετά υποτίθεται ότι θα έπρεπε να μεγαλώσεις και να γίνεις ένας διασκεδαστής οικογένειας. Και αν κοιτάζετε τους προηγούμενους pop stars στο Ηνωμένο Βασίλειο, ο πρώτος pop star που έγινε γνωστός κατά την εποχή της rock n' roll ήταν ο Tommy Steele και έκανε μερικούς δίσκους σε στυλ rock n' roll, αλλά πολύ σύντομα έγινε ένας ολοκληρωμένος (οικογενειακός) διασκεδαστής, εμφανίστηκε σε ταινίες για όλη την οικογένεια, έκανε παντομίμα σε κινηματογράφους τα Χριστούγεννα, όπως και ο Cliff Richard, ο οποίος εμφανίστηκε μόλις μερικά χρόνια αργότερα. Γύρισαν ταινίες που ήταν όλο και πιο για την οικογένεια. Δεν ήταν πια προκλητικοί pop stars. Αλλά οι Beatles το άλλαξαν αυτό και προς έκπληξή τους, ξέρετε, άντεξαν πιθανώς περισσότερο από όσο νόμιζαν ότι θα άντεχαν. Δεν είχαν κανένα σχέδιο εκείνη*

την εποχή. Το 1963, σε μια τηλεοπτική εκπομπή του BBC, τους ρωτούσαν πόσο καιρό θα συνεχιζόταν αυτό ή τι θα έκαναν όταν τελειώσει όλο αυτό [...] Δεν υπήρχε η ιδέα ότι θα μπορούσαν απλώς να συνεχίσουν να είσαι ένα rock συγκρότημα. Αν και οι άνθρωποι δεν τα αποκαλούσαν rock συγκροτήματα, τα αποκαλούσαν απλώς pop συγκροτήματα εκείνη την εποχή, η rock δεν υπήρχε μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '60.

*So yeah, they, they changed everything by lasting longer than anybody thought they could last. Just because, you know they kept doing interesting things and young fans became old fans` and kept bucking them because it was thought that, you know, you were probably, your fans are all girls and they're and they're just going to go through a little phase when they worship their heroes and then they'll be more sensible, they'll grow up as well and it's very funny time and there was a big generation gap you know, after The Beatles, it was, you know it was acceptable to keep liking rock music and pop music forever you didn't have to stop, but in the old days it was thought that you'd just grow out of such childish things. But you know now. People of all ages go to a Taylor Swift concert you know that. And certainly, in the 80s, particularly you, you, you had groups like Dire Straits who, you know, parents and children would both like equally go along to them. So, it's so it's very different. Eventually, but in the 60s there was a big age difference you know you if you look at the audience research reports in my BBC book you know anybody over 20 was supposed to be not going to like this music and in fact, quite often some of the comments you find from people over 20 don't like the music because If you haven't been born so when, the so that you were a teenager when rock'n'roll happened You had a more old fashioned taste you didn't like this new music, so the Beatles changed all that. I think that's. That's certainly people you know, I remember. I absolutely remember when I was 10 years old, listening to Sergeant Pepper thinking I don't think there's ever gonna be a time when I won't enjoy listening to this in the back of my mind, I. I had this idea that well, you will grow out of such things. Because that's what people thought. But I thought, no, I won't. There's never a time when I won't want to listen to Day in the life from sort of Sergeant pepper. And I remember, you know saying to my friends on the school bus, you know this will be the classical music of the future you know, it'll be listened to for hundreds of years and I think. That's true now. Yeah. Yeah. Like I I was quite prophetic there, so you know, but at the time, nobody thought that could be the case.*

Ναι, λοιπόν, άλλαζαν τα πάντα, διαρκώντας περισσότερο από όσο πίστευε κανείς ότι θα μπορούσαν να διαρκέσουν. Απλώς επειδή, ξέρεις, συνέχισαν να κάνουν ενδιαφέροντα πράγματα και οι νεαροί θαυμαστές έγιναν παλιοί θαυμαστές` και συνέχισαν να τους αντιπαθούν, επειδή πίστευαν ότι, ξέρετε, πιθανότατα θαυμαστές τους ήταν μόνο κορίτσια και ότι θα περάσουν μια μικρή φάση όπου θα λατρεύουν τους ήρωές τους και τότε θα γίνουν πιο λογικές, θα μεγαλώσουν κι αυτές και είναι μια πολύ αστεία εποχή και υπήρχε ένα μεγάλο χάσμα γενεών, ξέρεις, μετά τους Beatles, ήταν, αποδεκτό να συνεχίσεις να αγαπάς τη rock και την pop μουσική για πάντα, δεν χρειαζόταν να σταματήσεις, αλλά παλιά πίστευαν ότι απλώς θα ξεπερνούσες τέτοια παιδαριώδη πράγματα. Αλλά τώρα ξέρεις. Άνθρωποι όλων των ηλικιών πηγαίνουν σε μια συναυλία της Taylor Swift, το ξέρεις αυτό. Και σίγουρα στη δεκαετία του '80, ιδιαίτερα, είχες συγκροτήματα όπως οι Dire Straits που, ξέρεις, γονείς και παιδιά θα ήθελαν εξίσου να τους ακολουθήσουν. Έτσι είναι πολύ διαφορετικό. Αλλά στη δεκαετία του '60 υπήρχε μια μεγάλη διαφορά ηλικίας. Αν κοιτάξετε τις εκθέσεις έρευνας κοινού στο βιβλίο μου για το BBC, ξέρεις, ότι σε οποιονδήποτε άνω των 20 υποτίθεται ότι δεν θα άρεσε αυτή

η μουσική και στην πραγματικότητα, αρκετά συχνά μερικά από τα σχόλια που βρίσκεις από άτομα άνω των 20 έλεγαν ότι δεν τους αρέσει η μουσική επειδή: Αν δεν [...] ήσουν έφηβος όταν ξεκίνησε η rock and roll είχες ένα πιο παλιομοδίτικο γούστο, δεν σου άρεσε αυτή η “νέα μουσική”, αλλά οι Beatles τα άλλαξαν όλα αυτά. Νομίζω ότι αυτό ισχύει. Σίγουρα υπάρχουν και άτομα που ξέρεις, θυμάμαι απόλυτα όταν ήμουν 10 χρονών, ακούγοντας τον Sergeant Pepper και σκεπτόμενος ότι δεν νομίζω ότι θα υπάρξει ποτέ μια στιγμή που δεν θα μου αρέσει να το ακούω αυτό στο πίσω μέρος του μυαλού μου. Είχα την ιδέα ότι, λοιπόν, θα ξεπεράσω τέτοια πράγματα. Γιατί αυτό πίστευε ο κόσμος. Αλλά σκέφτηκα, όχι, θα μου αρέσει. Δεν υπάρχει ποτέ στιγμή που δεν θα θέλω να ακούσω το Day in the Life από το Sergeant pepper. Και θυμάμαι, ξέρετε, να λέω στους φίλους μου στο σχολικό λεωφορείο, ξέρετε, αυτή θα είναι η κλασική μουσική του μέλλοντος, θα ακούγεται για εκατοντάδες χρόνια και νομίζω αυτό ισχύει τώρα, ήμουν αρκετά προφητικός εκεί, ξέρεις, αλλά εκείνη την εποχή, κανείς δεν πίστευε ότι θα μπορούσε να συμβεί αυτό.

**Question: What lasting impact do you think Beatlemania has had on how music fandoms operate today?**

Ερώτηση: Ποια διαρκή επίδραση πιστεύετε ότι είχε η Beatlemania στον τρόπο λειτουργίας των μουσικών fandoms σήμερα;

*I think if you look at the way certain Hysterical, if you like Fandoms came about for other artists it did tend to be for groups, so in Britain After The Beatles in the early 70s, you had the basically rollers and you had The Osmonds and they were groups of five young boys and then you know more lately we had One Direction and the boy bands and they're sort of in a way modelled after the way that The Beatles had different characters, you know, so that One Direction I'm not a great expert on One Direction, but the different members of One Direction all seem to have different characters that differ, you know, different fans could relate to or I don't like Liam or sort of, but. Like you know. Harry Styles or whatever so they had these different characters that the fans will have their favourites so I suppose that's the idea of a group with different characters that can appeal to different tastes within the fans of what sort of character that they liked.*

Νομίζω ότι αν κοιτάξεις τον τρόπο με τον οποίο προέκυψαν συγκεκριμένα υστερικά fandoms για άλλους καλλιτέχνες, έτεινε να είναι για ομάδες, έτσι στη Βρετανία, μετά τους Beatles στις αρχές της δεκαετίας του '70, υπήρχαν οι ουσιαστικά rollers και οι Osmonds, ομάδες πέντε νεαρών αγοριών, και ξέρετε περισσότερο τελευταία, είχαμε τους One Direction και τα boy bands, και είναι κατά κάποιο τρόπο βασισμένοι στον τρόπο που οι Beatles είχαν διαφορετικούς χαρακτήρες, ξέρεις, έτσι ώστε [...] τα διαφορετικά μέλη των One Direction φαίνεται να έχουν διαφορετικούς χαρακτήρες με τους οποίους διαφορετικοί, ξέρεις, διαφορετικοί θαυμαστές θα μπορούσαν να ταυτιστούν ή... “Δεν μου αρέσει ο Liam” ή “ο Harry Styles” ή οτιδήποτε άλλο, οπότε είχαν αυτούς τους διαφορετικούς χαρακτήρες που οι θαυμαστές θα έχουν τους αγαπημένους τους, οπότε υποθέτω ότι αυτή είναι η ιδέα ενός συγκροτήματος με διαφορετικούς χαρακτήρες που μπορεί να απευθύνεται σε διαφορετικά γούστα των θαυμαστών σχετικά με το τι είδους χαρακτήρα τους άρεσε.

**Question: As someone who has studied the Beatles extensively, what do you find most fascinating about the Beatlemania phenomenon?**

Ερώτηση: Ως κάποιος που έχει μελετήσει εκτενώς τους Beatles, τι βρίσκετε πιο συναρπαστικό στο φαινόμενο Beatlemania;

*One of the things about the music of The Beatles, I think, is it which sets them apart from other examples of people who have been you know, mad fans of groups. It's just the quality of the music. It's just so much better. So, the 'bay city rollers never made good records, certainly, you know, people don't listen to bay city rollers anymore. You probably don't even know who the basically rollers are, do you?'*

*“Ένα από τα πράγματα σχετικά με τη μουσική των Beatles, νομίζω, είναι αυτό που τους ξεχωρίζει από άλλα παραδείγματα ανθρώπων που ήταν, ξέρεις, τρελοί θαυμαστές συγκροτημάτων. Είναι απλώς η ποιότητα της μουσικής. Είναι απλώς πολύ καλύτερη. Έτσι, οι Bay City Rollers δεν έκαναν ποτέ καλούς δίσκους, ξέρεις, ο κόσμος δεν ακούει πια Bay City Rollers. Πιθανότατα δεν ξέρεις καν ποιοι είναι στην ουσία οι Rollers, έτσι δεν είναι;*

Me: Haha no I don't!

Εγώ: Χαχα όχι, δεν ξέρω!

*Yeah, I mean they had an absolutely hysterical following for a while in, in this country I mean, their fans were absolutely mad at points I know that there was a story of the pop music station in this country Radio One had an outdoor event at a racetrack and there was an island in the middle of a lake where the bay city rollers were appearing and talking to the DJ who was presenting the programme and while this was going on, there was a race going on the, on the track with sports cars. And these fans were running across the race track when cars were zooming around at over 100 miles an hour and then throwing themselves into the lake to swim across to the island, and you can I've heard a recording of the show you know so then people were in speed boats trying to pick up fans out of the lake because if they were struggling in the water trying to get to their heroes on the island, I mean, that's pretty mad. So they were they were hugely devoted and hysterical about the about the bay city rollers but we don't play their music now I mean they, they nobody knows really about the bay city rollers cause the music was just what we would call bubble gum music at the time it was poor, it was, it was usually covering other people's songs. They weren't great singers. They weren't great musicians, but for some reason they were Scottish and they dressed in tartan and for some reason they they caused this hysteria amongst young girls that would endanger their lives to be close to their heroes so it was a different thing and The Osmonds, the quality of the music was not great the difference I think with The Beatles is, you know, the music was clearly great and also they never cared about doing the same thing again musically to please their fans, they had no they had no consideration of that that's they always changed the style of their music and kept pushing forward and became very experimental. They had no. No thought of our fans won't be like this. I've read an interview where Paul McCartney says, you know, we thought, you know, we'd, we'd give our fans something different and if they*

*didn't like it, Tough, you know, we thought maybe they'll move with us, you know? So. And they did. I mean, you would accept what The Beatles did. You know, it would take you a while to get into strawberry fields forever, but you did. You know it was just so radically different. You'd listen to it 20 times until you could "Yeah, this is amazing" But they had no thought of doing anything to please their fans at the beginning they did. Paul said that they consciously wrote songs with personal pronouns and that it was a deliberate way of writing songs to connect with their fans their young girl fans and make them feel that they were being sung about it and quickly went away you know, as their music expanded from about 1964 onwards. So, but initially they did have that idea "Ohh if we write songs with personal pronouns, it will make our fans feel closer to us and that We're singing about" But pretty quickly, they didn't care about anything to do with that they just did what they wanted and expected their fans to follow in that Beatles Monthly there's a an addition which I remember buying at the time, which was a preview of the Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band album and it's, you know, there's a track by track rundown of it and then in subsequent additions of that Beatles book, monthly Fan magazine you see letters from the fans about the songs and you know were some fans really don't like it What's George doing with the sitars. But they didn't care, they just did what they wanted to do.*

*Ναι, εννοώ ότι είχαν ένα εντελώς υστερικό κοινό για ένα διάστημα, σε αυτή τη χώρα, εννοώ, οι θαυμαστές τους ήταν εντελώς έξαλλοι σε σημεία που, ξέρω ότι υπήρχε μια ιστορία για τον σταθμό pop μουσικής σε αυτή τη χώρα το Radio One, είχε μια υπαίθρια εκδήλωση σε μια πίστα και υπήρχε ένα νησί στη μέση μιας λίμνης όπου εμφανίζονταν οι Bay City Rollers και μιλούσαν με τον DJ που παρουσίαζε το πρόγραμμα και ενώ αυτό συνέβαινε, υπήρχε ένας αγώνας στην πίστα με σπορ αυτοκίνητα. Και αυτοί οι θαυμαστές έτρεχαν στην πίστα ενώ τα αυτοκίνητα έτρεχαν με πάνω από 100 μίλια την ώρα και μετά έπεφταν στη λίμνη για να κολυμπήσουν προς το νησί, και μπορείτε να ακούσετε μια ηχογράφιση της εκπομπής, ξέρεις. Έτσι, τότε οι άνθρωποι ήταν σε ταχύπλοα και προσπαθούσαν να μαζέψουν τους θαυμαστές από τη λίμνη, επειδή πάλευαν στο νερό προσπαθώντας να φτάσουν στους ήρωές τους στο νησί, εννοώ, αυτό είναι πολύ τρελό. Έτσι ήταν, ήταν εξαιρετικά αφοσιωμένοι και υστερικοί με τους Bay City Rollers. Αλλά δεν παίζουμε τη μουσική τους τώρα, εννοώ, κανείς δεν ξέρει πραγματικά για τους Bay City Rollers, επειδή η μουσική ήταν απλώς αυτό που θα λέγαμε μουσική "τσιχλόφουσкас" εκείνη την εποχή. Ήταν κακή, ήταν, συνήθως διασκευές από τραγούδια άλλων ανθρώπων. Δεν ήταν σπουδαίοι τραγουδιστές. Δεν ήταν σπουδαίοι μουσικοί, αλλά ήταν Σκωτσέζοι και ντύνονταν με καρό και για κάποιο λόγο προκαλούσαν αυτή την υστερία μεταξύ νεαρών κοριτσιών που θα έθετε σε κίνδυνο τη ζωή τους για να είναι κοντά στους ήρωές τους, οπότε ήταν διαφορετικό πράγμα και με τους Osmonds, η ποιότητα της μουσικής δεν ήταν μεγάλη. Η διαφορά νομίζω ότι με τους Beatles είναι, η μουσική ήταν σαφώς εξαιρετική και επίσης δεν τους ένοιαζε ποτέ να κάνουν το ίδιο πράγμα ξανά μουσικά για να ευχαριστήσουν τους θαυμαστές τους, δεν το είχαν υπόψη τους, δεν το είχαν σκεφτεί αυτό, δηλαδή ότι πάντα άλλαζαν το στυλ της μουσικής τους και συνέχιζαν να προχωρούν μπροστά και γίνονταν πολύ πειραματικοί. Δεν είχαν σκεφτεί ότι στους θαυμαστές μας δεν θα άρεσει αυτό. Διάβασα μια συνέντευξη όπου ο Paul McCartney λέει, "σκεφτήκαμε, ξέρετε, θα δίναμε στους θαυμαστές μας κάτι διαφορετικό και αν δεν τους άρεσε, κρίμα... σκεφτήκαμε ότι ίσως να πορεύονταν μαζί μας, ξέρετε" Και το έκαναν. Δηλαδή, θα δεχόντουσαν αυτό που έκαναν οι Beatles. [...] Αλλά δεν είχαν σκεφτεί να κάνουν τίποτα για να ευχαριστήσουν τους θαυμαστές τους... στην αρχή, το έκαναν. Ο Paul είπε ότι έγραφαν συνειδητά*

τραγουδία με προσωπικές αντωνυμίες και αυτός ήταν ένας σκόπιμος τρόπος γραφής τραγουδιών για να συνδεθούν με τους θαυμαστές τους και να τους κάνουν να νιώσουν ότι τραγουδούσαν γι' αυτούς αλλά γρήγορα εξαφανίστηκε, ξέρεις, καθώς η μουσική τους επεκτεινόταν από το 1964 και μετά. Λοιπόν, αρχικά είχαν την ιδέα «Ω, αν γράφουμε τραγουδία με προσωπικές αντωνυμίες, θα κάνουμε τους θαυμαστές μας να νιώσουν πιο κοντά μας και ότι τραγουδάμε γι' αυτούς». Αλλά πολύ γρήγορα, δεν τους ένοιαζε τίποτα που να είχε να κάνει με αυτό, απλώς έκαναν αυτό που ήθελαν και περίμεναν οι θαυμαστές τους να ακολουθήσουν. Σε αυτό το Beatles Monthly υπάρχει μια προσθήκη που θυμάμαι ότι αγόρασα τότε, η οποία ήταν μια προεπισκόπηση του άλμπουμ των Sergeant Pepper's Lonely Hearts Club Band και, ξέρετε, υπάρχει μια περίληψη κομμάτι προς κομμάτι και στη συνέχεια σε επόμενες προσθήκες αυτού του βιβλίου των Beatles, του μηνιαίου περιοδικού Fan, βλέπεις γράμματα από τους θαυμαστές για τα τραγουδία και ξέρεις, σε μερικούς θαυμαστές δεν άρεσε πραγματικά το τι έκανε ο George με το σιτάρ. Αλλά δεν τους ένοιαζε, απλώς έκαναν αυτό που ήθελαν να κάνουν.

**Question: Are there any lesser-known stories about Beatlemania that you think deserve more attention?**

Ερώτηση: Υπάρχουν λιγότερο γνωστές ιστορίες σχετικά με τη Beatlemania που πιστεύετε ότι αξίζουν περισσότερη προσοχή;

*Maybe you haven't considered this I did a radio programme a while ago which was all about The Beatles. It was called Beatles in the USSR, so it was about how in the Soviet Union in the 60s young people could not get access to The Beatles but they went to extraordinary lengths to try and hear they'd heard vaguely about this musical Phenomenon The Beatles But they had they couldn't get photographs They couldn't hear the music easily because it was all banned by the Soviet Union, so they went to enormous lengths to try and hear the music. And somebody tried to smuggle in a Beatles record and Customs would intercept it and damage the records that could not be played, but somehow tapes came into the Soviet Union and they would be copied and distributed on the black market and it was hugely important, in fact, that this music was infiltrating into this society, where it was completely restricted and an example of Western decadence, and yet young people in in Russia and the Soviet Union would, would desperate to hear it and you could make an argument that the advent of The Beatles and how they began to hear it did have an effect on the eventual collapse of the Soviet Union in the late 80s because I interviewed a Russian guy who was who was living in in the country at the time, and he said, 'well, if our government is lying to us about The Beatles, what else are they lying to us about?'' So in the Soviet Union it was not possible for young people to officially buy a Beatles record or a photo of them. I once interviewed two people who were living in Russia at that time. They talked to me about how important it was for young people to at least try to listen to the Beatles. People would copy the music onto used X-ray material because they could use it as a record. You could actually cut the music into these old X-rays. In fact, the band's music that was spread in this way had a nickname, they called it Beatles on Bones and it was distributed illegally on the black market and by word of mouth. But the police would fine you or even put you in prison if they found you with Beatles music in the Soviet Union in the 60s.*

*The only song officially released in the 60s in the USSR was "Girl" from Rubber Soul and it was secretly put on a folk song compilation by the Russian state record*

*company Melodia and someone at the record company put the Beatles on it and so, that's the only song that could be officially purchased.*

*Ίσως δεν το έχεις σκεφτεί αυτό. Έκανα μια ραδιοφωνική εκπομπή πριν από λίγο καιρό που αφορούσε μόνο τους Beatles στην πρώην ΕΣΣΔ, ονομαζόταν "Beatles στην ΕΣΣΔ", οπότε αφορούσε το πώς στη Σοβιετική Ένωση τη δεκαετία του '60 οι νέοι δεν μπορούσαν να έχουν πρόσβαση στους Beatles, αλλά κατέβαλαν εξαιρετική προσπάθεια να ακούσουν ότι είχαν ακούσει αόριστα για αυτό το μουσικό φαινόμενο, τους Beatles. Αλλά δεν μπορούσαν να βγάλουν φωτογραφίες. Δεν μπορούσαν να ακούσουν εύκολα τη μουσική επειδή ήταν απαγορευμένη από τη Σοβιετική Ένωση, οπότε κατέβαλαν τεράστια προσπάθεια να προσπαθήσουν να την ακούσουν. Και κάποιος προσπάθησε να εισάγει λαθραία έναν δίσκο των Beatles και το τελωνείο τον υπέκλεψε και κατέστρεψε τους δίσκους και δεν μπορούσαν να αναπαραχθούν, αλλά με κάποιο τρόπο κασέτες έφτασαν στη Σοβιετική Ένωση και αντιγράφηκαν και διανεμήθηκαν στη μαύρη αγορά και ήταν εξαιρετικά σημαντικό, στην πραγματικότητα, ότι αυτή η μουσική διείσδυσε σε αυτήν την κοινωνία, όπου ήταν εντελώς περιορισμένη και αποτελούσε παράδειγμα δυτικής παρακμής. Και όμως οι νέοι στη Ρωσία και τη Σοβιετική Ένωση ήθελαν απεγνωσμένα να την ακούσουν και θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι η έλευση των Beatles και ο τρόπος με τον οποίο άρχισαν να την ακούν είχε αντίκτυπο στην τελική κατάρρευση της Σοβιετικής Ένωσης στα τέλη της δεκαετίας του '80. Επειδή πήρα συνέντευξη από έναν Ρώσο που ζούσε στη χώρα εκείνη την εποχή και είπε: «λοιπόν, αν η κυβέρνησή μας μας λέει ψέματα για τους Beatles, για τι άλλο μας λέει ψέματα;». Στην Σοβιετική Ένωση λοιπόν δεν ήταν εφικτό για τους νέους να αγοράσουν επίσημα ένα δίσκο των Beatles ή μια φωτογραφία τους. Κάποτε πήρα συνέντευξη από 2 άτομα που ζούσαν στη Ρωσία εκείνη την εποχή. Μου μίλησαν για το πόσο σημαντικό ήταν τότε για την νεολαία να προσπαθήσουν έστω να ακούσουν τους Beatles. Οι άνθρωποι αντέγραφαν τη μουσική σε χρησιμοποιημένο υλικό ακτίνων X επειδή μπορούσαν να τη χρησιμοποιήσουν σαν δίσκο. Μπορούσες στην πραγματικότητα να κόψεις τη μουσική σε αυτές τις παλιές ακτινογραφίες. Μάλιστα η μουσική του συγκροτήματος που διαδιδόταν με τέτοιο τρόπο είχε και παρατσούκλι, το ονόμαζαν Beatles on Bones και τη διένειμαν παράνομα στη μαύρη αγορά και από στόμα σε στόμα. Αλλά η αστυνομία θα σου επέβαλε πρόστιμο ή ακόμα και φυλάκιση, αν σε έβρισκε με μουσική των Beatles, στη Σοβιετική Ένωση τη δεκαετία του '60.*

*Το μόνο τραγούδι που κυκλοφόρησε επίσημα τη δεκαετία του '60 στην ΕΣΣΔ ήταν το "Girl" από το Rubber Soul και μπήκε κρυφά σε μια συλλογή λαϊκών τραγουδιών της ρωσικής κρατικής δισκογραφικής εταιρείας Melodia και κάποιος στην δισκογραφική εταιρεία έβαλε κρυφά τους Beatles σε αυτό και έτσι, αυτό είναι το μόνο τραγούδι που μπορούσες να αγοράσεις επίσημα.*

**Question: How do you think the Beatles' management and record label contributed to the growth of Beatlemania?**

Ερώτηση: Πώς πιστεύετε ότι η διοίκηση και η δισκογραφική εταιρεία των Beatles συνέβαλαν στην ανάπτυξη της Beatlemania;

*Again, you have to think it's not as sophisticated now or as controlled as now it's much more. It was much more making it up as we go along in those days. Brian Epstein is often criticised because of the merchandise deals that he did where people wanted to put their faces and their signatures on products, and he struck a deal which*

*was completely the wrong way round you know, he would have 10% and the manufacturer would have 90%. So, he probably lost some fortunes, but again, it was new nobody had experienced this before so. And the record label I don't think really contributed to the growth of Beatlemania at all, they just put the records out and made sure they could press as many copies as were needed. So, these days, of course it's much more controlled that everything is all, yeah, coordinated and management and record label and relating to the fans connecting with the fans.*

*Και πάλι, πρέπει να σκεφτείς ότι δεν ήταν τόσο εξελεγμένο όσο τώρα ή τόσο ελεγχόμενο όσο τώρα, που είναι πολύ περισσότερο. [...] Ο Brian Epstein συχνά επικρίνεται για τις συμφωνίες εμπορευμάτων που έκανε, όπου οι άνθρωποι ήθελαν να βάλουν τα πρόσωπά τους και τις υπογραφές τους σε προϊόντα, και έκλεισε μια συμφωνία που ήταν εντελώς λάθος, ξέρεις, θα είχε το 10% και ο κατασκευαστής θα είχε το 90%. Οπότε πιθανότατα έχασε κάποιες περιουσίες, αλλά και πάλι, ήταν κάτι καινούργιο που κανείς δεν το είχε ξαναζήσει αυτό. Και η δισκογραφική εταιρεία δεν νομίζω ότι συνέβαλε πραγματικά στην ανάπτυξη της Beatlemania, απλώς έβγαζαν τους δίσκους και φρόντιζαν να τυπώνουν όσα αντίτυπα χρειαζόνταν. Έτσι, στις μέρες μας, φυσικά, είναι πολύ πιο ελεγχόμενο ότι όλα είναι, ναι, συντονισμένα και η διαχείριση και η δισκογραφική εταιρεία και σε σχέση με τους θαυμαστές που συνδέονται με τους θαυμαστές.*

**Question: How do you think the rise of social media has changed the way fans influence the music industry compared to the Beatlemania era?**

Ερώτηση: Πώς πιστεύετε ότι η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι θαυμαστές επηρεάζουν τη μουσική βιομηχανία σε σύγκριση με την εποχή των Beatlemania;

*I think nowadays, as I understand it, social media is so important in having getting success for an artist that record companies now only really look at artists who have a social media presence in the world gaining popularity through that way, whereas in the 60s it was much more intuitive. Going to see bands play live just, you know, just much more haphazard, I suppose, in a way, but much more instinctive and also record companies in those days didn't expect necessarily everything to be hugely successful straight away and this continued for quite a while that often artists who make an album and a follow up album, but it was only really by say, the third album that things started to get big and you know. If you can look at David Bowie, you can look at Elton John you know they didn't explode straight away, you know it took a while you know gradual building up and record companies were quite happy to let that happen, but then by the 90s and the 2000s, It all changed and then with the social media that companies wanted immediate results and you know, if you didn't make it on your first album you were dropped. There's much more of an organic process in those days that they, you know, they were prepared to let a group build and build and build but now they sign acts who they think are going to be successful immediately because they have a big social media presence.*

*Νομίζω ότι στις μέρες μας, όπως το καταλαβαίνω εγώ, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι τόσο σημαντικά για την επιτυχία ενός καλλιτέχνη που οι δισκογραφικές εταιρείες πλέον εξετάζουν μόνο τους καλλιτέχνες που έχουν παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο και κερδίζουν δημοτικότητα μέσω αυτού του τρόπου, ενώ τη δεκαετία του '60 ήταν πολύ πιο διαισθητικό. Το να πηγαίνεις να βλέπεις συγκροτήματα*

να παίζουν ζωντανά ήταν απλώς, ξέρεις, πολύ πιο τυχαίο, υποθέτω, κατά κάποιο τρόπο, αλλά πολύ πιο ενστικτώδες και επίσης οι δισκογραφικές εταιρείες εκείνη την εποχή δεν περίμεναν απαραίτητα ότι όλα θα ήταν τεράστια επιτυχία αμέσως και αυτό συνεχίστηκε για αρκετό καιρό, καθώς συχνά οι καλλιτέχνες που έκαναν ένα άλμπουμ και ένα επόμενο άλμπουμ, ήταν μόνο από το τρίτο άλμπουμ, ας πούμε, που τα πράγματα άρχισαν να γίνονται μεγάλα. Αν κοιτάξετε τον David Bowie, τον Elton John, ξέρετε ότι δεν εξεπρόσπεσαν αμέσως, ότι χρειάστηκε λίγος χρόνος, ξέρεις, η σταδιακή ανάπτυξη και οι δισκογραφικές εταιρείες ήταν αρκετά χαρούμενες που το άφησαν να συμβεί, αλλά στη δεκαετία του '90 και του 2000, όλα άλλαξαν και μετά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι εταιρείες ήθελαν άμεσα αποτελέσματα και ξέρεις, αν δεν τα κατάφερνες στο πρώτο σου άλμπουμ, σε απέρριπταν. Υπήρχε μια πολύ πιο οργανική διαδικασία εκείνη την εποχή, ξέρεις, ήταν έτοιμοι να αφήσουν μια ομάδα να χιτίζει και να χιτίζει και να χιτίζει, αλλά τώρα υπογράφουν συμβόλαια με καλλιτέχνες που πιστεύουν ότι θα είναι επιτυχημένοι αμέσως επειδή έχουν μεγάλη παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

### **Question: What lessons can modern artists and the music industry learn from the Beatlemania phenomenon?**

Ερώτηση: Ποια μαθήματα μπορούν να αντλήσουν οι σύγχρονοι καλλιτέχνες και η μουσική βιομηχανία από το φαινόμενο Beatlemania;

*I don't know. As I say, it's just such a completely different era that The Beatles were born in. The Beatles just did not stick to a formula also did not stick to any particular musical type they changed so much in what they did, but yet they still sounded like The Beatles. But if you compare "From me to you" in 1963 to "Revolver" 1966 you know, can this be the same? Group. Yes, it is because we can hear the voices. We know it has that that Beatles sound, but it's just so radically different. Maybe modern artists are more certainly in the mainstream. I think not in the mainstream things are very, very similar. Nobody's really taking any risks music is not as adventurous as it was.*

*Δεν ξέρω. Όπως είπα, είναι απλώς μια εντελώς διαφορετική εποχή στην οποία γεννήθηκαν οι Beatles.. Οι Beatles απλώς δεν έμειναν πιστοί σε μια φόρμουλα, ούτε σε κάποιο συγκεκριμένο μουσικό είδος, άλλαξαν τόσο πολύ σε αυτό που έκαναν, αλλά παρόλα αυτά ακουγόntonουσαν σαν τους Beatles. Αλλά αν συγκρίνεις το "From me to you" το 1963 με το "Revolver" το 1966 ξέρεις, ρωτάς "μπορεί να είναι το ίδιο συγκρότημα;". "Ναι, είναι" επειδή μπορούμε να ακούσουμε τις φωνές, ξέρουμε ότι έχει αυτόν τον ήχο των Beatles, αλλά είναι απλώς τόσο ριζικά διαφορετικό. Ίσως οι μοντέρνοι καλλιτέχνες κινούνται περισσότερο προς το mainstream. Νομίζω ότι στο mainstream τα πράγματα είναι πολύ, πολύ παρόμοια. Κανείς δεν παίρνει πραγματικά ρίσκα, η μουσική δεν είναι τόσο περιπετειώδης όσο ήταν παλιά.*

### **Question: Do you believe that the cultural, societal and political environment of the 60's contributed on beatlemania's rise or not? (and if yes, how?)**

Ερώτηση: Πιστεύετε ότι το πολιτιστικό, κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον της δεκαετίας του '60 συνέβαλε στην άνοδο της beatlemania ή όχι; (και αν ναι, πώς;)

*Yes, it is absolutely crucial to consider the environment that happened in the 1960s, it's so different than now. It was the decade when there was huge upheaval, so much*

*changed and it was also, this is from a historical point of view it was a decade which had huge political things going on that you know the assassination of John F Kennedy, the assassination of Martin Luther King, Robert Kennedy, the Vietnam War, civil rights and then the whole change in the way that young people grew their hair and there was a drug culture and youth movements and this was just absolutely turning the world upside down and the world that we're in now just follows on from what happened in the 60s and in the 70s, although there are, you know, to every action, there's a reaction and we seem to have progressive thought being pushed back in America. You know the example of the Trump presidency and the people around him, I always thought that political and liberal thought would continue and continue and couldn't be pushed back, but now you have politicians trying to push things back, so maybe we'll have an environment like the 60s again where people will make more revolutionary music.*

*Ναι, είναι απολύτως σημαντικό να λάβουμε υπόψη το περιβάλλον στο οποίο συνέβησαν τα γεγονότα τη δεκαετία του 1960, είναι τόσο διαφορετικό από τώρα. Ήταν η δεκαετία που υπήρξε τεράστια αναταραχή, τόσα πολλά άλλαξαν και επίσης, από ιστορική άποψη, ήταν μια δεκαετία που είχε τεράστια πολιτικά γεγονότα, όπως η δολοφονία του John F. Kennedy, η δολοφονία του Martin Luther King, του Robert Kennedy, ο πόλεμος του Βιετνάμ, τα πολιτικά δικαιώματα και στη συνέχεια όλη η αλλαγή στον τρόπο που οι νέοι έφτιαχναν τα μαλλιά τους και υπήρχε μια κουλτούρα ναρκωτικών και κινήματα νέων, και αυτό απλώς έκανε τον κόσμο άνω κάτω και ο κόσμος στον οποίο βρισκόμαστε τώρα απλώς ακολουθεί ό,τι συνέβη στη δεκαετία του '60 και του '70, αν και υπάρχει, ξέρετε, σε κάθε δράση, υπάρχει μια αντίδραση και φαίνεται ότι η προοδευτική σκέψη ωθείται προς τα πίσω στην Αμερική. Ξέρεις το παράδειγμα της προεδρίας Τραμπ και των ανθρώπων γύρω του. Πάντα πίστευα ότι η πολιτική και φιλελεύθερη σκέψη θα συνεχιζόταν και θα συνεχιζόταν και δεν μπορούσε να ανατραπεί, αλλά τώρα έχουμε πολιτικούς που προσπαθούν να ανατρέψουν τα πράγματα, οπότε ίσως έχουμε ένα περιβάλλον σαν τη δεκαετία του '60 ξανά όπου οι άνθρωποι θα δημιουργούν πιο επαναστατική μουσική.*

*I think The Beatles never really made of the state political statements in their songs and I think it's also important to consider that they were never a generation gap group they never wanted to exclude anybody from their fans. If you look at the promotional film for Hey Jude which they made and it was shown on the David Frost show in 1968 they're playing hey Jude and then when it comes to the na na's, this whole crowd surrounds them, if you look at that crowd, it's so diverse. Different ages, different skin colour. It's a very inclusive statement. "You know, we're saying everybody join in. You know you can all enjoy this. We're not saying". "Hey, this is just for young people" and I think that's again if you think about that "our world" television programme, they would, they would deliberately write a song for the world called All You Need is love, you know, and it was an inclusive song was, I think, the bit the story of The Beatles is you can all join in, no matter what age you are, it's really to do with you. Your mindset, your openness to new ideas and following this music, and I think that's what that's one of the most powerful things about the whole Beatles phenomenon. It didn't exclude anybody. You know you could all like music it was just so varied. But everybody's invited to this. You just have to be open-minded, you know we're not saying this is just for people of our age, that it was a very inclusive idea. So, at the beginning, yes it was young fans screaming at The Beatles but as you grew older, and actually when that first wave of Beatlemania hit in in the*

*UK in 1963 parents often would like them oht it's great that my kids Liking The Beatles? They really love the lads; we like The Beatles. It's when The Beatles started to get a bit weird for older people when their hair got even longer and they were a bit suspicious about The Beatles but, but yeah.*

*Νομίζω ότι οι Beatles δεν έδωσαν ποτέ ιδιαίτερη έμφαση στις πολιτικές δηλώσεις των κρατών στα τραγούδια τους και νομίζω ότι είναι επίσης σημαντικό να λάβουμε υπόψη ότι δεν ήταν ποτέ μια ομάδα με χάσμα γενεών, δεν ήθελαν ποτέ να αποκλείσουν κανέναν από τους θαυμαστές τους. Αν κοιτάξετε την διαφημιστική ταινία για το Hey Jude που έκαναν και προβλήθηκε στην εκπομπή του David Frost το 1968, παίζουν το "Hey Jude" και όταν πρόκειται για το "na na na", όλο αυτό το πλήθος τους περιβάλλει, αν κοιτάξεις αυτό το πλήθος, είναι τόσο διαφορετικό. Διαφορετικές ηλικίες, διαφορετικό χρώμα δέρματος. Είναι μια πολύ συμπεριληπτική δήλωση. Ξέρεις, λένε σε όλους να συμμετάσχουν. Ξέρεις ότι μπορούν να το απολαύσουν όλοι. Δεν λέμε «Αυτό είναι μόνο για νέους» και νομίζω ότι αυτό ισχύει ξανά, νομίζω ότι αυτό ισχύει ξανά, αν σκεφτείς σε εκείνο το τηλεοπτικό πρόγραμμα «ο κόσμος μας», θα έγραφαν επίτηδες ένα τραγούδι για τον κόσμο με τίτλο «Όλα όσα χρειάζεσαι είναι αγάπη», ξέρεις, και ήταν ένα τραγούδι που συμπεριλάμβανε όλους, νομίζω, το κομμάτι της ιστορίας των Beatles είναι ότι μπορούν όλοι να συμμετέχουν, ανεξάρτητα από την ηλικία έχει να κάνει πραγματικά με τη νοοτροπία, το ανοιχτό πνεύμα σε νέες ιδέες και την παρακολούθηση αυτής της μουσικής, και νομίζω ότι αυτό είναι ένα από τα πιο δυνατά πράγματα σε όλο το φαινόμενο των Beatles. Δεν απέκλεισε κανέναν. Ξέρεις θα άρεσε σε όλους η μουσική γιατί ήταν τόσο ποικίλη και όλοι ήταν προσκεκλημένοι σε αυτό. Απλά πρέπει να ήσασταν ανοιχτόμυαλοι, ξέρεις, δεν λέγανε ότι αυτό είναι μόνο για ανθρώπους της ηλικίας μας, αλλά ότι ήταν μια πολύ συμπεριληπτική ιδέα. Στην αρχή, ναι, ήταν νεαροί θαυμαστές που ούρλιαζαν στους Beatles, αλλά καθώς μεγάλωνες, και στην πραγματικότητα όταν το πρώτο κύμα μανίας για τους Beatles χτύπησε το Ηνωμένο Βασίλειο το 1963, οι γονείς συχνά τους συμπαθούσαν, λέγοντας "είναι υπέροχο που τα παιδιά μου συμπαθούν τους Beatles". Ήταν όταν οι Beatles άρχισαν να γίνονται λίγο περίεργοι για τους μεγαλύτερους, όταν τα μαλλιά τους μάκρυναν ακόμα περισσότερο που έγιναν (οι γονείς) λίγο καχύποπτοι με τους Beatles, αλλά ναι.*

## ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΜΙΚΑΕΛΑ ΠΑΝΗΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ:

### **Ερώτηση: Πότε περίπου ‘ιδρύθηκε’ το ελληνικό swiftie community και που/πως δραστηριοποιείται από τότε;**

*Το δικό μας ουσιαστικά ήτανε 1 Νοεμβρίου του 2023;· Έχω χάσει και τα χρόνια το 23 νομίζω να το 23 τη χρονιά που βγήκε το *Midnights*. Α όχι το 23 βγήκε το *Till dawn* να 2022 βγήκε το *Midnights* άρα 1 Νοεμβρίου του 2022 ιδρύθηκε το community (κοινότητα) και δραστηριοποιείται κυρίως στο Facebook, τώρα είναι η βάση.*

*Ουσιαστικά στο community, δεν έχουμε άλλη πλατφόρμα που είναι ιδιαίτερα το δραστηριοποιημένο σαν community μόνο στο Facebook γιατί είναι λίγο πιο εύκολη η επικοινωνία επειδή μπορείς να ποστάρεις να σχολιάσεις. Οι άλλες πλατφόρμες δεν είναι τόσο friendly (φιλικές) σ’ αυτό γιατί πρέπει να είναι (η δημοσίευση/ το post) βίντεο ή φωτογραφία ή κάτι τέτοιο, οπότε θεωρώ ότι είναι πιο καλό, να μπορεί να υπάρχει και απλό text (κείμενο) και να μπορεί να ανεβάσει και όποιος θέλει; Γιατί σε ένα instagram θα μπορούσα να ανεβάσω μόνο εγώ και δεν θα είχε ουσία.*

### **Ερώτηση: Για ποιους λόγους ένιωσες την ανάγκη να κάνεις αυτό που κάνεις με το community; Τι πορεία έχει σημειώσει από τότε που ξεκίνησε-ς μέχρι σήμερα;**

*Κοίτα, η αλήθεια είναι ότι εγώ νόμιζα ότι στην Ελλάδα είμαστε πολύ λίγοι που ακούμε Taylor Swift. Είχα μία εικόνα στο κεφάλι μου ότι ξέρω ‘γω άντε εγώ και άλλοι 10 με 20 φίλοι που δεν ήταν και εντελώς φίλοι μου, εννοώ ότι δεν είχα, στον περίγυρό μου άτομα τα οποία ακούγανε Taylor Swift. Κάποια στιγμή άρχισα να ανεβάζω κάτι βίντεο και στο tik tok με την Τειλορ και άρχισα να βλέπω ότι υπάρχει κόσμος ρε παιδάκι μου και κάποια στιγμή ήρθα σε επαφή με κάποια παιδιά που με βάλανε σε μία συνομιλία στο messenger που την είχαν από παλιά γιατί ήταν στο παλιό γκρουπ. Πολλοί δεν πολυμιλούσανε ή τότε μιλούσανε σπανίως έτσι λίγο που πετάγανε κάτι για την Taylor οπότε με βάλανε εκεί και αρχίσαμε να μιλάμε, εγώ μίλαγα πολύ γιατί είχα και τόσο καιρό να τα πω κάπου, και κάποια στιγμή πέρασε ένα δίμηνο τρίμηνο, που μιλούσαμε και κάπως σκεφτόμουν ότι δεν υπάρχει ρε παιδί μου ενεργό community έτσι λίγο να τα λέμε μεταξύ μας, να πούμε καμιά χαζομάρα και τα σχετικά. Οπότε τους λέω “να κάνω;” και μου λένε τα παιδιά κάνε, γιατί εγώ είχα κάνει και στο παλιό community αίτημα και δεν με είχε δεχτεί πολλά χρόνια, δηλαδή ήτανε φουλ ανενεργό. Τέλος πάντων, μία Νοεμβρίου λοιπόν το άνοιξα το community και η αλήθεια είναι ότι πήρε πάρα πολύ γρήγορα μπρος, εγώ είπα στο κεφάλι μου ότι θα ‘μαστε ξέρω ‘γω άντε 100 200 άτομα σου λέω ας πούμε και ότι θα κυλήσει έτσι η κατάσταση. Τους πρώτους 3 μήνες περίπου είχαμε 500 μέλη. Πάρα πολύ γρήγορα και χωρίς να χρειαστεί και ιδιαίτερα να το προμοτάρω ή οτιδήποτε. Δηλαδή θυμάμαι ότι απλά είχα ανεβάσει ένα βίντεο στο tik tok με αυτό και μέχρι σήμερα έχουμε φτάσει τώρα 3500 μέλη, ανέβηκαν πολύ και τότε με το eras tour που ψάχνανε εισιτήρια και όλα τα συναφή, δηλαδή εκεί σίγουρα ήρθανε γύρω στα 1000 άτομα, ας πούμε στο community, αλλά και γενικά και με τα party και πολύς κόσμος γνωρίστηκε και μέσα από τα party και όλο αυτό οπότε νομίζω ότι απλά αυτό μόνο μεγαλώνει, απλά τώρα λίγο πιο σταθερά, ας πούμε σε σχέση με τον προηγούμενο καιρό με τα tour και με αυτά.*

### **Ερώτηση: Τι δυσκολίες αντιμετώπισες ή ακόμη αντιμετωπίζεις;**

*Τώρα και δυσκολίες δεν ξέρω περισσότερο και με τα party αντιμετωπίζει. Εντάξει κοίτα να δεις γενικά όχι ιδιαίτερες δυσκολίες, θα έλεγα απλώς επειδή για μένα είναι πολύ σημαντικό να είναι οικογένεια αυτό το πράγμα και σαν όντως κοινότητα είναι πολύ λεπτή η γραμμή του τι επιτρέπεις και τι δεν επιτρέπεις στο community μέσα. Επειδή θέλω όλα τα παιδιά να αισθάνονται άνετα, να εκφραστούν, αλλά δεν θέλω και να αισθάνεται και ο άλλος που είναι μέσα, ότι “ααα αυτό ίσως είναι oversharing ή αυτό ίσως είναι άσχετο” ή οτιδήποτε, κάπως πρέπει να μπαίνουν κάποια όρια τα οποία να είναι μεν αισθητά, αλλά να μην είναι και καταπιεστικά γιατί είχα συνηθίσει στις ομάδες ότι δεν υπάρχει ελεύθερο ποστάρισμα, δηλαδή πάντα υπάρχει κάποιος που σου κάνει arrrone αυτό που ποστάρεις, ότι δεν μπορεί να ανεβάσεις άκυρα πράγματα, ας πούμε με την ομάδα και εμένα δεν μου άρεσε αυτό γιατί είχα καταλάβει ότι για τα παιδιά πως όντως θέλανε ένα χώρο να μπορούν να εκφράζονται και τα party και για την κοινότητα και δεν ήθελα καθόλου να τους το κόψω αυτό γιατί συνειδητοποίησα ότι υπάρχουν άτομα τα οποία πραγματικά δεν έχουνε που να τα πούνε και έχουνε βρει φίλους μέσα από αυτό. Οπότε έτσι έχουν έρθει και κοντά πολλά άτομα, το οποίο το θεωρώ πολύ όμορφο. Τώρα όσον αφορά τα πάρτι, πιο πολύ από άποψη οργάνωσης το ότι έχω αποφασίσει να τα κάνω όλα μόνη μου, οπότε η δυσκολία είναι το ότι δεν υπάρχει χρόνος. Ταυτόχρονα είμαι και πολύ τελειομανής, οπότε δεν μπορώ να αφήσω έλεγχο σε κανέναν άλλον να κάνει το οτιδήποτε. Δηλαδή έχω μόνο την αδερφή μου που αναλαμβάνει μόνο την ημέρα του event το κομμάτι της πόρτας να είναι την είσοδο να προσέχει τα παιδιά και τα συναφή και είναι ο μόνος άνθρωπος που εμπιστεύομαι ας πούμε κι αυτό γιατί ξέρει μέχρι που μπορεί να μπλεχτεί χωρίς να ενοχληθώ εγώ ρε παιδί μου. Αυτό... αυτά κυρίως και κυρίως ότι αν κάτι συμβεί και τσακώνονται ή ας πούμε, υπάρχει κάποια ένταση, το να προσπαθείς να τη διαχειριστείς με τον πιο ήρεμο τρόπο χωρίς να προσβληθούν ούτε οι μεν, ούτε οι δε, αλλά να μπαίνουν κάποια όρια στο τι μπορεί να πει ο άλλος δηλαδή για μένα το νούμερο είναι να μην προσβάλλονται μεταξύ τους, δηλαδή αυτό είναι ντεφάκτο.*

*Από κει και πέρα, εντάξει τώρα το να έχουμε διαφορετικές απόψεις αν συζητούνται με όμορφο και ευγενικό τρόπο, okay γι' αυτό υπάρχει η κοινότητα, δηλαδή δεν μπορούμε να συμφωνούμε σε όλα, κάποιος δεν το δέχονται αυτό παρόλα αυτά δηλαδή σου λένε ότι όχι αυτό που λέει είναι παράλογο αυτό, εντάξει okay μπορεί να είναι παράλογο, μπορεί ούτε εγώ να μη συμφωνώ, αλλά it is what it is.*

### **Ερώτηση: Με βάση την εμπειρία σου μπορείς να περιγράψεις 3-4 βασικές πρακτικές του fandom;**

*Κυρίως είναι τα party. Σαν έτσι, σαν main (κύριο) ας πούμε, το οποίο το βρίσκω και ωραίο γιατί ναι μεν αυτό που συμβαίνει online μπορεί να συμβεί και από κοντά αλλά και τα παιδιά το βλέπουνε λίγο σαν, πώς να το πω, σαν reunion κατά κάποιο τρόπο. Κάθε φορά είναι πολύ όμορφο γιατί πολλά παιδιά ταξιδεύουν και από άλλες πόλεις για να έρθουν στα party.*

*Ως προς τα charity (έρανοι) είχε γίνει πρόσφατα μια προσπάθεια στην κοινότητα. Συγκεκριμένα, όταν ακυρώθηκε η συναυλία της Taylor Swift (λόγω απειλής τρομοκρατικού επεισοδίου) τον Αύγουστο που μας πέρασε, αρκετά μέλη της κοινότητας έχασαν τα χρήματά τους. Έτσι μαζί με την κοινότητα στο Facebook κάναμε μια δημοσίευση στην οποία καλέσαμε τα μέλη να συνεισφέρουν κάποιο ποσό για αυτά τα παιδιά. Στόχος ήταν τα χρήματα να διαμοιραστούν στους θαυμαστές που δεν πήγαν*

στην συναυλία. Θέσαμε όμως κάποια σχετικά κριτήρια, γιατί, αναγκαστικά, δεν μπορούσαν να μοιραστούν σε όλους. Αποφασίσαμε λοιπόν να μοιράσουμε το ποσό που θα μαζευόταν σε άτομα τα οποία δεν πήγαν καθόλου στη Βιέννη. Δηλαδή άτομα που τους ακυρώθηκαν τα πάντα και δεν τους επιστράφηκαν χρήματα πίσω. Έτσι τα χρήματα που μαζεύτηκαν διαμοιράστηκαν ακριβώς, σε αυτούς που έχασαν τα περισσότερα χρήματα. Μαζεύτηκε ένα αρκετά καλό ποσό αν θυμάμαι καλά το οποίο ήταν γύρω στα 2 χιλιάδες ευρώ και μάλιστα μαζεύτηκαν και αρκετά γρήγορα. Συνέβαλε ένας ικανός αριθμός ατόμων και ακόμη και ένα-δύο ευρώ να έβαζαν κάποιοι, ήταν σημαντικό, γιατί και από ένα ευρώ να έβαζαν, πχ 500 άτομα τότε η δυναμική που δημιουργούνταν ήταν αρκετά μεγάλη.

Οπότε αυτό ήταν σίγουρα κάτι το οποίο κάνουμε και νομίζω και γενικά όταν βγαίνει το κάθε άλμπουμ, ας πούμε και τα σχετικά, το κλασικό είναι ότι θα τα συζητήσουμε αυτά online οτιδήποτε έτσι σχετικό γίνει με την Taylor, το οποίο δίνει λίγη ένταση στο fandom. Συν το ότι εμένα μου αρέσει πολύ να κάνω lyric analysis (ανάλυση των στίχων) και σε πολλά άτομα, ας πούμε, αρέσει αυτό στην ομάδα και νομίζω ότι είναι πολύ ενδιαφέρον γιατί και μαθαίνεις πράγματα μέσα από αυτό αλλά και επίσης ξέρω 'γω μπαίνεις και λίγο πιο deep (βαθιά) στον καλλιτέχνη, ας πούμε και στην μουσική του.

### **Ερώτηση: Ποια πιστεύεις ότι είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που κάνουν τους Swifties τόσο ενωμένο και παθιασμένο fandom;**

Κοίτα, έχει να κάνει άμεσα με το πώς το διαχειρίζεται η Taylor αυτό. Θεωρώ ο λόγος που είναι από πάντα τόσο ενωμένο και παθιασμένο (το fandom) είναι ακριβώς εξαιτίας του τρόπου με τον οποίο το διαχειρίζεται εκείνη. Είναι αυτό το connection(σύνδεση) με το fandom της, κάτι που υπήρχε από πάντα, με αποτέλεσμα να αισθάνεσαι μέλος του fandom ακόμα κι αν είσαι στην άλλη άκρη της γης. Νομίζω ότι αυτό κάνει και τους fans να είναι τόσο loyal (πιστοί) απέναντί της. Συν ότι είναι αντικειμενικά ένας άνθρωπος ο οποίος -τουλάχιστον στα δεδομένα που δείχνει- έχει ένα πάρα πολύ καλό πρόσωπο. [...] Έχει δείξει πάρα πολλές φορές ότι έχει απίστευτη εν συναίσθηση σαν άνθρωπος και αυτό σε συνδυασμό με την στιχουργική της ικανότητα είναι κάτι που νομίζω κάνει τους θαυμαστές της να ταυτίζονται περισσότερο μαζί της. (Μ.Παναγιωροπούλου, προσωπική επικοινωνία, Απρίλιος 29, 2025)

### **Ερώτηση: Πώς πιστεύεις έχουν αλλάξει οι δυνατότητες αλληλεπίδρασης μεταξύ των σουιφτιζ και της Taylor Swift (ή της ομάδας της) μετά την άνοδο των social media;**

Από τότε που ξεκίνησε, μέχρι δηλαδή, σκέψου ότι από το fearless από το 2008 που ήμουν 13 χρονών ας πούμε μέχρι τώρα το έχω ζήσει όλο και στα high και στα κάτω του και όταν ήταν πολύ ενεργή και όταν δεν ήταν και όλο το σύστημα θεωρώ ότι έχει πολύ μεγάλη διαφορά. Θεωρώ ότι πλέον αυτή τη στιγμή, έτσι όπως έχει κατακτήσει η κατάσταση με τα social media και πώς λειτουργεί ο κόσμος στα social media ότι όλοι θα γράφουνε και το κάτι αρνητικό και το οτιδήποτε και ότι υπάρχει πάρα πολύ, εμ πώς να το πω πάρα πολλές γνώμες που πραγματικά δεν χρειάζονται στο ίντερνετ, νομίζω ότι αυτό έχει κάνει και τους καλλιτέχνες και κυρίως την Taylor να είναι πολύ απύσχα από τα social media. Δηλαδή πλέον θεωρώ ότι έχει κατακτήσει να είναι brand και όχι άνθρωπος, τουλάχιστον στην παρουσία της στα social media έτσι;

Οπότε πλέον θεωρώ ότι δεν είναι καθόλου *personal* (προσωπικό). Παλαιότερα ήτανε, πλέον έχει κατακτήσει τουλάχιστον πώς να το πω, η ιντερνετική της παρουσίαση, ας πούμε, να είναι καθαρά *business*, αυτή είναι η αλλαγή που βλέπω μέσα στα χρόνια. Θεωρώ ότι παλιά ήταν πολύ πιο *involved* (εμπλεκόμενη) και όταν δεν υπήρχαν τα *social media* και όταν άρχισαν να έχουν άνοδο τα *social media* και φτάσαμε σε ένα σημείο που τώρα τα *social media* είναι στο *high* τους που ο καθένας θα γράψει αυτό που θέλει να γράψει, δεν νομίζω ότι είναι θέμα ότι την επηρεάζει αυτό που γράφουνε απλά νομίζω ότι από ένα σημείο και έπειτα είναι τόσος πολύς όγκος που δεν είναι και διαχειρίσιμος.

**Ερώτηση: Ποιες διαφορές παρατηρείς στον τρόπο που λειτουργούν τα *fandoms* πριν και μετά την εποχή των *social media*;**

Ναι, η μόνη διαφορά είναι ότι παλιά δεν ξέρω, νομίζω ότι ο κόσμος δεν είναι τόσο πορωμένος όσο είναι τώρα και επίσης θεωρώ ότι πλέον ο κόσμος λόγω των *social media* πηγαίνει πολύ μηδέν - εκατό δηλαδή μπορεί κάτι να μην το ακούει και επειδή είναι *trending* στα *social media* παράδειγμα το είδαμε και με τον *Harry Styles* (Βρετανός τραγουδιστής πρώην μέλος των *One Direction*) και με την *Taylor* με το *tour*, ακριβώς επειδή ήταν πολύ *trending* και το *eras tour* και το *love on tour* (περιοδεία του *Harry Styles*) και τα σχετικά έβλεπες μία πολύ μεγάλη αύξηση στο πώς οι άνθρωποι ξαφνικά ακούγανε *Taylor Swift*, το οποίο εννοείται ότι είναι πάντα καλοδεχούμενο δεν το λέω με αρνητική χροιά. Όσο περισσότερος κόσμος είναι στο *fandom*, τόσο το καλύτερο απλά συνήθως αυτό σβήνει και πολύ γρήγορα δηλαδή βλέπω και ότι μετά το *eras* έχει πέσει αυτό γιατί έχει πέσει το *hype* του *Eras tour* στα *social media*, οπότε έχει πέσει και το δικό της.

**Ερώτηση: Πώς επηρεάζουν τα *social media* την εμπειρία των θαυμαστών (θετικά/αρνητικά), ειδικά σε θέματα όπως η εξάπλωση ειδήσεων, η δημιουργική έκφραση ή ακόμα και η τοξικότητα;**

Θεωρώ ουσιαστικά ότι έχει για κάποιο λόγο πλέον κονταροχτυπιούνται στο πόσο καιρό είσαι ή δεν είσαι φαν για να κάπως να αποδείξουν ότι εγώ δικαιούμαι πολύ περισσότερο να είμαι εκεί από σένα ή οτιδήποτε ακριβώς γιατί όλο αυτό παίρνει πάρα πολύ *hype* στα *social media* και θέλουν όλοι να είναι εκεί, αλλά στο τέλος της ημέρας δεν έχει να κάνει με το πότε ή όχι. Δηλαδή θέλω να πω ότι θεωρώ ότι σίγουρα επηρεάζει αρνητικά, επίσης επηρεάζει αρνητικά με την άποψη ότι τίποτα απλά δεν είναι, πώς να το πω; Δεν είναι έκπληξη, ένα *tour* το βλέπεις όλο στο *tik tok* ας πούμε. Οτιδήποτε βγει πριν προλάβει καν να κυκλοφορήσει έχει γίνει *leak* (διαρρέσει) στα *social media* εεμ δηλαδή λίγες μέρες πριν την κυκλοφορία του οτιδήποτε βγάλει ένας καλλιτέχνης, πλέον είσαι σε μία κατάσταση θα πρέπει να αποφεύγεις βίντεο, μετά πέφτουνε οι πάρα πολύ αρνητικές απόψεις, γιατί πάντα θα πέσουν να φάνε το οτιδήποτε καινούργιο βγάλει ένας καλλιτέχνης δηλαδή αισθάνομαι ότι υπάρχει πάντα πλέον κάτι αρνητικό *in general* στα *social media*, δεν έχω δει πολλά *fandoms* να μην, όλοι κονταροχτυπιούνται για κάποιο λόγο, δεν έχω δει πολλά να είναι υποστηρικτικά απέναντι γενικά στους καλλιτέχνες είναι λες και πρέπει να υπάρχει μάχη όλη την ώρα. Αυτό δηλαδή, παρατηρώ ότι και θεωρώ ότι αυτό χαλάει και τη χαρά και από τον θαυμαστή δηλαδή θυμάμαι ότι παλιά χαιρόμουνα πολύ περισσότερο για μία κυκλοφορία και πλέον αισθάνομαι αγχωμένη κάθε φορά που βγαίνει κάτι. Δηλαδή εγώ τουλάχιστον έτσι το βιώνω γιατί δεν ξέρω και πώς να διαχειριστώ δηλαδή και στην ομάδα δεν ξέρω πώς να διαχειριστώ τον όγκο των πραγμάτων και ότι υπάρχουν πολύ έντονες απόψεις, δηλαδή κάποιος θα μισεί κάτι και θα το μισεί πάρα πολύ αυτό που θα μισεί σε βαθμό

που αυτό θα αναστατώσει έναν άλλον που το αγαπάει πάρα πολύ και θα πρέπει να τσακώνονται δηλαδή δεν μπορούνε κάπως απλά να πούνε τις απόψεις τους, πρέπει να τσακώνονται για το ότι δεν έχουν την ίδια άποψη παλιά αυτό δεν υπήρχε.

**Ερώτηση: Πώς πιστεύεις ότι τα social media έχουν αλλάξει τη σχέση μεταξύ των μουσικών και των fans;**

Θεωρώ ότι στους μεγάλους καλλιτέχνες έχει λειτουργήσει αρνητικά και στους μικρούς καλλιτέχνες έχει λειτουργήσει πολύ θετικά βασικά γιατί οι μικροί καλλιτέχνες έχουν πάρα πολύ χώρο να τους γνωρίσει καινούργιος κόσμος λόγω των social media και να πορωθεί πολύς κόσμος και πολύς κόσμος που μπορεί να μην τους έβλεπε ποτέ υπό άλλες συνθήκες και ταυτόχρονα οι μεγάλοι, ακριβώς επειδή έχουνε τόση έντονη δημοτικότητα και υπάρχει τόσος πολύς όντως στο Ίντερνετ νομίζω ότι λειτουργεί πολύ αρνητικά, δηλαδή ότι βγάλει ας πούμε, η Taylor πάντα υπάρχει αυτό το «εντάξει είναι τόσοι πολλοί οι swifties που προφανώς θα πάει νούμερο ένα δεν πάει νούμερο ένα γιατί είναι καλό, είναι επειδή είναι πολύ swifties», ας πούμε, το οποίο είναι λίγο βλακεία.

**Ερώτηση: Πιστεύεις ότι τα social media έχουν δώσει περισσότερη ή λιγότερη δύναμη στα fandoms όσον αφορά την επιρροή τους στη μουσική βιομηχανία;**

Πολύ μεγαλύτερη δύναμη έχουνε δώσει τα social media στα fandoms για όλο αυτό, δηλαδή τα νούμερα που πιάνουν πλέον λόγω όλης της έκθεσης στα social media οι καλλιτέχνες είναι ακραία σε σχέση με το παρελθόν δηλαδή παλιά δεν υπήρχε αυτό το πράγμα σε καμία περίπτωση και πλέον λένε ρε παιδί μου “Α η Taylor έσπασε το ρεκόρ των Beatles, ή ξέρω ‘γω των Elvis Presley ή οτιδήποτε” μιλάμε τώρα για πωλήσεις φυσικές πωλήσεις σε εκείνες τις εποχές που δεν είχανε κανένα τρόπο να τα, να τα προωθήσουν πέρα από το ράδιο και τα live που κάνανε ας πούμε ότι live κάνανε γιατί ας πούμε οι Beatles μετά από ένα σημείο δεν κάνανε καν live λόγω του χάους που συνέβαινε. Εεε πλέον θεωρώ ότι οτιδήποτε γίνεται trend, ας πούμε, στο tik tok παράδειγμα, πηγαίνει νούμερο ένα παντού και ακούγοντας ένα snippet από το τραγούδι στο Tik Tok χωρίς καν να έχεις ακούσει ολόκληρο το κομμάτι. Οπότε σίγουρα επηρεάζει πάρα πολύ, δηλαδή θετικά μεν γιατί παίρνει πολύ περισσότερα streams. Απλά θεωρώ ότι δυστυχώς μαζεύεται και πολύ περισσότερος όγκος πραγμάτων που ίσως δεν έχουνε τόσο πως να το πω τόση ποιότητα είναι περισσότερη ποσότητα και λιγότερη ποιότητα σε σχέση με το παρελθόν.

**Ερώτηση: Με ποιους τρόπους πιστεύεις ότι η Taylor Swift ξεχώρισε από άλλους καλλιτέχνες για να φτάσει σήμερα στο σημείο να έχει το μεγαλύτερο fan base της σύγχρονης pop κουλτούρας;**

Θεωρώ ότι έχει να κάνει με σκληρή δουλειά βασικά η οποία χτίζεται πάρα πολλά χρόνια. Συν ότι θεωρώ ότι είναι μία πάρα πολύ έξυπνη business woman, που γενικά ότι έχει χρησιμοποιήσει ότι έχουνε χρησιμοποιήσει τα media εναντίον της, το έχει στρέψει ως δύναμη της, ας πούμε και το έχει χρησιμοποιήσει για τη δουλειά της και το χρησιμοποιήσει δεν το λέω με αρνητικό πρόσημο.

Θεωρώ ότι είναι πάρα πολύ έξυπνος ο τρόπος που χειρίζεται τα media και είναι το νούμερο ένα. Θεωρώ ότι έχει την καλύτερη ομάδα management στον κόσμο αυτή τη στιγμή μακράν, οπότε είναι σίγουρα μεγάλο κομμάτι της επιτυχίας αυτό και θεωρώ ότι είναι σίγουρα και το ότι έχει αυτή τη σύνδεση με τους θαυμαστές της που πραγματικά

θεωρώ ότι οτιδήποτε και αν κάνει θα την υποστηρίζουν από πίσω 100% δηλαδή οι *swifties* στα καλά της και στα κακά της και εκεί που τη βρίζανε και που την κάνανε και που τη ράνανε, ήμασταν από πίσω γιατί ξέραμε και βλέπαμε τι άνθρωπος είναι και λέγαμε ότι, “ξέρεις τι όχι εδώ σταθερή” ας πούμε και έχει πάρα πολύ κόσμο που είναι έτσι και το χτίζει από παιδάκι 16 χρονών μέχρι τώρα που είναι 35 χρονών γυναίκα δεν το έχει αφήσει, δεν έχει σταματήσει ποτέ να δουλεύει συν ότι δεν έχει σταματήσει ποτέ να κάνει *reinvent* τον εαυτό της δηλαδή δεν έχει μείνει σε μία νόρμα του κάνω ένα πράγμα ξανά και ξανά και ξανά και ξανά για παράδειγμα. Δοκιμάζει πολλά διαφορετικά είδη, δοκιμάζει να αλλάζει την εικόνα της. Όλα αυτά καλώς ή κακώς στις *POP Stars* είναι πράγματα τα οποία χρειάζονται, να κρατάς τον κόσμο σε εγρήγορση. Στους άντρες δεν είναι τόσο, τόσο δύσκολο, ας πούμε γιατί πραγματικά βγαίνουν με μία κιθάρα, τραγουδάνε και είναι σε φάση “Τέλεια”. Για τις γυναίκες του χώρου θεωρώ ότι γίνεται λίγο πιο δύσκολο, αλλά θεωρώ ότι είναι ότι είναι πολύ προσιτή σαν νούμερο.

Το ότι βλέπεις έναν άνθρωπο ο οποίος έχει τους ίδιους συνεργάτες απ’ τα δεκάξι του μέχρι τώρα λέει πάρα πολλά για τον χαρακτήρα του και το ότι δεν έχει βγει ποτέ κανένας σε συνεργασία μαζί της, να πει ότι συνεργαστήκαμε και δεν ήμουν ευχαριστημένος αντιθέτως λένε όλοι τα καλύτερα, χωρίς να χρειαστεί εκείνη να πει κάτι και για τα *charities* που κάνει και για όλα, λέει πολλά.

**Ερώτηση: Η Taylor Swift έχει επηρεάσει πολιτικές συζητήσεις (π.χ. LGBTQ+ δικαιώματα, ψηφοφορία). Με ποιους τρόπους πιστεύεις αυτό επηρεάζει το fandom;**

Κοίτα στο εξωτερικό φαίνεται ότι υπάρχουν πολλές διαφορετικές απόψεις. Δεν θεωρώ ότι εδώ πέρα έχουμε τόσες πολλές διαφορετικές μέσα στο *fandom* μας στην Ελλάδα. Θεωρώ ότι όλοι κινούμαστε σε μία σχετική πορεία. Θεωρώ ότι έχει επηρεάσει στο παρελθόν, αλλά πλέον δεν το κάνει τόσο. Δηλαδή ξέρω ότι παλαιότερα έφτασε σε ένα σημείο που μίλησε για κάποια πράγματα παραπάνω. Εεε βοηθάει και να είναι ένα *friendly* πρόσωπο μερικές φορές που θα πει κάποια πράγματα, δηλαδή και κάποιους ανθρώπους μπορεί να ακούγεται χαζό το ότι περιμένει στην Taylor Swift να σου πει πράγματα για τα ανθρώπινα δικαιώματα και δεν είναι και η δουλειά της εδώ που τα λέμε καθόλου, αλλά είναι πολύ πιο προσιτό από έναν άνθρωπο που τον έχεις έτσι στο κεφάλι σου να ακούς κάποια βασικά ανθρώπινα δικαιώματα, απ’ το να τα βάζει κάτω από το χαλάκι. Τώρα θεωρώ ότι πλέον δεν το κάνει δηλαδή για αυτό έλεγα πριν για το *Business* κομμάτι θεωρώ ότι πλέον είναι *brand* η όλη η κατάσταση, οπότε θεωρώ ότι και δεν θα μιλάει πλέον τόσο πολύ για πράγματα και δεν σε παίρνει θέση. Δηλαδή αυτό που έγινε με το *Miss Americana* δεν θεωρώ ότι θα ζαναγίνει σύντομα.

Το πιο κοντινό ήταν στις εκλογές, αλλά και αυτό πάλι όμως δεν ήταν πάρα πολύ. Ναι μεν πήρε θέση, αλλά πήρε μία θέση που ξέραμε ότι θα πάρει. Δηλαδή δεν πέσαμε και απ’ τα σύννεφα. Ήταν ένα πολύ καλά δομημένο *post*, πολύ έξυπνο. Αλλά είδες ότι στο τέλος της ημέρας δεν επηρέασε όπως θα έπρεπε να επηρεάσει; Δεν θεωρώ ότι ο κόσμος περιμένει την Taylor Swift ή θα ακούσει την Taylor Swift, αλλά σίγουρα είναι καλό το να μιλάει η Taylor Swift και η κάθε Taylor Swift γιατί έχει μια πάρα πολύ μεγάλη πλατφόρμα.

**Εγώ:** Αυτό όσον αφορά τώρα, το πάω και λίγο πιο συζήτηση ξεφεύγω. Ας πούμε, πριν κατά το Miss Americana εκεί πέρα τα πράγματα ήταν διαφορετικά, ενώ εκεί πέρα όντως επηρέασε περισσότερο και με το με που είχε κάνει όλο αυτό για να ψηφίσουνε και ξαφνικά πόσοι νέοι γράφτηκαν να ψηφίσουνε εκεί πέρα, ας πούμε, δεν ήταν ακόμα Brand, οπότε εκεί πέρα θεωρείς ότι είχε τη δύναμη να επηρεάσει και ότι εκεί πέρα ο κόσμος περίμενε την Taylor Swift να κάνει ποστ.

Ναι εκεί απλά δεν είχε και την ίδια δημοτικότητα που έχει τώρα, δηλαδή ακόμη ήτανε στην περίοδο που αλληλεπιδρούσε με τον κόσμο η Taylor. Ήτανε πολύ μικρότερο το fandom στο Lover era με τώρα, δηλαδή μιλάμε ούτε το μισό. Ούτε το μισό, οπότε μιλάμε για ένα πολύ πιο οικογενειακό κλίμα σε εισαγωγικά σε σχέση με τώρα συν ότι τα social media δεν ήταν στην κατάσταση που είναι τώρα οτιδήποτε και να πεις παίζει όλο το political correct από πίσω θεωρώ ότι απλά ότι και να πεις σχολιάζεται με διαφορετικό πρόσημο από τον τρόπο που το λες και πλέον ο κόσμος δεν μιλάει γιατί φοβούνται την αντίδραση και το backlash τότε θεωρώ ότι δεν το φοβότανε πλέον θεωρώ ότι με το Brand της το φοβάται. Τότε όντως επηρέασε πάρα πολύ κόσμο και γράφτηκαν πολλοί νέοι και μίλησε για τα δικαιώματα της LGBTQ+ κοινότητας, το οποίο ήταν πάρα πολύ σημαντικό στη φάση που το έκανε και θα ήθελα να είναι λίγο πιο ενεργή σε αυτά τα πράγματα, τουλάχιστον όσον αφορά τα ανθρώπινα δικαιώματα, όχι τόσο το θα ψηφίσεις το ένα ή το άλλο, γιατί στο τέλος της ημέρας η ψήφος είναι ένα πολύ προσωπικό πράγμα. Απλά ξέρεις, πάει λίγο μαζί με τα ανθρώπινα δικαιώματα καλώς ή κακώς.

**Ερώτηση:** Πως πιστεύεις έχουν επηρεάσει οι αντιδράσεις των fans (μέσω social media) μερικές αποφάσεις της;

Θεωρώ ότι ακούει πάρα πολύ τον κόσμο σε σημείο που δεν θα έπρεπε να τους ακούει τόσο πολύ και θεωρώ ότι έχει κάνει και πολλές λάθος κινήσεις ακριβώς επειδή ακούει τον κόσμο τόσο πολύ. Και προσωπικά στον τρόπο που χειρίζεται τη δική της εικόνα, δηλαδή αισθάνομαι ότι ακριβώς έχει κλειστεί πολύ περισσότερο γιατί φοβάται το backlash του τι λέει ο κόσμος και κυρίως όσον αφορά τη μουσική της, θεωρώ ότι πραγματικά ακούει πάρα πολύ, δηλαδή συνειδητοποιώ ότι, το βλέπεις σε μικρά πραγματάκια δηλαδή για παράδειγμα, ο στίχος που ο κόσμος θεωρούσε ότι είναι antifeminist ξέρω γω το “she’s better known for the things that she does on the mattress” στο “better than revenge” θα το άλλαζε γιατί την έκριναν, ενώ καλώς ή κακώς ας μην κρυβόμαστε πίσω από το δάχτυλό μας, έχει γραφτεί σε μία άλλη εποχή που γραφόντουσαν άλλοι κι άλλοι στίχοι και δεν είναι τόσο τραγικό δεν είναι και τόσο ουάου που να πεις ότι “ωχ Παναγία μου τι λέει” ήτανε και αυτή σε άλλη ηλικία, ήταν ένα κοριτσάκι που έγραψε ένα πράγμα για άλλη μία κοπελίτσα που της πήρε τον γκόμενο καλώς ή κακώς έχουν γραφτεί άπειρα τέτοια πράγματα. Δεν μπορούμε να γυρίσουμε πίσω, να αλλάζουμε το παρελθόν απλά για να αλλάξει ένα στίχος και να μη μας κρίνουν.

Που αυτό και θεωρώ ότι θεωρεί πολύ ότι κρίνουνε από ένα πράγμα και προσέχει, πάρα πολύ τι λέει. Δεν το έκανε πολύ στο TTPD (The Tortured Poets Department) εννοώ ότι αισθάνομαι ότι ήτανε πολύ unfiltered το TTPD θεωρώ ότι ήταν πολύ έξυπνο εκ μέρους της και όντως ότι πάτησε λίγο πόδι σε όλο αυτό που συνέβαινε, αλλά θεωρώ ότι έφτασε σε ένα σημείο που μπούχτισε για να το κάνει δηλαδή πολύ καιρό έκανε people pleasing σε όλο το fandom για να φτάσει σε ένα σημείο να πει αυτά που θέλει να πει και τα σχετικά. Που δείχνει όντως ότι έχει πιεστεί όλο αυτό το χρονικό διάστημα με το people pleasing που κάνει.

Θεωρώ ότι προσέχει πάρα πολύ τι λέει ο κόσμος και ακούει και κοιτάει και δηλαδή μπορεί να λέμε καμιά φορά 'Αχ ζητήσαμε αυτό και δεν το έκανε' αλλά θεωρώ ότι σε αυτά πάντα υπάρχει λόγος που δεν τα κάνει και όχι γιατί δεν τα ακούει, αλλά γιατί έχει άλλο vision για αυτό το πράγμα. Τα πράγματα που όντως μπορεί να κάνει, θεωρώ ότι τα κάνει.

**Ερώτηση: Αν χρειαζόταν να συγκρίνεις τις/τους Swifties με ένα κλασικό fandom πριν τα social media (π.χ. Beatles, Michael Jackson), ποιες θα ήταν οι μεγαλύτερες διαφορές που θα υπογράμμιζες με βάση την δυναμική τους;**

Κοίτα να δεις. Θεωρώ ότι ας πούμε το fandom των Beatles με το fandom των swifties έχουνε πάρα πολλά κοινά, δηλαδή η Beatlemania είναι ξεκάθαρα η Swiftmania που συμβαίνει σήμερα. Με τη διαφορά ότι τότε δεν είχανε τα ίδια μέσα που έχουνε τώρα για να το προωθήσουν αυτό το πράγμα, δηλαδή ήταν πολύ πιο έντονο αυτό που συνέβαινε τότε με τους Beatles με τα μέσα που είχανε τότε, παρότι αυτό που συμβαίνει τώρα με την Taylor είναι πολύ μεγάλο, είναι πολύ πιο εύκολο, πιο προσβάσιμο, ας πούμε, σε σχέση με τα παλιά. Θεωρώ πάντως ότι είναι πάρα πολύ κοντά. Δηλαδή η φρενίτιδα που έπαιζε και με τους Beatles και με τον Michael Jackson και με τον Elvis στο παρελθόν είναι πάρα πολύ κοντά σε αυτό που συμβαίνει τώρα με την Taylor Swift.

Απλά θεωρώ ότι δεν θα είναι απαραίτητα τόσο διαχρονικό σαν μέγεθος αυτό το πράγμα, τι θέλω να πω. Θεωρώ ότι θα μείνει η Taylor Swift και θα την ακούνε και όντως θα είναι από τους καλλιτέχνες που και σε 20 και σε 30 και σε 40 και σε 50 χρόνια θα την ξέρουνε και θα τη συζητάνε. Δεν θεωρώ ότι αυτό το πράγμα θα σβήσει σε καμία περίπτωση. Απλά δεν ξέρω πόσο διαχρονικό θα είναι όλο αυτό το μπαμ που έχει γίνει με την Taylor Swift σε σχέση με τα παλαιότερα fandoms τώρα. Θεωρώ ότι τότε ότι κάπως χτίζανε πολύ καλύτερες βάσεις τότε που δεν υπήρχαν τα social media, γιατί τότε αγόραζες ένα άλμπουμ και το άκουγες ολόκληρο τώρα είναι πολύ εύκολο να μπεις στο spotify στο TikTok, ή οπουδήποτε και να ακούσεις τα 3 τραγούδια που σου αρέσουν. Τότε έβγαζες ένα βινύλιο και το άκουγες όλο και θεωρώ ότι αυτό έχτιζε λίγο την διάρκεια το longevity (μακρότητα) όλου αυτού του πράγματος ρε παιδί μου. Γενικά δηλαδή, θεωρώ ότι πλέον κάπως λίγο ξεχνάνε πιο εύκολα, συν ότι έχει πάρα πολύ υλικό η Taylor Swift. Που τότε ας πούμε, μπορεί να βγάζανε και οι Beatles πάρα πολύ υλικό δηλαδή για τα χρόνια που ήταν ενεργοί βγάλανε ακραία πολλά άλμπουμ έτσι; Αλλά κάπως λίγο θεωρώ ότι τότε χρειαζότανε, γιατί βάζανε βάση, δηλαδή με βάση τους Beatles, έχουνε βγάλει πόσα πράγματα που μετά από αυτό.

Εμπνέονται άνθρωποι από την Taylor Swift; Ναι, όχι όμως με τον ίδιο τρόπο που εμπνέονταν παλιά από τους Beatles και τον Michael Jackson. Δηλαδή και η Taylor Swift η ίδια έχει πατήσει πάνω σε αυτά τα πράγματα. Γιατί θεωρώ εκείνοι βάλανε βάσεις η Taylor Swift βάζει κάποιες βάσεις, αλλά πάνω στις βάσεις που έχουν βάλει κάποιιοι άλλοι αυτοί θεωρώ ότι είναι λίγο η διαφορά τώρα. Όσον αφορά τα social, σίγουρα θεωρώ ότι παλιά είχε πολύ περισσότερη βάση όλο αυτό που συνέβαινε και τώρα είναι λίγο πιο επιφανειακό ας πούμε γι' αυτό δεν ξέρω πόσο θα κρατήσει μελλοντικά όλο αυτό, όχι γενικά η Taylor Swift, όλη αυτή η φρενίτιδα ρε παιδί μου αυτό που λέμε το swiftmania.

