

Den Fragmenterede Fandom

En undersøgelse af digitale platform i forhold til fandom

Interaktive Digitale Medier 10. Semester

Uddannelse:	Interaktive Digitale Medier 10. Semester
Studenternavn:	Daniel Malicay Olsson
Studienummer:	20104048
Antale Sider:	75
Antal Tegn:	124632 (51.19 sider)

Underskrift _____

Abstract

This project aimed to look at the differences in the reception of fanworks between Youtube and Archive of our own. By analyzing their individual parts and comparing them to one another through the lens of Participatory Culture, several differences in how the individual platforms cultivated Participatory Culture began to emerge as a result of their different focuses. Utilizing a mix of Platform analysis and comment analysis, a picture began to form. Showing that Archive of our own, due to their open and transparent platform, had commenters that were willing to teach new members and more than willing to review texts. In the end the difference came down to a matter of looking at Archive of Our own and reception of fanworks as an iterative process, commenters would review an author's work, before they would rework and rewrite and take the advice that they had received with them, when creating the next chapter of their story. Youtube by contrast was more rigid. Since it isn't possible to release a video in small manageable chunks like a fanfiction, videos can only be judged when they are fully complete, which leaves little process for an iterative process.

Indholds fortegnelse

Autoetnografi	4
Litteratur review	9
Problemformuleringen	15
Participatory Culture	15
Valg af platforme	19
Indsamling af Materiale	21
Analyse af Materiale	42
Konklusion	53
Perspektivering	54
Litteraturliste	55
Figurliste	60
Bilag	63

Autoetnografi

For at kunne starte projektet, var det en god ide at starte med de erfaringer som der selv var oplevet ved at være en del af det undersøgelsesområde som denne forsker gerne vil undersøge, i dette tilfælde fandom. For at kunne gøre dette er der nødt til at skabes en forståelse og en måde at kategoriserer disse oplevelser på, således at de kan bruges til at komme frem til et undersøgelsesfelt, men også en problemformulering, som vil være med til at skabe basisen for resten af specialet. Til dette kan Autoetnografi bruges. En fordel ved at bruge denne metode er at nogle af de biasser som der naturligt vil herske ved undersøgelser, der har med sociale grupper at gøre, kan komme frem, således at de kan undgås eller i det mindste blive taget højde for.

For at fremhæve, hvad denne undersøgers forståelse af autoetnografi er, vil der kort blive gennemgået, hvad denne metode kan bruges til.

Autoetnografi udspringer fra etnografiske studier. Hvor der i etnografiske studier lægges vægt på at forskeren har en distance til kulturen, foreslår autoetnografi at forskeren arbejder med sig selv, i relation til den sociale gruppe eller kultur som de undersøger. Autoetnografi er bindeleddet mellem forskeren og kulturen, det er en måde for forskeren at gøre opmærksom på personlige erfaringer og tilkendegive, de erfaringer eller antagelser, som forskeren har overfor en social gruppe eller kultur.
Ellis, C. (2004) P. 31-34

Autoetnografi er en måde hvorpå at en forsker kan udforske sine egne personlige erfaringer og bruge disse i en akademisk sammenhæng. Ved at skrive sine egne erfaringer med et givent fænomen eller problemfelt, kan autoetnografien være med til at gøre forskerens synspunkt tydeligt for læseren.

Grunden til at dette er brugbart er at det kan være med til at fremhæve normer eller tendenser, som ikke ville være til at se, hvis man som læser, eller undersøger, ikke har været en del af en specifik social gruppe, som der bliver undersøgt.

Autoetnografi er, som navnet indikerer, en blanding mellem at lave en autobiografi i forhold til etnografisk arbejde, som Ellis et al forklarer det.

“As a method, autoethnography combines characteristics of autobiography and ethnography. When writing an autobiography, an author retroactively and selectively writes about past experiences.”

Ellis, Carolyn; Adams, Tony E. & Bochner, Arthur P. (2010). P. 2

Autoetnografi er altså en arbejdsmetode der er designet til at fremhæve undersøgerens egen erfaring med et givent undersøgelsesobjekt. Som Ellis et al. skriver

“When researchers do autoethnography, they retrospectively and selectively write about epiphanies that stem from, or are made possible by, being part of a culture and/or by possessing a particular cultural identity.” Ellis, Carolyn; Adams, Tony E. & Bochner, Arthur P. (2010). P. 3

Det at være en del af en, 'kulturel identitet', som Ellis et al kalder det, behøver ikke at være en ulempe, det kan være en af grundene til at en undersøger rent faktisk finder interessante spørgsmål, som ellers ikke ville være interessante for undersøgere der ikke tidligere har haft nogen interaktion eller relation til den kulturelle identitet. Ved at der udføres autoetnografi sker der dog også en fokusering på et aspekt af en kulturel identitet, i det at undersøgeren "(...) *Selectively write about epiphanies. (...)*" Ellis, Carolyn; Adams, Tony E. & Bochner, Arthur P. (2010). P. 3 Dette vil, som regel, være den første fokusering af problemfeltet.

Autoetnografi skal dog ikke forstås som en erstatning til etnografiske studier, i stedet skal de forstås som de initierende skridt til at udføre undersøgelser der kan have et etnografisk islæt, således at læseren og undersøgeren begge deler den samme forståelseshorisont.

“Autoethnographers must not only use their methodological tools and research literature to analyze experience, but also must consider ways others may experience similar epiphanies; they must use personal experience to illustrate facets of cultural experience, and, in so doing, make characteristics of a culture familiar for insiders and outsiders.” Ellis, Carolyn; Adams, Tony E. & Bochner, Arthur P. (2010). P. 3

Det er med ovenstående citat som reference at der bliver brugt autoetnografi i dette speciale. Det er både med til at skabe en forståelse for læseren omkring denne undersøgers egen erfaring med problemfeltet, men også som en måde for undersøgeren selv at kunne gøre problemfeltet overskueligt.

Følgende vil autoetnografien fremhæve, denne forskers personlige erfaring med fandom såvel som en forklaring på valget af dette som problemfelt.

Autoetnografi

Da jeg var omkring fire år, viste min bror mig for første gang en film der hed Star Wars: A New Hope. Filmen var med til definerer en stor del af min barndom. Siden da har Star Wars været en stor del af mit liv. Dette var lige fra at lege i børnehaven med de andre børn, til at sidde og læse bøger omkring Star Wars til at spille computerspil baseret på Star Wars. At sige at jeg blev opfostret på Star Wars ville ikke være en underdrivelse. Min næsten religiøse holdning til alt, hvad der havde med Star Wars at gøre, var min første oplevelse med det være fan.

Da jeg var omkring 12, blev jeg for første gang introduceret til konceptet om fanfiktion, via min storebror, som også er en stor Star Wars fan. En fanfiktion er, hvor fans af et givent populært medie univers, skriver deres egen historier som foregår indenfor det samme univers. Disse historier kan have meget forskelligt indhold og kan ofte blande figurer sammen fra forskellige universer.

Til at begynde med var det meget svært at finde historier som jeg selv fandt interessante, dette var dels fordi at jeg ikke var så gammel, men også dels fordi at jeg ikke var inde i de termer og forkortelser, som blev brugt indenfor fanfiktion kredse. Jeg læste alle typer for fanfiktion, fra meget stuerene historier, til historier der på ingen måde var noget som en tolv-årig burde læse.

Hovedparten af alle de historier jeg læste var på hjemmesiden Fanfiction.net, som var og stadigvæk er en af de største samlingspunkter for fanfiktionsskriving. Det er via min interaktion med Fanfiction.net at jeg stødte på termer såsom *Shipping* som er en måde at referer til figurer der bliver sat sammen i romantisk øjemed. *Alternate Universes* (AU), som er historier der sætter figurer fra et univers i en anden situation eller ændre deres køn. *Slash* og *Yuri* historier som er historier hvor der er et forhold mellem personer af samme køn, henholdsvis mænd og kvinder.

Det var på grund af min interesse I Star Wars at jeg først begyndte at læse fanfiktion, men stille og roligt, i takt med at jeg blev ældre, begyndte jeg at læse fanfiktioner baseret på computerspil, romaner og Tv serier.

Det var også i denne periode at jeg blev introduceret til fanvideo produktioner i form af Anime Music Video's (AMV) som er musik videoer baseret på anime og spil fra Japan, hvilket var noget, som var meget svært at finde, da der på det tidspunkt ikke fandtes video portaler som Youtube eller Vimeo, som der gør i dag og der var ikke et samlet sted for dem som der var for fanfiktion værker.

I lang tid sad jeg og læste fanfiktion historier og gav kommentarer til dem, men det var først da jeg var 16 at jeg begyndte at skrive dem selv. Det var ikke særlig godt, det jeg skrev, men folk var venlige og meget tolerante overfor mine begrænsede sproglige egenskaber og begyndte at tilbyde sig selv som *beta-læsere*, hvilket er personer som læser ens historie, før den bliver gjort offentlig og giver feedback på sproget og strukturen. Det var ikke kun råd til formulering, men også råd i forhold til formalia og tegnsætning i forhold til det at skrive historier, som folk hjalp med.

Jeg skrev mange historier, men der var aldrig nogen af dem der blev færdige. Jeg kom måske tre til fire kapitler ind i en fanfiktion, før jeg mistede interessen og gjorde noget andet, hvilket var skuffende for dem som læste dem, men det er ikke usædvanligt at folk der skriver fanfiktion kan bruge flere år på at skrive en historie for dernæst at forlade den, uden at skrive den færdig. Et par historier som jeg, havde skrevet, blev dog fjernet fra Fanfiction.net i det de begyndte at have en strengere politik i forhold til, hvilken form for historier der måtte lægges op, hvilket frustrerede mig og mange af dem som jeg kendte på Fanfiction.net og resulterede i at nogle af de forfattere som jeg fulgte, forlod platformen i protest.

Jeg skrev og læste fanfiktion meget aktivt de næste fire år, indtil jeg startede på universitetet, hvilket betød at jeg holdt op med at skrive fanfiktioner og i læste dem meget mere sjældent. Dette er også ganske normalt indenfor fanfiktion kredse, da mange folk der skriver dem, enten får andre prioriteter i deres liv eller mister interessen for at skrive disse. Jeg har selv, som læser, været skuffet over at en forfatter holdt op med at skrive, men også været forstående for at der er visse obligationer der kommer i første række.

Det var på universitetet at jeg begyndte at interessere mig for video produktion for alvor og begyndte at rode rundt med redigeringsprogrammer og lave små videoer. Ofte var disse baseret på spil eller film som jeg havde set, kraftigt inspireret af AMV film som jeg havde set da jeg var yngre. Disse blev dernæst lagt ud på Youtube, dog uden at særlig mange folk så dem eller kommenterede på dem. En ting som jeg fandt i øjenfaldende var at, der på Youtube ofte var kommentarer der spurgte mig til råd i forhold til brug af forskellige redigeringsprogrammer, hvor at der på min tid på fanfiction.net blev givet råd til, hvordan jeg kunne forbedre mig. Jeg gik fra at være den studerende til at være læren. Jeg lagde dog ikke videoerne op for at der var mange der skulle se dem. For mig var det muligheden for at bruge flere timer på en dag på at lære om klip længder, farvebrug og klippe rytme, der var tiltrækkende. Det var på universitetet at jeg begyndte at sætte mig mere ind i fanvideo kulturen, som der eksisterede på internettet, dog deltog jeg aldrig i samme kapacitet som jeg gjorde med fanfiktioner, i det at jeg ikke havde tid til dette.

Igennem det meste af min universitetstid har jeg prøvet at holde min interesse for fanfiktion og fanvideoer udenfor mine studier, da jeg et eller andet sted skammede mig over at synes om noget der virkede så barnligt. Det var dog igennem universitetet at jeg lærte om den store mængde forskning der foregik indenfor fandom. Det var også da jeg startede på universitetet at jeg blev gjort opmærksom på eksistensen af Archive of Our Own, en fanfiktionsportal på samme måde som fanfiction.net, men hvor der ikke var ligeså strenge krav i forhold til ømtåleligt materiale, som fanfiction.net havde fået, hvilket betød at min interesse for at læse fanfiktion steg drastisk.

Det var også på grund af min tid på universitetet at jeg begyndte at interessere mig mere for platformene, hvor fanværker blev delt end fanværkerne selv. Pludseligt begyndte jeg ikke kun at læse og se fanværkerne, men også læse kommentarerne, for at se, hvordan folk reagerede, både læserne, men også skaberne. Nogle gange var kritikken hård, men forsvaret var ligeså hårdt og flere gange blev en bruger slettet fra platformen på grund af ophedet debatter omkring en historie eller video.

Ved at gennemarbejde Autoetnografien blev der fundet frem til punkter som skaber basissen for yderligere undersøgelser. I dette tilfælde er vigtige termer, Fanfiktion, Fanvideo, AMV og Youtube, som vil bruges til at undersøge feltet nærmere.

Ved brug af autoetnografien er der dermed blevet fundet frem til en mere specifik undren som der gerne vil undersøges, i dette tilfælde er det fandom og mere specifikt, det at skabe transformative værker, som tekst, men også som video og receptionen af disse. Dette bringer os dog ikke nærmere til at problemformulering, men det giver mulighed for at kunne lave et litteratur review af dette felt, som, sammen med autoetnografien kan bruges til at skabe en overordnet problemformulering og dermed også skærpe fokussen yderligere.

Hvilken form for Litteratur review er dette?

Denne form for Litteratur review er kendt som *Zooming Se bilag x*. Denne form for litteratur review starter bredt og zoomer langsomt ind til kernen, for at kunne forstå problemfeltet, men også være en måde at kunne indsnævre problemfeltet så det bliver overskueligt at arbejde med. Siden at arbejdet med Autoetnografien gav et problemfelt og en mulig fokus, vil dette Litteratur review gå mere i dybden med fandom og skabelsen af transformative værker, Litteratur reviewet er her ment som at finde litteratur der belyser problemfeltet og ikke nødvendigvis litteratur der bruges i selve undersøgelsen.

Hvordan indsamling af litteratur fandt sted.

Til indsamling af litteratur blev der først fundet frem til forskellige nøgleord, igennem autoetnografien, hvilket var med til at definere problemfeltet. Disse nøgleord blev derefter brugt til at finde litteratur både gennem Google-Scholar, litteratur databasen fra AUB, samt andre kilder, såsom academia.edu, folkebiblioteket og platforme såsom Transformativeworks.org, som samler artikler der har med fandom at gøre. Dette producerede en betragtelig mængde af litteratur, som ikke nødvendigvis var relevant for selve projektet men som havde med problemfeltet at gøre.

Dernæst handlede det om at se på de referencer som den indsamlede litteratur henviste til. Dette var med til at indsnævre mængden af kilder således at de meste brugte referencer, såsom Jenkins, Bacon-Smith og Fiske blev gjort mere synlige. På denne måde er der konstant fundet mere litteratur, som henviser til mere litteratur hvilket er med til at åbne op for feltet.

Litteratur review

Historisk perspektiv

Den akademiske tradition af fandom, som dette projekt læner sig op af, bliver startet mellem slutningen af 1980'erne og starten af 1990'erne. En af de personer som blev anset for pionerer indenfor feltet var medieforskeren Henry Jenkins med *Textual Poachers* (1992). Heri fremlagde Jenkins sin, for tiden, radikale teori om Content Remixing, det vil sige at content eller indhold blev taget af fans og lavet om til at få en ny betydning. Jenkins var en af de første til at give forskningen det sprog der bruges i dag til at forklare hvordan fans skaber og fordeler information. Jenkins var også en af de første Academedic fans og hev frem i denne problematik i *Textual Poachers*. Jenkins har været en af de mest prominente aktører indenfor fankultur og fandom området og han bliver henvist til i næsten alt materiale der har meget dette område at gøre.

En anden vigtig pioner på feltet var etnografen Bacon-Smith som med bogen *'Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth (Contemporary Ethnography)* (1992) var med til at skabe et indblik i skaber-kulturen indenfor fandom, specifikt fanfiktion, og var, ligesom Jenkins, meget opmærksom på sin egen rolle som fan, i forhold til at lave et etnografisk studie. I modsætning til Jenkins, som var medie-forsker og som hovedsageligt så på Content-remixing, var Bacon-Smith sociolog og prøvede at se på fandom som en kultur i sig selv. Med andre ord, hun prøvede at se på, hvordan fandom, som en subkultur, fungerede.

En tredje pioner ved navn John Fiske bliver også holdt op som en af de personer der var med til at skabe og rammesætte den akademiske forståelse og fastsætte de fremtidige undersøgelser, som der bruges til at undersøge fankultur og fandom i dag. Hans essay: *The cultural economy of fandom* som var med i bogen *The Adoring Audience: fan culture and popular media* (1992) var med til at forklarer og definere hvordan fankultur og fanproduktion var anderledes i sin formation og konsumering end "Official Culture" (J. Fiske (1992))

Ovenstående var ikke de første der arbejdede med fandom-fænomenet, men det var dem der var med til at starte den måde at tilgå fandom som der udføres i dag. Det er også hovedsageligt Jenkins, Bacon-Smith og Fiske der refereres til af andre forskere, der arbejder med fandom, når der refereres til ældre materiale, eller hovedtekster. De var også alle tre med til at skabe den tradition indenfor fandom undersøgelser som vi har i dag hvilket igen betyder at deres værker er helt essentielle for at forstå problemfeltet og hvordan fremtidige fandom-undersøgelser har udformet sig.

Wide View

Tekster i denne kategori snakker om problemfeltet i en bred forstand. Teksterne er overordnede introduktioner til problemfeltet, men de kan være overfladiske i deres forklaring af dette.

Anne Petersen beskriver fankultur på følgende måde ”*Fankultur er ungdomskultur. Selvom nogen vedbliver at dyrke deres fankultur som voksne, forstår vi først og fremmest fankultur som et fænomen fra ungdomskulturen.*” Petersen, A (1992) P.x Denne pointe bliver også nævnt af flere forskere som arbejder med undersøgelsen af fankultur. Lindgren Leavenworth, M., & Isaksson, M. (2013). Parke, M., & Wilson, N. (Eds.). (2011). Fankultur er altså noget som hovedsageligt har med unge mennesker at gøre hvilket så befordrer det næste spørgsmål, nemlig hvor ungt er ”ung”? Dette bliver dog aldrig specificeret.

Professor Anne Jamison the University of Utah pointerer følgende omkring personer der skriver fanfiktion ”*The majority of this Not-for-profit writing is written by women or if not by women, then by people who are willing to be (mis)taken for women*” Jamison, A. (2013). P. 18

Fandom og fankultur bliver beskrevet som noget der som regel har med populær kultur at gøre og at det hovedsageligt skrives af kvinder. Hvilket understøttes af undersøgelser der har set på netop dette spørgsmål. (Centrumlumina. 2013.)

Bøger hiver ofte fankulturer frem der er tidsrelevante, eksempelvis Supernatural, Twilight, One Direction etc. Disse tekster forklarer meget overfladisk hvad fankultur er og laver ofte referencer til John Fiske og Henry Jenkins. Som regel er det ikke noget der giver synderligt meget til selve forståelsen af fænomenet og de har meget sjældent mere end et fokus punkt, som hovedsageligt er fanfiktion, som de kigger på.

En generel problematik som der stødes ind i når der tales om fan studier handler om det at være en academic fan. Som nævnt før, var Henry Jenkins af de første forskere der tog dette term til sig og brugte sin viden, som fan til at gå i dybden med kulturen.

Dette er en større diskussion, der er blevet diskuteret inden for studier af fandom. Hvor stor distance skal der egentlig være mellem forskeren og det undersøgelsesfelt, som forskeren arbejder med?

”(...) *Scholar fandom cannot, ultimately, be defended or attacked as a singular entity nor as a singular concept. “It” is, instead, better thought of as an umbrella term for a coalition or*

conglomeration of academics whose hybridized "scholar" and fan identities can vary in a number of significant ways." HILLS, M. (2012). P. 17

En academic fan (Aca-fan) er en forsker, hvis position som fan og som forsker, kan gøre vedkommende bedre til at udforske feltet, da forskeren kan udforske feltet i forhold til et emotionelt aspekt. (Jenkins 1992). Det er dog ikke nødvendigvis en fordel, at man som forsker er så investeret i feltet. Hills argumenterer i *Fancultures* "We also need to consider the ethical status of relations between scholar-fandom and the fan cultures it represents (Both in the sense of mediating and standing in for). HILLS, M. (2012). P. 17

Denne problematik er en konstant, som altid hænger over en forsker, som har en interesse for fandom, dog kan Hills have ret, når han siger: "The problem then becomes that areas of fan practice remain in the margins of academic as long as there are not scholar-fans mediating these precise activities – what body of work exists on fan costuming in comparison with that on slash fiction?" HILLS, M. (2012) P. 19 I det at en forsker, der ikke har personlig kendskab til fankultur eller en specifik fan aktivitet kan misfortolke eller ikke se vigtigheden af en aktivitet, hvilket betyder at der ikke vil ske nogen undersøgelse af aktiviteten. På den anden side betyder en personlig erfaring til en given aktivitet at forskeren, til tider, bliver for indforstået i sin forklaring af aktiviteten eller at visse observationer bliver lagt til side da de er åbenlyse for personer der er indenfor kulturen, men ikke nødvendigvis udefra komme. Udover dette problem, fra forskerens synspunkt er der også det aspekt som kaldes Fan-privacy:

"Most importantly, fans perceive the space where they create their artworks as closed (...) Some have not shared their fannish interests with their families, much less their employers, and they wish to avoid their fan artworks popping up on googles searches of their names." (Zubernis, Larsen, L, K, (2012) P. 38-39)

For nogle folk er der sociale normer, der kan lede til store konsekvenser for deres liv, hvis deres arbejde i fandom bliver opdaget af andre. Denne tanke om, at de folk der interviewes også har et liv, ved siden af deres fandom, kan nogle gange skabe etiske dilemmaer i forhold til det at arbejde med fans og fan aktiviteter.

Dette problem er dog ikke unikt i forhold til fandom. En identisk diskussion fandt sted i forhold til etnografi vedrørende både afstanden til undersøgelsesfeltet, men også skildringen af det i en

akademisk undersøgelse. Diskussionen er dog vigtig at påpege i forhold til at undersøge den akademiske interesse for fandom, da diskussionen er et centralt fokus-område i feltet

Medium View

Tekster i denne kategori går mere i dybden i forhold til problemfeltet og fokusere på en specifik del af dette.

I bogen 'Playing Fans' af Paul Booth bliver relationen mellem fans og industrien udforsket. Booth argumenterer for at industrien er begyndt at lave pakker til fans, som de kan bruge til at skabe eksempelvis fan-videoer omkring deres fanobjekt. Booth, P. (2015) I bogen 'The Adoring Audience' argumenterer Abercrombie & Longhurst for et paradigmskifte i forhold til den måde hvorpå man kan snakke om tilskuernes forhold til et kulturelt produkt. Specifikt henviser Abercrombie og Longhurst til at det er teksten eller tilskuerne der er dominante. (Abercrombie, Longhurst, N, B, 1998) P.17

Et tekstdominant syn er hvor teksten er i fokus. *"The text is seen as monolithic , containing a well-marked preferred meaning making it difficult for alternative meanings to emerge. Abercrombie, Longhurst, N, B, 1998. P. 18* hvilket betyder at der ville herske en specifik måde at se teksten på som var den måde som var tilsigtet af forfatteren eller skaberen af teksten. Forståelse af teksten kommer dermed til at afhænge af skaberen men også af skaberens evne til at udtrykke den specifikke fortolkning af værket.

Et tilskuerdominant syn er derimod det modsatte syn i forhold til et tekstdominant syn, hvor teksten har én måde at blive forstået på. Her er der tale om en tekst *" containing a number of different meanings and allowing a range of audience interpretations. In turn the audience is not passive in front of this more loosely organized text, but is active discussing, analyzing, ignoring or rejecting the text. (Abercrombie, Longhurst, N, B, 1998. P. 18)*

Det er her vigtigt at vise, hvordan at Abercrombie og Longhurst viser, hvordan at fans bruger tekster til at skabe deres egen forståelse og, hvordan de begynder at arbejde sig hen imod at skabe en ny kontekst baseret på mediet.

Zoomed in View

Tekster i denne kategori er enten kernetekster eller tekster der er meget relevante for den specifikke del af problemfeltet som der blev fundet frem til via autoetnografien. Dette kan være fordi at de bliver refereret til ofte igennem andre værker eller de har et fokuspunkt som læner sig meget op af det problemfelt som denne forsker gerne vil undersøge.

Ideen om at amatører lavede videoer omkring deres fandom og har været en del af fan-aktiviteter siden de første konventioner fandt sted tilbage i 70'erne. Academias interesse for fanvideoer gik først for alvor i gang med udbredelsen af internettet, idet der her blev tale om et fænomen der gik væk fra fysiske medier, såsom fanzines, konventioner og deslige. Selve videofænomenet har været tæt forbundet med begrebet om fandom da det ofte har meget hinanden at gøre. *Finnerty, A. B. (2014),*

Med Youtubes popularitet og den teknologiske udvikling som har været med til at sænke prisen for gode optage- og redigeringsværktøjer, såvel som tilgængeligheden for et stort publikum har gjort amatør videoproduktion til et større og større fænomen. (*Gunkel, D. J., & Gournelos, T. (2011)*)

Det har ledt til en definition som bredt kaldes for Video-remixing. (*Jenkins, Ford & Green, H & S & J, 2013*) Som forstået af Henry Jenkins, er medieprodukter der bliver genskabt på ny af brugere, som skaber et nyt produkt baseret på det gamle produkt.

Udover dette foreslår Jenkins også en ny måde at forstå, den måde som fans interagerer med hinanden på, *Participatory Culture*. Dette er en teori der er med til at kunne forklare, hvordan at fankulturer kultiverer *Content-Remixing*, men også som en måde at se på sociale grupper, der opfordrer til skabelse af indhold. *Jenkins, Henry, Puroshotma, Ravi, Clinton, Katherine, Weigel, Margaret, & Robison, Alice J. (2005).*

Det har ledt til en stor fokus på Video-remixing (*Gunkel, D. J., & Gournelos, T. (2011)* *Jenkins, Ford & Green, H & S & J, 2013*) og den legale gråzone som den befinder sig i. Med internettets fremfærd er det ikke kun hurtigt men også nemt at få fat i utallige videoer som bruger enten musik, klip eller universer som, rent lovmæssigt, tilhører en bestemt entitet, om det så er et firma, enkeltperson eller en fond, hvilket har gjort emnet stærkt omdiskuteret. Gennem min udredning af problemfeltet stødte jeg på flere artikler der handlede om de legale problemstillinger, såsom Copyright (*Frosio, G. F. (2014)*), fair use, (*Lothian, A. (2009)*) etc som de forskellige parter, nemlig videoremixerne og copyrightholderne, stod på modsatte side af *Gunkel, D. J., & Gournelos, T. (2011)*. Blandt andet er der flere artikler der snakker om Fair use og The Digital Millennium Act. *Frosio, G. F. (2014)*, *Gallagher, O. (2008)*, *Gunkel, D. J., & Gournelos, T. (2011)*. *Lothian, A. (2009)*.

Der er en stor fokus på det at skabe transformative værker i en bred forstand. Oftest bliver der set på konsekvenserne af disse, i forhold til udgiver fandom relationerne eller også bliver der set på de teknologier, som gør det muligt at lave og udgive video-remixing. Der er en mindre fokus, i den

litteratur der er blevet sondret i, igennem litteratur reviewet på receptionen af denne hos fansene selv.

Ved gennemgang er litteratur reviewet blev det noteret at de fleste bøger, som der fandtes omkring fandom, oftest havde en stor fokus på fanfiktion. ved eksempelvis at lave en Google scholar søgning er der 8.750 artikler eller bøger omhandlende fanfiktion kontra 506 artikler eller bøger omhandlende fanvideoer. Hvis samme søgning laves på universitetsbiblioteket, er der 73 artikler eller bøger omhandlende fanfiktion, hvorimod der er 2 artikler eller bøger omhandlende fanvideoer. Selv hvis man søgte på begge termer som to ord ville der stadigvæk være 2475 hits på "Fan fiction", som søge term mens der er 382 hits på "Fan video", som søge term.

Denne åbenbaring i forhold til arbejdet med materialet gjorde at fokus blev endnu mere klart. I forhold til artikler er der en større adspredelse i forhold til at se på fanvideoer og fanfiktion, men der er ingen, så vidt som denne forsker har kunnet finde, der har set på de to forskellige måder at udgive og konsummere fanfiktion og fanvideoer overfor hinanden. Det var noget som Autoetnografien også fremhævede, denne forsker havde selv været en del af både fanfiktion og fanvideo kulturen, men der var relativ lille interaktion mellem de to. Der fandtes også en stor del information omkring transformative værker i forhold til ophavsrettigheder og mens denne diskussion er vigtigt, vil dette ikke være en stor del af dette projekt.

Det var ovenstående fund samt arbejdet med Autoetnografien der begyndte at vise, hvilket fokuspunkt som denne forsker ville have. I stedet for at fokusere på selve værket og måden som det blev skabt på, er det for denne forsker mere interessant at se på, hvordan en fanfiktion eller fanvideo bliver modtaget, specifikt, hvordan læseren gav denne feedback. På grund af Auto etnografien var der også platforme som kunne være interessante at se på, i forhold til dette.

Youtube, som blev lanceret i 2005, er blevet til den mest brugte video-portal ikke kun for fanvideoer, men for videoer generelt. Det er en platform, hvor man kan finde alt fra nyhedsklip til katte videoer. En anden platform, som blev lanceret i 1999, var fan siden Fanfiction.net. Den er en af de ældste platforme indenfor sociale medier, der stadigvæk eksisterer: en platform, hvor man var i stand til at finde fan fiktion baseret på næsten, enhver tænkelig medie-ejendom lige fra kendte musikere til obskure anime tv-serier. En pendant til Fanfiction.net er Archive of our own, der kan forkortes. AO3 blev lanceret 2009 og var et modsvar til Fanfiction.net og udmærkede sig ved at være et åbent alternativ, hvor der kunne lægges historier op uden et behov for censur, hvilket var

noget, som var blevet en gene for en stor del af Fanfiction.nets brugere, i det historier med eksemplevis eksplicit seksuelt indhold blev fjernet fra siden, eller historier der involverede meget voksende temaer såsom abort eller racisme.

På grund af de forskellige platforme og deres opsætning bliver det relevant at huske på McLuhan *"The medium is the message"* McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). Disse platforme skaber en måde at kommunikere på, men på hver enkelt platform opstår der unikke måder at interagere på; måder, hvorpå brugere kan snakke med hinanden og give feedback. Dette sker som en blanding af platformenes sammensætning og den kultur, der opstår brugerne imellem. Det er dog vigtigt at se hvilke muligheder de forskellige platforme giver i forhold til handlinger og feedback for at kunne gå dybere ned og se hvilken effekt, dette potentielt kan have og hvordan at brugere rent faktisk bruger platformen, således at dette ikke kun bliver en platformsanalyse, men kan sige noget omkring kommentar kulturen på disse platforme.

Problemformuleringen

"Hvad er forskellen mellem AO3 og Youtube i forhold til receptionen af fanværker?"

For at kunne besvare denne problemformulering er der nogle parametre der er nødt til at blive sat op. Til dette vil *"Participatory Culture"* og termer fra Lisbeth Thorlacius kommunikationsmodel blive brugt som redskaber til at kunne analysere og svare på dette spørgsmål. Udover dette er der opsat en række underspørgsmål, med det formål at fyldestgørende kunne svare på problemformuleringen.

- Hvordan at platformene bygget op?
- Hvordan er de forskellige muligheder for udgivelse?
- Hvordan er muligheden for Participatory Culture?
- Hvordan er muligheden for feedback fra andre brugere?
- Hvordan er muligheden for rettelser af materialet?
- Hvordan bruges platformene til at give feedback

Underspørgsmålene er med til at give en dybere forståelse for platformene og hvilken form for kommunikation, de er med til at skabe fans imellem. Ved at se på platformene og kommentarerne frem for værkerne kan det undgås at blive emotionelt knyttet til emnet. Ved at have både en platformsanalyse of kommentar sammenholdning, bliver det også muligt at se på, hvilken form for kommunikation som platformene lægger op til, kontra den måde som platformene rent faktisk bliver brugt.

Følgende vil Participatory Culture blive gennemgået mere dybdegående.

Participatory Culture

Et vigtigt term i diskussionen omkring fandom og kreationen af fanprodukter er begrebet Participatory Culture. Det er et term der er med til at forklare, hvordan at brugere går fra at være passive til at være aktivt deltagende I forhold til kulturel produktion. Rollen som passiv eller aktiv bruger er dog ikke så klart defineret og ikke alle brugere skal være aktive for at kunne være en del af en Participatory Culture.

“In such a world, many will only dabble, some will dig deeper, and still others will master the skills that are most valued within the community. The community itself, however, provides strong incentives for creative expression and active participation.” (“ Jenkins et al 2005 p. 7)

Det er altså ikke alle brugere der kommer til at være aktive brugere, men der er potentiale for at enhver person, kan være med til at producere et eller andet produkt. Det handler ikke om at alle laver noget ”(...) But all must believe they are free to contribute when ready and that what they contribute will be appropriately valued” (“ Jenkins et al 2005 p. 7) hvilket er en essentiel del af at være en del af en participatory culture. Dette kan blive sat sammen med Ambercrombie og Longhurst’s opsætning af Consumers og Petty Producers.

“With regard to technical skill our view is that the consumer will have very specific technical skills. He or she will be able to assess some aspects of technique, but will have relatively little background knowledge about the reasons for such judgements.” Ambercrombie, N Longhurst, B (1998.) P. 145

Ved at skabe fanprodukter, bliver brugerne teknisk bedre, uden at de nødvendigvis har den samme viden, som professionelt uddannede personer med de samme tekniske kompetencer. Personer der går fra Consumers til Petty Producers er autodidakte i deres læring i det at de får feedback fra et større community af personer der deltager i Participatory Culture.

Personer der aktivt deltager I Participatory Culture, udvikler sig altså fra at være Consumers til at være Petty producers, hvilket betyder at de, igennem deres fandom og deltagelse I Participatory Culture lærer specifikke egenskaber og teknisk viden, indenfor deres respektive felt.

Det kan dog argumenteres at Participatory Culture ikke opstod på grund af digitalisering, men i at at participatory culture gjorde at digitalisering og teknologierne der kom med dette blev så hurtigt integreret i vores samfund.

”(...) Implies that Web 2.0 technologies has enabled the growth of participatory cultures I would argue that the opposite is also true: The emergence of Participatory Cultures of all kinds over the past several decades paved the way for the early embrace, quick adoption, and diverse use of such platforms” (Jenkins H. “What Happened Before Youtube” Burgess, Green, Jean, Joshua, 2009. P. 109)

Participatory Culture er ikke et nyt fænomen, og de digitale platforme, som der er opstået igennem 2000'erne er ikke dem der har været med til at skabe dette, men de er opstået, fordi der har været et behov fra brugere for at få platforme, der havde Participatory Culture, som et fundament for deling.

For denne forsker er Participatory Culture forstået som en platform eller organisering af individer der indeholder

”

- With relatively low barriers to artistic expression and civic engagement*
- With strong support for creating and sharing one's creations with others*
- With some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices*
- Where members believe that their contributions matter*
- Where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created).”(Jenkins et al 2005 p. 7)*

”With relatively low barriers to artistic expression and civic engagement”(Jenkins et al 2005 p. 7) menes der at det er nemt for personer at publicere indhold som de selv har skabt, uden at der kræves en stor teknisk forståelse for udgivelse. Et eksempel på en Participatory Culture er fan-conventions, hvor fanvideoer og kostumer bliver vist frem og bliver bedømt af andre person I fandommen.

”With strong support for creating and sharing one's creations with others”,(Jenkins et al 2005 p. 7), menes der at det ikke er nok at være I stand til at udgive det producerede materiale, der skal være mulighed for at andre kan finde dette og se, læse eller høre dette. På denne måde skal det være

mere end data opbevaring, der skal være en opfordring til skabere at de kan vise deres kreationer frem, til hvem end der ville være interesseret.

“With some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices” (Jenkins et al 2005 p. 7), menes der at der sker en form for vidensdeling imellem personer, dette kan være enten via private beskeder eller kommentarer, hvor der er mulighed for at give feedback of gode råd, for at personer bliver bedre til at skabe indhold. Dette kan forstås som den rejse der sker fra at være Consumer til en Petty Producer som forklaret af Ambercrombie & Longhurst. (1998)

“Where members believe that their contributions matter” (Jenkins et al 2005 p. 7), menes der at uanset om man er skaber eller læser, har ens bidrag, om dette er at se eller læse en video eller fanfiktion eller om det er at give feedback of råd, så er ens bidrag værdsat.

“Where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created).”(Jenkins et al 2005 p. 7) Medlemmer af en Participatory Culture er ikke kun interesseret i at vise deres produkter frem, men de har også en interesse i selve receptionen af dette, hvilket kan blive vist i form at rettelser igennem feedback givet af andre eller nye fan produkter som inkorporerer råd og tips som der blev givet som feedback.

I forhold til dette projekt vil en definition af Participatory Culture blive brugt til at se på, de valgte platforme for at kunne skabe en forståelse for, hvordan de hver især er med til at skabe en Participatory Culture, men også for at se, hvordan disse er forskellige på et mere dybdegående plan.

Ved at have en klar definition af hvad Participatory Culture er, er der derved mulighed at kunne svare på, problemformuleringen som lød følgende: ” *”Hvad er forskellen mellem AO3 og Youtube i forhold til receptionen af fanværker?”*” i det at det skaber et sammenligningsgrundlag for platformene som disse bliver udgivet på, hvilket er vigtigt for at kunne se, hvor disse er ens, men mere interessant, hvor disse er forskellige. Dette giver dog kun en forklaring på selve platformene, men det viser dog ikke noget om, hvordan disse rent faktisk bruges.

For at kunne have en måde at gennemarbejde de udvalgte kommentarer, er der brug for et værktøj til at kunne arbejde med dem på, til det formål bruges Thorlasius’ forklaring af Roman Jakobsons kommunikationsmodel i henhold til at arbejde med Web sider. Se bilag X

Værktøjet vil være med til at kategorisere og, forhåbentligt, vise hvordan forskellige kommentarer blive på forskellige platforme, men også indholdet af de forskellige kommentarer og om de er forskellige og hvis de er, på hvilken måde.

Sprog- og litteraturforskeren Roman Jakobsons kommunikationsmodel er en kommunikationsmodel der er i stand til at dele et kommunikationsobjekt op således at der kan ses på de individuelle dele i kommunikationssituationen. Modellen er designet til at kunne bruges i forskellige kommunikationssituationer. Til dette speciale bruges ikke selve modellen, men termerne fra den, som der bruges.

Lektor Lisbeth Thorlacius fra Roskilde universitets model tager udgangspunkt i Roman Jakobsons kommunikationsmodel, men tilføjer aspekter til modellen således at den kan bruges til analysere kommunikation via hjemmeside design og opsætning. *Thorlacius, L. (2004)*

termerne er vigtige i forhold til specialet i det at den kan bruges til at se, hvordan de forskellige platforme lægger op til en specifik form for kommunikation, hvilket dernæst kan holdes overfor, hvordan at kommunikation sker på de respektive platforme. Dette er også en måde at kunne svare på de underspørgsmål som er formuleret i forhold til den overordnede problemformulering.

Valg af platforme

Følgende afsnit handler om at give en hurtig forklaring af de valgte platforme, både i forhold til, hvordan de er brugt, men også, hvordan de har udviklet sig igennem tiden. Fokussen er hovedsageligt på brugen af disse platforme, hvilket inkluderer en forklaring af hvordan man kan deltage på platformen, men også hvordan man lægger indhold op på disse. Dette vil blive forklaret trinvis, således at dette ikke behøves at forklares igen i selve analysen.

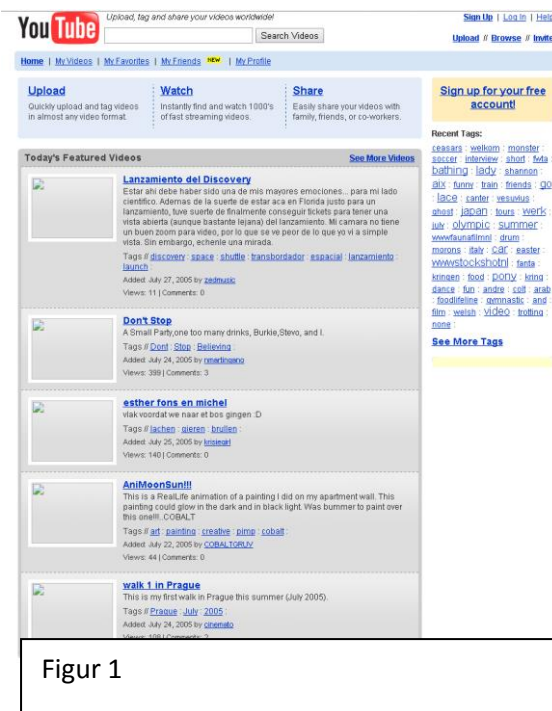
Begrundelse af valg af Youtube

Den ene platform som er blevet valgt til analysen er web platformen Youtube, en video-delingsportal som ejes af google. Youtube blev etableret i 2005 og siden da, blevet til en af de største video-delings platforme på internettet, med mere end en milliard brugere. (*Youtube.com. 2015*). Udover dette er platformen tilgængelig på 76 sprog, hvilket, ifølge dem selv er omkring 95 % af mennesker som regelmæssigt bruger internettet. (*Youtube.com. 2015*).

Med denne form for adspredelse og mulighed til at ramme hele verden, er Youtube en platform som ville være helt ideel for person at uploade fanvideoer. Dens adspredelse og brug er grunden til at den er valgt som en af de platforme der bliver undersøgt.

Youtube startede i 2005 som en video-delings platform. Som prøvede at give brugere en hurtig og relativ nem måde at uploade videoer til internettet, men blev hurtigt populær grundet sin relative lethed og brugervenlighed, samt dens evne til finde flere ”relevante” videoer. (Burgess, Green, Jean, Joshua, 2009.)

Som en platform har Youtube haft det samme fokus, siden starten i 2005. Det har altid været tænkt som en ”(...) Services aiming to remove the technical barriers to the widespread sharing of video online.” (Burgess, Green, Jean, Joshua, 2009. P. 1)



Figur 1

Fokussen på bruger-genereret har også altid været et fast holdepunkt for hjemmesiden, selvom at der i dag bliver uploadet videoer dagligt af store TV-kanaler der ligger klip op af deres tv-shows. (Burgess, Green, Jean, Joshua, 2009.)

Bruger-genereret indhold eller *User-generated content* skal forstås som ”(...) Any form of content such as blogs, wikis, discussion forums, posts, chats, tweets, podcasting, pins, digital images, video, audio files and other forms of media that was created by users of an online system or service, often made available via social media.” (Moens, M. F., Li, J., & Chua, T. S. (Eds.). (2014). P. 8) Dette indhold kan eksempelvis være en video blog, some er optaget på et webcam og lagt op på Youtube.

Begrundelse af valg af Archive of our Own

Skabt i 2009 som et modsvar til Fanfiction.net, som blev startet i 1999. Archive of our own er et af de største samlingspunkter på nettet for fanfiction. Udover dette er Archive of our own, forkortet AO3, en del af Organisation for Transformative Works, forkortet OTW. Deres mål med hjemmesiden er ”(...) Preserving and providing access to transformative works.” (Archive of Our Own. 2009) AO3 opereres hovedsageligt af frivillige, der vedligeholder hjemmesidens daglige drift.

Som nævnt ovenfor blev AO3 skabt af OTW, hvilket er en non-profit organisation der arbejder for *“the interests of fans by providing access to and preserving the history of fanworks and fan culture in its myriad forms.”* (Organisation for Transformative Works. 2009.) En organization skabt af fans, for at kunne arbejde for at fanværker forblive tilgængelige og ikke bliver taget ned af copyright holdere. OTW er også en organisation der samler akademiske værker og udgiver journaler, der omhandler den nyeste forskning indenfor fandom. (Organisation for Transformative Works. 2009.)

Per den første januar 2014, som var de seneste tal som der er udgivet viser, at AO3 har 945,679 fanfiction værker, det vil sige historier som er skrevet. Mens at de havde 247,122 registrerede brugere. (Archive of Our Own. 2014)

Med næsten 1 million fanværker og næsten en kvart million registrerede brugere, har AO3 vist sig at være en populær platform for personer der både skriver, men også læser fanfiction. Udover dette er platformen open-source, hvilket betyder at brugere kan være med til at forbedre platformen.

Som en non-profit organisation og dens store fokus på bruger-inddragelse, samt dens akademiske arm, har betydet at AO3 er et essentielt samlingspunkt for fanfiction skribenter. Dens open-source natur og relativt tætte relation til den akademiske verden, betyder at AO3 er meget interessant i forhold til at se på Participatory Culture og, hvordan den er skabt til dele og formidle indhold til brugere. Hvilket er grunden til at den er blevet valgt som den anden platform for undersøgelsen.

Indsamling af materiale

Indsamling af materiale sker via Screendumps og undersøgelse af platformenes opsætning og funktionalitet i henhold til at finde videoer eller materiale. Udover dette vil der opsættes et skema, der indkorporerer definitionen for Participatory Culture, for at kunne holde op imod de forskellige platforme.

Ved indsamlingen af materialet vil Lisbeth Thorlacius kommunikationsmodel blive brugt som et værktøj til at forklare nogle af de funktioner som der bliver fremhævet i forklaringen af platformsfunktionaliteterne. Kommunikationsmodellen bliver, ikke brugt i sin helhed, men termerne fra den vil, i det at det giver en måde at kunne snakke om platformsfunktionaliteterne.

For at kunne undersøge de valgte platforme er der nødt til at blive opsat nogle parametre for, hvordan de undersøges. Til dette vil bruges definitionen af Participatory Culture, som vist på side x. Dette skema vil være de parametre som vil være undersøgelsens fokus punkt for at kunne besvare problemformuleringen.

For at kunne lave parametre som er passende vil hver parameter være essensen af hvert punkt, som definitionen af Participatory Culture lægger op til.

I forhold til definitionen af Participatory Culture vil det første parameter være **Engagement**.

Hvordan kan man komme i gang med at dele og deltage på den givne platform, hvad kræves der før at man kan komme i gang med at bruge platformen?

Det næste parameter vil være **Deling**. Hvordan kan man dele med andre brugere og hvordan er muligheden for at finde en given video eller fanfiktion, dette forstås via søgefunktioner, men også via tagging.

Det næste parameter vil være **Hjælp**. Er der indbyggede muligheder for hjælp på platformen eller er de hovedsageligt via andre brugere der giver feedback at hjælpen til at blive bedre findes?

Det næste parameter vil være **Bidrag**. Hvordan kan man, som bruger, bidrage til platformen, hvor lille kan ens bidrag være før at det ikke er brugbart mere og omvendt, hvor meget kan man bidrage med, uden at man nødvendigvis bliver en skaber.

Det næste parameter vil være **Forbindelse**. Hvordan skaber de respektive platforme muligheder for at brugere kan socialisere med hinanden, er der muligheder for at de kan deltage i et større community, kan de sende individuelle kommentarer til hinanden og hvordan kan de holde sig opdateret omkring andre brugere, videoer eller fanfiktioner der interesserer dem.

Disse 5 punkter, bliver dernæst sat ned i et skema, hvorved at de respektive platforme kan sættes op imod hinanden. Undersøgelsen vil tage udgangspunkt i beskrivelserne af platformene, samt en gennemgang af platformenes funktioner.

	Youtube	AO3
Engagement		
Deling		
Hjælp		
Bidrag		
Forbindelse		

For at kunne samle materiale sammen der kunne fremhæve de potentielle forskelle i forhold til kommentar kultur mellem de to platforme og i sidste ende svare på problemformuleringen, blev der valgt en fandom, som kunne bruges til at se på fanfiktion og fanvideoer fra. Grunden til at vælge

den samme fandom betyder at der er et sammenligningsgrundlag i forhold til viden og diskussion omkring de forskellige karakterer og historier.

Til dette blev Star Wars fandommen valgt, i det at det er en meget stor fandom og at der findes både mange fanvideoer og fanfiktioner at vælge fra. Star Wars fandommen er én af de allerstørste fandoms og det også en af de mest kendte. Et eksempel der viser, hvor populært Star Wars er mængden af views som den sidste trailer til den nyeste star wars film havde, hvilket er ca 86.5 millioner views *Youtube* . (2015). Og ca 70.000 hits på ”Star Wars fan film” på *Youtube*.

Udover dette blev der fokuseret på fanvideoer og fanfiktioner der havde kommentarer tilknyttet til dem. Dette var vigtigt, da selve indholdet af fanvideoen eller fanfiktionen ikke er relevant i forhold til denne undersøgelse, der blev gjort et bevidst fravalg, i det at denne undersøgelse ikke skulle få karakter af en normativ vurdering af værkerne, da dette ville kræve andre analyse redskaber og sprog end de valgte.

Et bevidst valg fra undersøgerens side var at vælge kommentarer der kom tidligst på en fanfiktion eller fanvideo, da det teoretiseres at disse indeholdte de mest instinktive reaktioner i forhold til senere kommentarer, som kunne være blevet skrevet af personer som var blevet foreslået af enten venner eller andre platforme at videoen var god eller dårlig.

For at kunne udforske kommentar kulturen er der dog også nødt til at blive set på platformenes funktionalitet. Dette gøres ved at se på de individuelle dele der gør det muligt for brugere at kommunikere med hinanden. Ved at se på dette er det muligt at se, hvilken form for kommentar kultur som platformene, implicit lægger op til, hvilket derefter kan bruges som et barometer for at se, hvordan kulturen er i forhold til platformens mål. Udover dette vil konceptet om *Participatory Culture* også blive brugt til at vurdere forskellene mellem kommentarerne på de forskellige platforme, hvis der hersker nogen forskel, de 5 parametre der blev opsat på side x, vil også bruges for at kunne dele kommentarerne op, for at se om der er et tegn på *Participatory Culture* og om der er forskelle på fordelingen af disse.

Til denne undersøgelse er der kun fokuseret på et lille antal kommentarer fra 3 fanvideoer og 3 fanfiktioner. Dette gøres for at få ide om kommentar kulturen, måske, er anderledes fra platform til platform. Dette gøres dog med den tanke, at, hvis der findes forskelle kan disse opdagelser bruges til at skabe et rammeværk til senere undersøgelser.

Udvælgelsesparametrene for disse fanværker er følgende:

- De skal være udkommet indenfor de seneste to år.
- De skal være indenfor Star Wars fandommen.
- De skal være uploadet til platformen først, dette betyder at de ikke skal være genudgivelser af gamle fanfiktioner eller fanvideoer.
- Der skal minimum være 10 kommentarer.

Grunden til disse parametre er at fanvideoerne og fanfiktionerne skal være sammenlignelige med hinanden i forhold til tidsrammen. Udover dette skal reaktionerne være de første naturlige reaktioner, således at der kan ses på, hvordan kulturen reagerer. Hvis en fanvideo eller fanfiktion er en genudgivelse kan dette farve kommentarerne og dermed gøre dem mindre brugbare i forhold til at undersøge receptionen af værkerne på de to platforme.

Det kan argumenteres, om det ikke ville være bedre at sammenligne fanfiktioner og en fanvideoer der har med den samme periode og samme figurer at gøre, men grundet at der ikke arbejdes med selve fanværkerne, men reaktionerne til og interaktion via platformene mener denne forsker at det er vigtigere at bruge fanværker der har mange kommentarer og hits, således at der er nok materiale at arbejde med for at kunne besvare spørgsmålene stillet i problemformuleringen.

Som sagt før, vil der ikke bliver gået igennem alle kommentarer, men i stedet vil de første 10-15 kommentarer blive brugt til at skabe et billede af kommentar kulturen på de respektive platforme.

De kommentarer der bliver brugt i analysen vil få fjernet navne og eventuelle profilbilleder i et forsøg på at skjule identiteten på vedkomne, der skrev kommentaren og vil i stedet blive refereret med et nummer, da der ikke er nogen grund til at vise navnet på personen der giver kommentaren. Der vil dog laves en reference i litteraturlisten til hjemmesiden, hvor kommentaren kan læses i sin oprindelige form.

Grundet de parametre der er blevet fremsat blev der fundet frem til 3 fanvideoer fra youtube og 3 fanfiktioner fra AO3.

Youtuben filmen ”Revan” blev udgivet i juni 2015 og har 553.163 views og 1549 kommentarer.
Youtube. (2015). Revan - Star Wars Fanfilm (2015).

Youtube filmen ”*Rebel scum*” blev udgivet i januar 2016 og har 450.613 views og 1148 kommentarer. *Youtube. (2016). REBEL SCUM - Star Wars Fan Film (2016).*

Youtube filmen ”*EPIC STARWARS FANFILM - The Betrayal*” blev udgivet I april 2015 og har 315.965 views og 387 kommentarer. *Youtube. (2015). EPIC STARWARS FANFILM - The Betrayal.*

Fanfiktionen ”*to the sky without wings*” blev startet i januar 2016 og har 18988 hits, og 1319 kommentarer. *Archive of our own. (2016). to the sky without wings*

Fanfiktionen ”*Interstellar Transmissions*” blev startet i december 2015 og har 60834 hits og 1095 kommentarer. *Archive of our own. 2015. Interstellar Transmissions*

Fanfiktionen ”*Revanche*” blev startet i september 2014 og har 1271hits og 11 kommentarer. *Archive of our own. 2014. Revanche.*

For at kunne gøre den indsamlede data mere overskuelig vil de tre fanvideoer og tre fanfiktioner blive referet til som Fanvideo 1-3 og Fanfiktion 1-3. Dette gør det mere overskueligt at snakke om kommentarerne i selve analysen.

”*Revan*” vil derfor blive refereret til som [fanvideo 1](#).

”*Rebel Scum*” vil blive refereret til som [fanvideo 2](#)

”*EPIC STARWARS FANFILM - The Betrayal*” vil blive refereret til som [fanvideo 3](#)

”*to the sky without wings*” vil blive refereret som [fanfiktion 1](#)

”*Interstellar Transmissions*” vil blive referet som [fanfiktion 2](#)

”*Revanche*” vil blive refereret som [fanfiktion 3](#)

Fanvideo kommentarer

Udvælgesen af kommentarer der vil ses på, er gjort ud fra at se på de ældste kommentarer først, forstået således at det er de første kommentarer der blev givet fra fanvideos udgivelse. For så vidt muligt er kommentarer som ikke er direkte relateret til værket, ikke blevet taget med.

Som nævnt før er dette de første kommentarer der blev givet til fanvideoerne. Kommentarerne skal læses fra bunden og op, da Youtube ikke har en funktion der viser de ældse kommentarer først som kan ses på figur 26. Hver kommentators navn blev dernæst fjernet og hver kommentar blev dernæst

givet et nummer, se figur 26, hvilket fremover vil blive refereret som FanVideox x eller FVx x, eksempelvis FV1 1 vil være den først kommentar på fanvideoen ”Revan”.

Dette kommer til at se således ud



I selve analysen vil der bruges specifikke kommentarer, skrevet som citater, men alle kommentarer vil være tilgængelige som screendumps i bilagene. Udover dette vil der også være en reference til den specifikke url, hvor kommentaren kan findes.

Ud af de sammenlagt 3084 kommentarer som de tre fanvideoer tilsammen har, vil det kun være de 10-15 første, som kan blive brugt igennem denne undersøgelse. Dette er

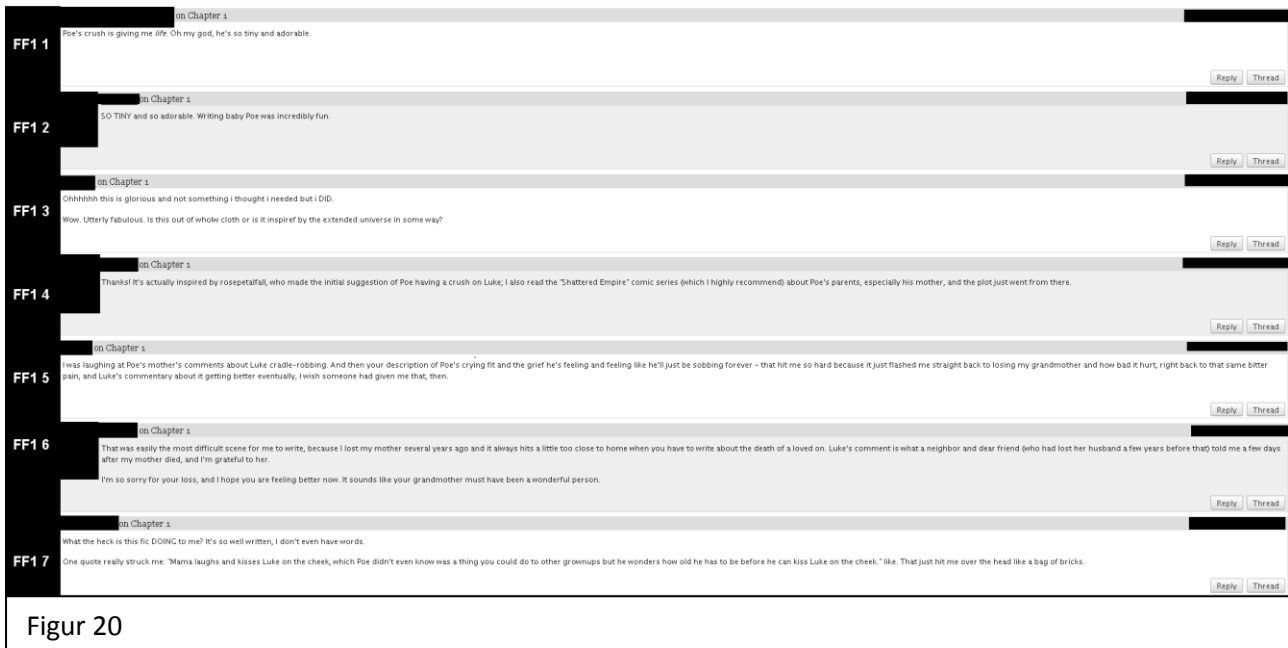
gjort ud fra den teori at der kan gives en god forståelse for, hvordan kommentar kulturen er og dermed kunne svare på problemformuleringen, uden at skulle læse alle 3084 kommentarer igennem.

Fanfiktions kommentarer

På samme måde som fanvideo kommentarerne er blevet udvalgt af de ældste først vil fanfiktion kommentarerne også bruge de ældste kommentarer først.

Ligesom der er gjort til kommentarerne på fanvideoen, vil navne og profilbilleder blive fjernet og hver kommentar vil blive givet et nummer. Når der kommer til at henvises til en specifik fanfiktion kommentar vil der fremover blive brugt forkortelsen FFX x, altså FanFiktionx x. Så eksempelvis FF1 1 være den første kommentar på fanfiktionen ”to the sky without wings”

Derved kommer screendumps af kommentarerne til fanfiktionen til at se således ud.



Figur 20

individuelle kommentarer kan læses.

Grunden til at der bliver lavet forkortelser på både kommentarerne og værkerne er så de nemmere kan blive refereret til, i stedet for at bruge navnet på fanværket.

Nu er der blevet set på indsamling af kommentarer og måden, hvorpå at de vil blive refereret til i forhold til resten af projektet.

Følgende vil analysen af platformene blive fremvist.

Brug af Youtube – Platforms funktionalitet

Ifølge dem selv har Youtube ”*Over a billion users – almost a third of all the people on the internet*” (Youtube.com. 2015.) Det er en af de mest profilerede medie platforme og den er stadigvæk relevant selvom platformen er over 10 år gammel.

For at kunne se videoer på Youtube, er det ikke nødvendigt at gøre oprette sig som bruger. Man kan frit, søge og se, så mange videoer som man har lyst til, uden at der

kræves at man laver en profil eller logger ind på sin profil.

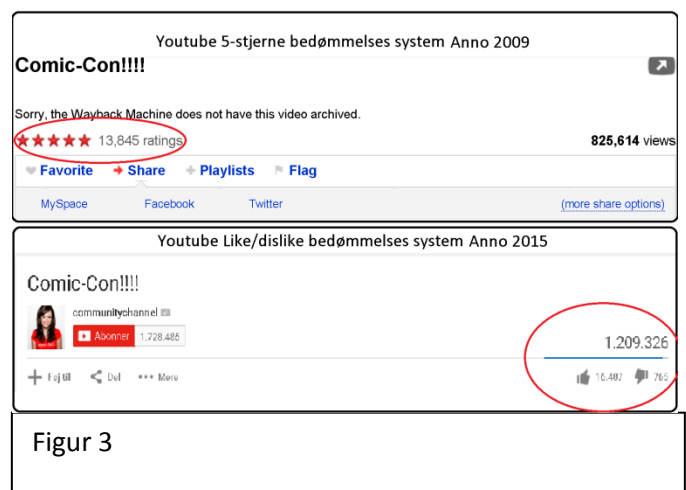
Hvis man dog gerne vil kommenterer og have mulighed for at kunne uploade sine egne videoer, er man dog nødt til at lave en konto se figur 2. Siden at Youtube er en ejet af Google, (Youtube.com. 2015). er det én konto, som kan bruges hos alle Googles hjemmesider, hvilket betyder at Youtube for sig selv, kun er en platform blandt mange, men en der specialisere sig i video deling.

Efter at man har oprettet sig selv hos Google, er man i stand til at bedømme videoer, give kommentarer samt uploade videoer.

Bedømmelsessystemet på platformen har ændret sig igennem de 10 år som platformen har eksisteret, fra at gå fra et stjerne system som set på figur 3 til at være et like eller dislike system, som set på figur 3 ala Facebooks ”Like” knap

Opret din Google-konto

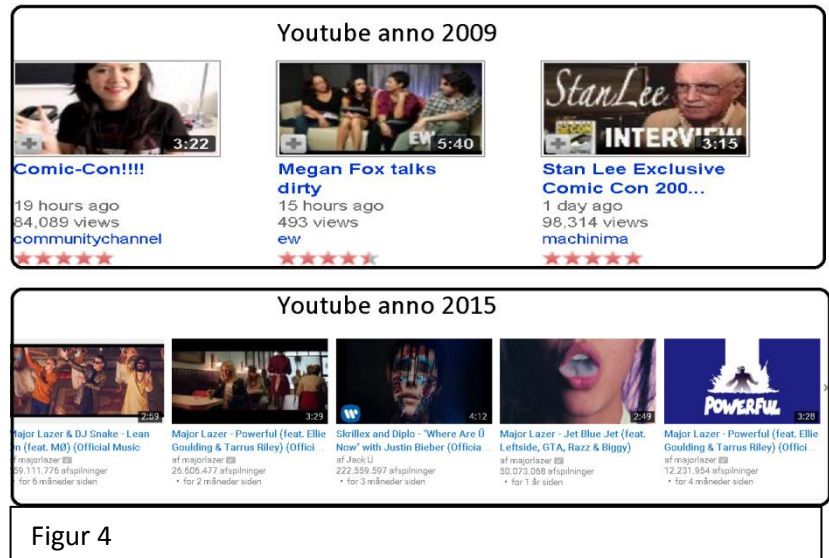
Figur 2



Figur 3

Stjerne systemet var en 5 trins skala, hvor brugeren kunne give fra 1 til 5 stjerner til en video, alt efter, hvor god at brugeren syntes at videoen var, hvilket blev vist på videoens side som et gennemsnit af alle bedømmelserne, som en video havde fået.. Like/Dislike systemet fungerer således at man enten ”Liker” en video eller ”Disliker” en video, hvilket vises som en blå streg under antallet af views, for at give et gennemsnit af, dem der ”Likede” eller ”Dislikede” videoen.

En anden forskel fra dengang til nu er at det ikke er muligt at se en videos rating før man klikker på den, hvilket betyder at man som besøgende ikke har mulig for at se, hvor god en video er, men



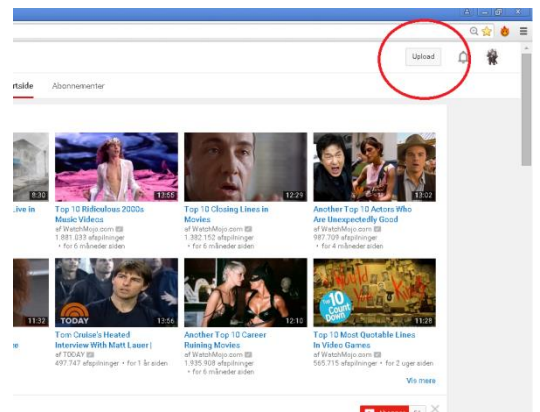
Figur 4

kun, hvor mange ”views ” en video har fået, som vist på figur 4.

Muligheder for Afsender

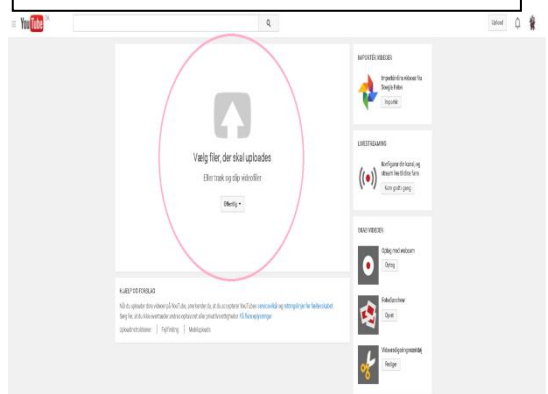
Processen for at uploade en video er følgende.

- Klik upload I øverste højre hjørne se figur 5
- Vælg videoen der skal uploades eller træk og slip den over feltet markeret således se figur 6
- Mens videoen uploades kan man ændre titlen, tilføje tags og deslige, hvis man vil dette. Efter at videoen



Figur 5

er uploadet vil man være i stand til at søge efter den på Youtube, hvis den er blevet gjort offentlig. Se figur 7

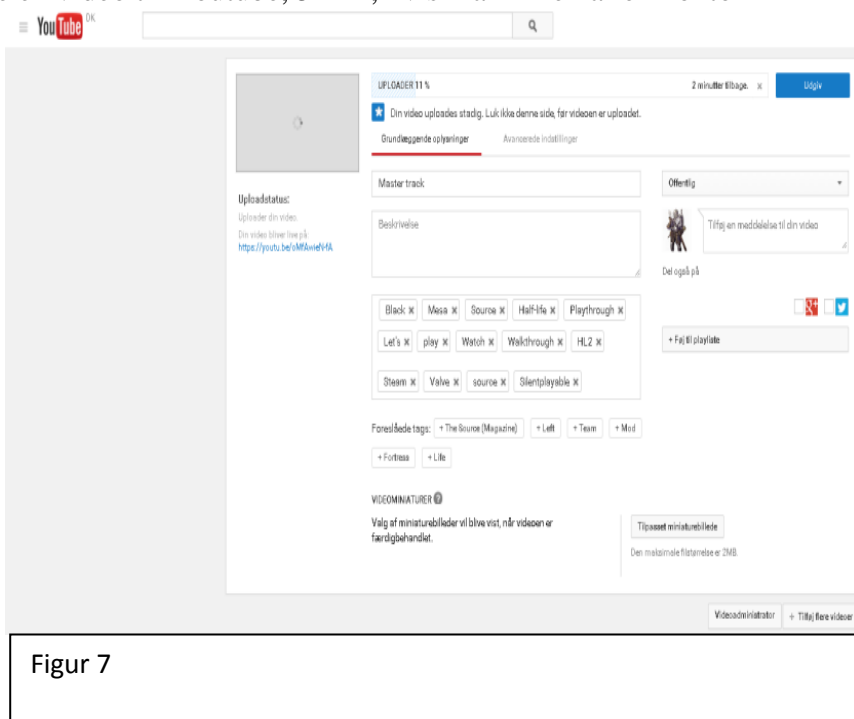


Figur 6

Ovenstående er de påkrævede trin for at man kan uploade en video, udover disse er der en række ekstra muligheder som man kan arbejde med, for at gøre videoen nemmere, eller sværere, at søge efter.

I alt kræver det minimum 3 klik at uploade en video til Youtube, 5 klik, hvis man ikke har en konto på google, da man, som nævnt før, først skal lave en konto, før man er i stand til at uploade videoer.

Udover de påkrævede trin er der også muligheder for at kunne ændre video titlen, tilføje tekst, under videoen såvel som at tilføje relevante søge tags til videoen, således at det bliver nemmere for andre at finde videoen. Udover dette kan man også vælge om man vil gøre videoen. ”Offentlig”, ”Privat” eller ”Skjult”. Disse indstillinger gør det muligt at dele sin video med alle ved at



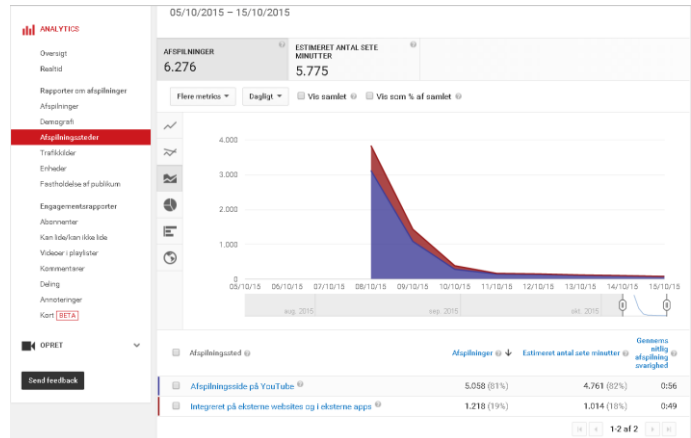
Figur 7

gøre den ”Offentlig” således at man kan søge efter den i søgefeltet og at den kan findes på Youtube. (Youtube. 2015. *Change the Privacy setting of your video.*)

”Skjult” gør videoen skjult for offentligt søgning, men så længe at linket eller URL’en til videoen kan blive givet, kan man se videoen. Dette gør det muligt at dele en video til en anden hjemmeside, eksempelvis Reddit, uden at videoen kan findes på Youtube. (Youtube. 2015. *Change the Privacy setting of your video.*)

”Privat” gør videoen skjult for alle, det er ikke muligt for andre end personen der har uploadet videoen at se den, medmindre at denne har givet en anden person tilladelse til at se videoen, ved at indtaste deres email adresse på videoen. Dette gør det muligt at uploade en video, som man kun vil vise til en anden person eller, hvis man venter til en specifik dato før man udgiver den. (Youtube. 2015. *Change the Privacy setting of your video.*) Det skal dog siges at disse indstillinger kan ændres, når som helst af personen der har uploadet videoen.

Når man har uploadet en video, er det muligt for en at se forskellige information i forhold til videoen, hvor mange der har set videoen se, hvordan de så videoen, se , medianen af minutter som de har set videoen, se figur 8 og en graf over, hvor i verden de forskellige Views på videoen kommer fra, se Analyse-



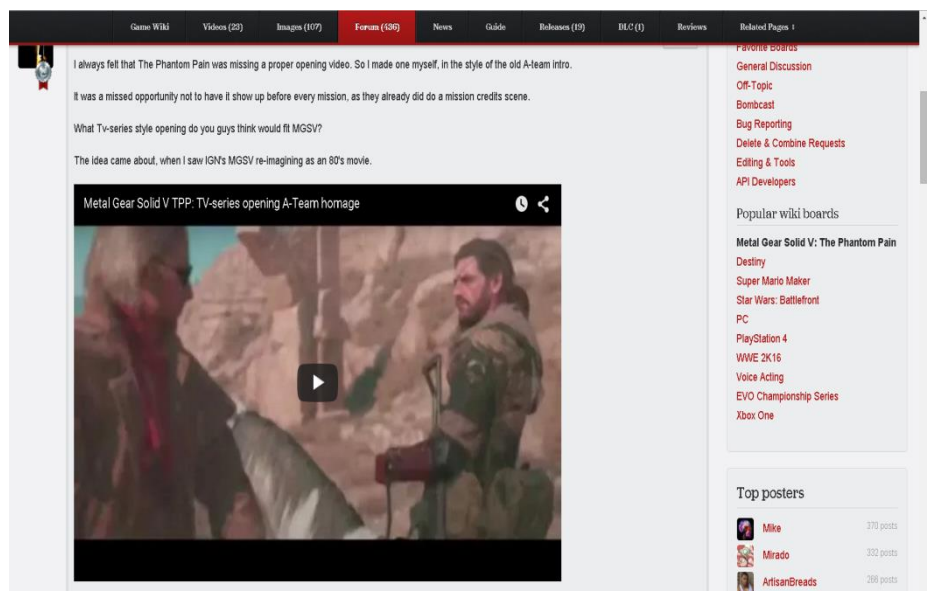
Figur 8

redskaberne, som Skaber, er dybe og kan give mange forskellige informationer, alt efter,

hvad man gerne vil vide, disse redskaber fungerer i real tid, således at man kan se, hvor mange gange en video bliver set på en time, eller, hvordan at brugere fandt ens video.

Ovenstående funktioner, gør det muligt for skabere at få et meget dybdegående indblik i forhold til deres videoer og spredning af disse, dette kan være meget brugbart for video skabere der ønsker at arbejde med videoer og kan være med til at øge deres forståelse af deres eget publikum

Skabere har også mulighed for at sprede deres videoer rundt til andre platforme. Det er muligt at indlejre videoen, se figur 9, på en anden platform, således at man kan se videoen, uden at man behøver at gå ind på Youtube for at kunne se den.



Figur 9

En funktion som en skaber skal være opmærksom på, er Youtubs interne ophavsrettighedssystem. Kaldet Content ID. Dette er et syste, der automatisk går igennem videoer og rapportere dem, hvis videoen indeholder materiale der bryder med ophavsrettigheder, systemet er bygget således at det

ikke tager højde for, hvad indholdet af selve videoen er, men kun om der er indhold som ikke må bruges i forhold til ophavsret. (*Youtube. 2015. Sådan virker Content ID*) Hvis man som skaber bliver udsat for et Content ID match kan det have følgende konsekvenser for den uploadede video

- Lyden kan blive slået fra: Videoens lydspor blive slået fra (*Youtube. 2015. Sådan virker Content ID.*)
- Blokering af videoen: Videoen kan ikke afspilles, dette kan være landsbaseret (*Youtube. 2015. Sådan virker Content ID.*)
- Tjene penge på videoen: Der kommer reklamer på videoen, som ikke har gavn for skaberen (*Youtube. 2015. Sådan virker Content ID.*)
- Spore videoens seeretal: Ophavshaveren er har tilgang til de samme informationer, som skaberen har (*Youtube. 2015. Sådan virker Content ID.*)

Ovenstående er dog hovedsageligt kun gældende for personen der uploadede videoen, som en seere er ens interaktionsmuligheder stærkt begrænsede.

Muligheder for brugere der ser videoen.

Processen for at se en video på Youtube, hvis man aldrig har brugt den og ikke bruger søgefunktionen er følgende.

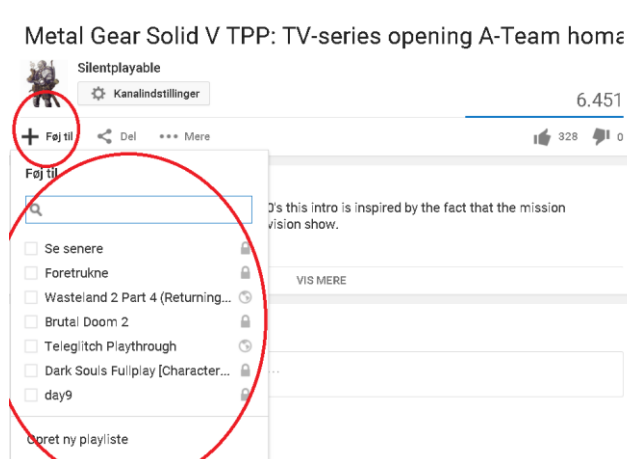
- Klik på en video fra forsiden for at se den

Hvis man søger efter en specifik video

- Søg efter en video
- Gå igennem søgelisten og klik på den relevante video.

Det kan altså tage 1 til 3 klik for at gå ind og se en video på platformen. Denne brugervenlighed er med til at gøre selve brugeroplevelsen smertefri, men hurtigheden, hvorved at man er i stand til at finde noget som man interesserer sig for er muligvis en af grundene til at Youtube er så populær som den er.

Som en person der ser videoen, er ens muligheder ganske begrænset, hvis man ikke er logget ind, man kan dele videoen over forskellige platforme og man har en rudimentær statistik der viser, hvor mange der har set videoen, men man er ikke i stand til at kommenterer eller ”Like” eller ”Dislike” videoen.



Figur 10

En bruger er også i stand til at rapportere en video, hvis de føler at videoen støder dem, ved at rapporterer videoen er der en risiko, for uploaderen, at Youtube vil fjerne videoen, hvis videoen er anset for stødende.

Hvis man logger ind på sin konto, er man i stand til at bedømme videoen, man kan lave en kommentar til videoen, udover dette kan man også øremærke videoen, ved at føje den til en personlig afspilningsliste. Se figur 10

Man kan også, abonnere til en kanal, hvis indhold man er interesseret i. Ved at man abonnere på en kanal, får man tilsendt en besked, så snart at der kommer nye videoer op



Figur 11

på kanalen. Se Figur 11

Alle brugere har dog muligheden for at uploade deres egen video, hvis de ønsker dette, da alle nye brugere har muligheden for at uploade videoer, uden at de skal gøre sig fortjent til at gøre dette.

Denne form for mulighed er en af de vigtige pointer i henhold til Participatory Culture, da ikke alle brugere behøver at, i dette tilfælde, uploade en video, men alle skal have muligheden for det.

(Jenkins, Henry, Puroshotma, Ravi, Clinton, Katherine, Weigel, Margaret, & Robison, Alice J. (2005))

Youtube, som en digital platform er ganske agnostisk i forhold til, hvor man kan komme ind på den fra. Det er, Tablet, telefoner og TV har unikke Youtube apps der gør det muligt at tilgå hjemmesiden fra næsten ethvert sted, på hvilket som helst tidspunkt.

Der er nu blevet set på de platform specifikke funktionalitet, nedenunder vil disse blive stillet i forhold til definitionen for Participatory Culture. For at skabe et større overblik vil der være et skema for Skaberen, altså afsenderen af værket, og seeren, altså modtageren af værket. Skemaet, vil gennemgå, hvilke muligheder parterne har i forhold til hvert punkt.

Afsender	Youtube
Engagement	Der kræves registrering, hvis man vil uploade videoer.
Deling	Afsender kan gøre sin video offentlig, således at alle kan finde videoen. Udover dette kan man også tilføje tags til videoen, således at når folk leder efter disse, vil den uploadede video dukke op i deres søgefelt. Man kan også gøre sin video privat eller skjult, således at det kun er udvalgte personer der kan tilgå videoen.
Hjælp	Der findes video guides, lagt op af Youtube til, hvordan man gør sine videoer og profil bedre og mere synlige, dog er det ikke muligt at ændre i sin video uden at man fjerner den, for at uploade den igen efter man har lavet de nødvendige ændringer.
Bidrag	Som afsender bidrager man med at lægge sin video op.
Forbindelse	Afsender kan sende interne beskeder til hinanden og da Youtube høre bruger en google konto, kan brugere snakke med hinanden via google+ eller via email. Udover dette kan Afsender også kommentere på videoen, hvis de vil tale med modtager.

Modtager	Youtube
Engagement	Der kræves ikke nogen registrering for at være i stand til at se videoer, søge efter videoer eller dele videoer på andre hjemmesider. Det kræver registrering at kunne kommenterer eller bedømme videoer.
Deling	Man kan dele videoen til andre hjemmesider, der er en knap der gør det nemt at dele til en specifik hjemmeside. Dette kan gøres, uden at der behøves at logges ind. Udover dette kan man dele video urlen, og dele den via chat services.
Hjælp	Det er muligt for modtager at efterlade kommentarer på videoer med gode råd, om, hvordan det kan gøres bedre til næste gang.
Bidrag	Ens bidrag kan gå fra at være at se en video til at lægge videoer op selv, uanset hvad er der en effekt for bare at se videoer. Man har dog også mulighed for at kunne bedømme en video eller efterlade en kommentar på en video eller dele den med sin omgangskreds, hvilket giver videoen flere Views. Man kan også give et negativt bidrag, ved at give et 'dislike' på videoen eller andre kommentarer, hvis man ikke føler at disse kommentarer er værdifulde eller brugbare. Et 'like' eller 'dislike' er anonymt, således at det ikke er muligt at se, hvem der har givet dette.
Forbindelse	Modtageren kan sende interne beskeder til hinanden og da Youtube høre bruger en google konto, kan brugere snakke med hinanden via google+ eller via email.

Udover dette kan modtageren abonnere på afsenderens kanal, således at de kan følge med, når afsender lægger en ny video op. Udover dette kan modtageren snakke med både afsender og andre modtagere i kommentarene under en video.
--

Brug af AO3 – Platforms funktionalitet

Som nævnt før er Archive of Our Own hovedsageligt brugt som en platform til opbevaring og deling af fanfiction, ambitionen med hjemmesiden er at skabe en platform, der er i stand til at opbevare enhver form for fanværk, om det er skreven fanfiktion, fan podcasts, audio-dramaer eller fanvideoer, men da det er en non-profit organisation der hovedsageligt køres er frivillige er implementeringen af nye funktioner langsom.

AO3, har mulighed for at brugere kan efterlade kommentarer på individuelle historier.

AO3 har også en "Like" knap ala Facebook, kaldet "Kudos." Dette er en knap designet til at vise at man kunne lide en historie eller syntes godt om, uden at man nødvendigvis har lyst, eller mulighed, for at efterlade en kommentar på historien. (*Archive of our own. 2009. Archive FAQ > Kudos.*)

Udover dette kan en alle se, hvem der har givet en kudos til deres værk. Hvis en bruger har givet et kudos vil deres navn dukke op i bunden af et kapitel, mens gæster vil blive lagt sammen i én pulje.

Som vist på figur 12



cupcakelouislove, lacri1508, Alicewantsjam, JennyWD, Lilblossomcub, Qrvx, Vatican_Cameos45, MLWood, Independent_state_of_meev, Betsy_Boop, saqegirl72, Vvkins, fair_veronian, TheArtStudentYouHate, starfleetdicks, Galaxiatta, bluelantern1, Evakai, MistressMycroft, Riola, nekkas, Brvnhildir, stage_master, Kinky, PhrozynFyre, Sabrina_Phynn, nappvfo81, Violaceous, LadySerpentine, claro, MeMequeen, couch_of_friendship, Sactolaw, brokenlibrarygirl, hawkgal23, HolmesFreak, rebekahspears, shymel, BronzieXb, House_Tyrell_Baratheon, NewDawn, mmw2014, clusterfck, All4meh (rfpaulson), octavarium, delightfully_demented, NixxieFic, Crazy_little_witch, Anglophileat5, ninawatson, and 50 more users as well as 86 guests left kudos on this work!

Figur 12

Det kræver ikke noget at logge ind og læse fanfiktion, dog er man først nødt til at finde den specifikke fandom, som man gerne vil finde fanfiktion for. Archive of Our Own, er inddelt i mange forskellige fandoms og det er op til brugeren selv at finde den specifikke fandom som de har lyst til at udgive eller læse indenfor, udover dette har Archive of Our Own et meget robust søgesystem der gør det nemt at finde lige specifikt den type fanfiktion som man har lyst til at læse omkring. Udover dette kræver AO3 ikke at man logger ind for at lægge Kudos eller kommentarer, selvom at forfatteren kan vælge at en bruger skal have en konto for at være i stand til at lave en kommentar på deres historie.

For at kunne gå mere i dybden med platformens funktionalitet er nogle termer nødt til at blive forklaret, således at der er forståelse for disse, før der bliver gået videre.

For alle værker findes der et universelt rating system, der er med til at definere, hvem der kan læse værket.

De forskellige ratings er følgende.

General audiences. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Teen and up audiences. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Mature. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Explicit. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Not rated. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Systemet er designet således at en bruger hurtigt kan se indholdet af en historie. Nogle historier kan eksempelvis indeholde seksuelt indhold, hvilket betyder at de har en højere rating. Systemet er en måde for brugere at kunne sortere historier fra, som måske kan indeholde materiale, som de ikke har lyst til at se. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Pairings

Pairings er en definition af forhold mellem figurer, på AO3 dette bruges som et søgekriterie, således at brugere hurtigt kan finde historier med den pairing some de gerne vil have.

Følgende er generiske pairings.

F/F: Betyder at der er et forhold mellem to kvinder i historien (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

F/M: Betyder at der er et forhold mellem en mand og en kvinde i historien (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

GEN: Betyder at forhold ikke er vigtig for historien (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

M/M: Betyder at der et forhold mellem to mænd (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

Multi: Betyder at der er flere forhold i historien eller at der er en figur der har forhold til mere end en person (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

Other: Betyder de forhold der I historien ikke falder under nogen af de andre definitioner. (*Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3.*)

Muligheder for en skaber af en fanfiktion

Processen for at lægge en fanfiktion op på AO3 er følgende.

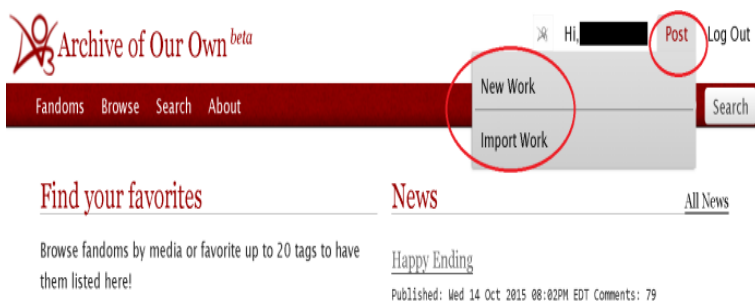
- Log ind på kontoen
- Tryk på knappen ”Post” i højre hjørne se figur 13
- Vælg ”New Work” eller ”Import Work” se figur 13
- Sæt Rating
- Sæt Archive Warning
- Vælg fandom
- Vælg Title
- Indsæt teksten
- Tryk på Publish

For at kunne udgive en historie skal der være en Title, en Rating og det der hedder en, ”Archive Warning” (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*) Se figur 14.

Dette er et label der viser om værket, som man lægger op, indeholder materiale som kan være ømtåleligt for visse personer. ”Archive Warnings” er designet således at brugere kan fravælge historier, der indeholder materialet som der er sat på I ”Archive Warning” eller specifikt søge efter materiale, der indeholde disse ting. (*Archive of Our Own. 2009. Terms of Service.*)

Desuden skal et værk også være tildelt til en fandom, hvilket betyder at værket komme til at dukke op under fandommens respektive side.

Som minimum tager 6 klik at udgive en historie på AO3. Til gængæld er der mange muligheder I forhold til at tilføje ekstra muligheder for at kunne gøre det lettere for brugere at finde historien. Jo flere af disse ekstra valgmuligheder der bliver udfyldt, jo nemmere er det for brugere at finde



Figur 13

A screenshot of the AO3 form for creating a new work. The form has several sections: 'Rating*' with a dropdown menu set to 'Not Rated'; 'Archive Warnings*' with a list of checkboxes: 'Choose Not To Use Archive Warnings', 'Graphic Depictions Of Violence', 'Major Character Death', 'No Archive Warnings Apply', 'Rape/Non-Con', and 'Underage'; 'Fandoms*' with a text input field; and 'Work Title*' with a text input field. A note below the fandoms field says 'If this is the first work for a fandom, it may not show up in the fandoms page for a day or two.' The bottom right corner shows '255 characters left'.

Figur 14

historien, i det at de kan være mere specifikke i deres søgning. Et værk skal dog tilhøre en specifik fandom, det skal uploades til hjemmesiden.

En skaber har også en mulighed for at kunne importere et værk fra en anden side, hvis de har lagt den op andet steds først.

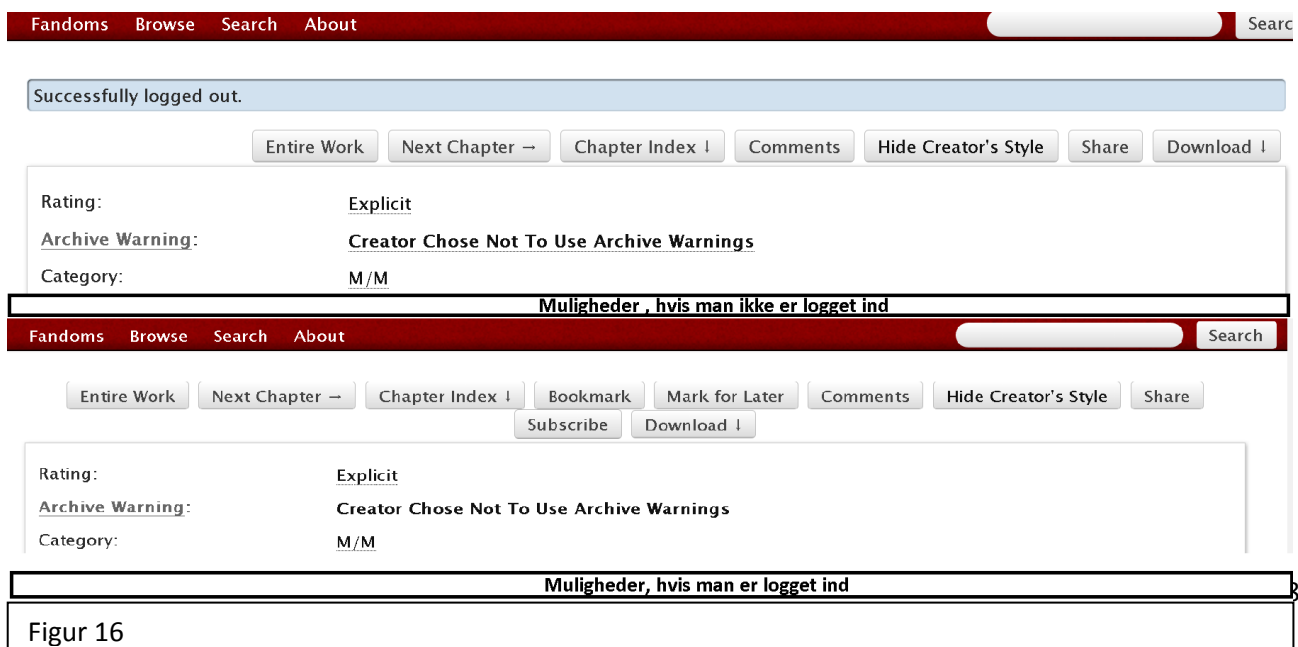
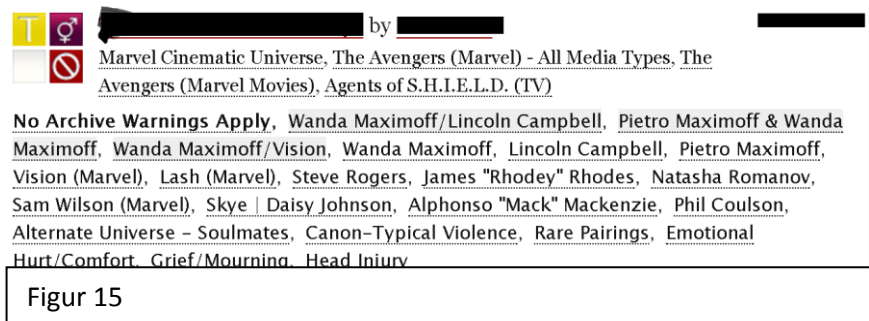
Efter at en skaber har uploadet et værk til AO3, vil de være i stand til at se statikker der viser, hvor mange der har læst historien, hvor mange der har efterladt et kudos og hvor mange der har bogmærket historien.

Muligheder for en læser af en fanfiktion

Processen for at læse en fanfiktion på AO3, hvis man aldrig har brugt siden før og ikke bruger søgefunktionen er følgende.

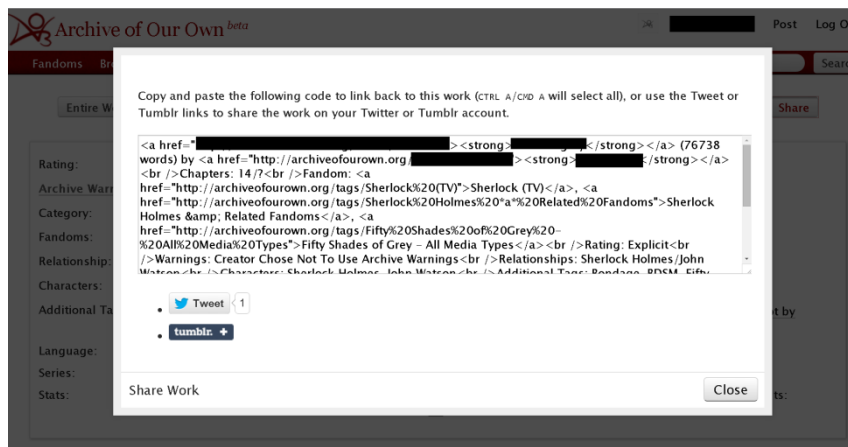
- Klik på knappen ”All fandoms” for at komme til oversigten og alle fandoms
- Finde den specifikke fandom, man vil læse om fra oversigten
- Klikke ind på den specifikke fandom
- Vælg den specifikke historie man gerne vil læse

Siden der kan være mange fanfiktion tekster i henhold til en specifik fandom er der et sæt meget robuste søgefunktioner der gør det nemmere at finde den specifikke type fanfiktion, som man gerne vil finde.



Ved siden af hvert værk, vil der være en lille rubrik der viser, det specifikke værks Rating, Pairing of Archive Warning og om værket er færdigt eller igangværende. Se figur 16 Som en læser er man også i stand til at efterlade Kudos og efterlade en kommentar på historien, Selvom, man ikke er logget ind. Hvis man også er logget på hjemmesiden, er man også i stand til at markere det specifikke værk til senere brug og man kan ”Bookmarke” historien således at man kan fortsætte med at læse senere hen. En anden mulighed man har, hvis man er logget ind som bruger, er at man kan abonnere på en skaber, dette betyder at man bliver opdateret når en skaber opdaterer et værk. Se figur 16

Som læser har man også mulighed for at dele et værk med andre, via Twitter eller Tumblr, hvilket laver



Figur 17

en reference til det specifikke værk på andre platforme, som andre kan bruge til at komme hen til værket. Se figur 17

Udover dette har man mange søgemuligheder for som læser for at kunne søge rundt i de forskellige fandoms, ofte er søgefunktionen specialiseret i forhold til den specifikke fandom. Dette betyder dog at, hvis man ikke er inde i en specifik fandom, vil nogle af søgeordene være svære at gennemskue. Hvis man søger på eksempelvis Sherlock fandomen, vil man blive mødt med en forskellige specifikke søgeord, som ikke vil give mening, med mindre at man er inde i den specifikke fandom. Se figur 18

Dette er generelt for hele søgefunktionen og de tags som der bliver sat på de forskellige værker. Ord såsom ”Slash” eller ”AU” er termer, som virker som ren volapyk for en bruger, som ikke er indforstået



Figur 18

med fanfiktion termer. Udover dette er søgefunktionen, som regel, specificeret til den individuelle fandom, hvilket betyder at, hvis man ikke er inde i materialet, vil man som udefra komne være uforstående overfor de specifikke tags eller pairings der dukker op ved et værk.

Hvis man til gengæld forstår sig på Fanfiktion termer og er inde i den specifikke fandom, vil søgefunktionen være ganske effektiv og ofte kan man blive meget specifik i sin søgning, hvis man ved, hvad man leder efter.

AO3 siger også selv at siden er skab af fans til fans. *"The AO3 is built on open-source archiving software designed and built by and for fans. (...)The OTW is a nonprofit organization established by fans to serve the interests of fans by providing access to and preserving the history of fanworks and fan culture in its myriad forms."* (Archive of Our Own. 2009.)

Denne fokus på fans som hovedgruppen giver en forklaring på, hvorfor at nogle af termerne som der bliver brugt I eksempelvis søgefunktionen er indforstået.

Det er et åbent miljø og en let navigerbar hjemmeside, men det kræver at man sætter sig ind i de specifikke termer, som der eksisterer indenfor fanfiktion, før at man kan bruge de mere avancerede søgefunktioner.

I forhold til Copyright har AO3 dette at sige:

" Copyright is intended to protect the creator's right to profit from her work for a period of time to encourage creative endeavor and the widespread sharing of knowledge. But this does not preclude the right of others to respond to the original work, either with critical commentary, parody, or, we believe, transformative works." (Organisation for Transformative Works. 2015. FAQ – Legal)

Da AO3 er en del af OTW er de også underlagt de samme overbevisninger. Det er dog stadigvæk muligt for en rettighedsholder at få et værk fjernet, hvis de føler at der er en krænkelse af ophavsrettigheder og AO3, vil også samarbejde med rettighedshaveren, hvis dette er tilfælde, men de er stærke fortalere for at Transformative works, så som fanfiktion er beskyttet under Fair Use. (Organisation for Transformative Works. 2015. FAQ – Legal)

Der er nu blevet gennemgået platformensfunktionaliteter I forhold til AO3, ligesom med Youtube vil der være to skemaer, en for forfattere, altså afsendere og en for læsere, altså modtageren

Afsender	AO3
Engagement	Det kræver registrering at være i stand til at uploade et værk til AO3,
Deling	Alle værker skal indeles efter fandom, aldersgrænse og indhold, udover dette er der mulighed for at tilføje extra tags der er med til at gøre det nemmere at finde værket I en søgning.
Hjælp	For forfatteren er det muligt at gå ind og rette på ens historie eller kun uploade et kapitel af en historie i stedet for at uploade hele historien på en gang, på denne måde kan man tage den feedback eller foreslag, som brugerne kan komme med for at kunne implementerer dette i det næste kapitel, det er dog også muligt at gå tilbage og rette et tidligere kapitel baseret på feedback.
Bidrag	Udover at afsender kan oprette en ny fanfiktion, har de også mulighed til at give kommentar til kommentarer som der er blevet givet til deres historie
Forbindelse	Platformen har ikke nogen interne besked system, brugere kan dog snakke med hinanden via kommentarerne på deres værker.

Modtager	AO3
Engagement	Det kræver ikke registrering at læse eller søge efter værker, give Kudos til et værk, dele et værk eller downloade dette eller kommenterer på et værk, medmindre at uploaderen har valgt at slå denne funktion fra. Det kræver registrering at være i stand til bogmærke et værk til senere læsning, abonnere på en specifik skaber og lægge en kommentar, hvis uploaderen har slået anonyme kommentarer fra.
Deling	Modtageren har mange søgemuligheder, hvilket gør det muligt at søge efter specifikt indhold I historier eller specifikke pairings eller settings.
Hjælp	Det er muligt at give kommentarer til historier, hvor modtageren kan give kommentarer og råd til afsender, for at kunne forbedre deres historie.
Bidrag	En ikke registreret bruger har meget at kunne bidrage med i det at de er i stand til både at give kudos, men også give en anonym kommentar, hvis de har lyst til dette. Registerede brugere har også også mulighden for at abonnere på deres favorite forfattere. Der er altså mange forskellige lag a bidrag og enhver handling har et bidrag til en historie, om det er et hit eller en kudos.
Forbindelse	Platformen har ikke nogen interne besked system, brugere kan dog snakke med hinanden via kommentarene på deres værker.

De to platforme er nu blevet gennemgået, både i forhold til deres funktionalitet, men også i forhold til Participatory Culture, i næste afsnit vil der blive gået igennem de to platforme, for at finde ligheder og forskelle og hvad disse betyder.

Analyse af Materiale

Engagement

I forhold til engagement er begge platforme meget ens, som en ikke registreret bruger har man som besøgende mulighed for at kunne gå ind på hver platform se værker som andre har uploadet.

AO3 er interessant på dette plan, hvor man som ikke registreret bruger, stadigvæk har mulighed for at kunne komme med både kommentarer men også Kudos, hvis man vil. Dette er ikke gældende på Youtube da man skal være have en konto og være logget ind for at bedømme videoer eller efterlade en kommentar.

Begge platforme kræver dog at man er registreret, hvis man ønsker at uploade et værk til sin respektive platform.

Begge platforme har også en meget lav tærskel for at kunne komme i gang med at uploade, i det at det kræver at man har en konto, uden at man får en specifik tilladelse eller at man betaler for at kunne bruge disse.

I forhold til definitionen af en Participatory Culture.

” *With relatively low barriers to artistic expression and civic engagement*” (Jenkins et al 2005 p. 7) Må det siges at begge platforme, har en meget lav tærskel, det kræver ikke meget at komme ind på Youtube og komme igang med at se videoer, ligeledes er det nemt at komme ind på AO3 og finde en fanfiction, men i forhold til Youtube, kræver det kendskab indenfor fanfiction termer at kunne finde nøjagtigt, det man leder efter. På Youtube er det eneste der kræves at man søger efter det man gerne vil finde i søgefeltet.

Deling

Begge platforme lægger op til at man nemt kan dele sit værk med andre. Dog er der stor forskel på, hvordan de gør dette. Ved Youtubes indlejnings teknik er det muligt at vise videoen frem til andre på andre hjemmesider, hvorved at AO3 viser et link tilbage til platformen. I forhold til at søge indenfor platformen, har begge platforme meget robuste søgefunktioner, begge gør brug af eksempelvis tagging. AO3 har dog væsentligt flere søge muligheder, der er mulig gjort ved deres Fandoms opdeling. Det er muligt på AO3 at markere ens historie på meget specifikke måder og siden at hvert værk, skal være tildelt en fandom, betyder det også at det bliver nemmere, både at tage og at kategorisere værket I forhold til Youtube, som kun giver mulighed for at sætte tags op, uden at have den samme dybde som AO3 giver.

I forhold til definitionen

“With strong support for creating and sharing one’s creations with others” (Jenkins et al 2005 p.7)

Har begge platforme en stærk grund til at skabe og dele ens kreation med andre. Begge platforme giver mulighed for at nå et stort publikum, men ting såsom bedømmelser og kommentarer er begge med til at øge interessen for at dele med andre, udover dette er det også nemt og hurtigt at lægge værker på hver deres platform.

Hjælp

I forhold til at få feedback og hjælp har begge platforme en guide som nye skabere kan gå igennem for at få et overblik over, hvordan platformen fungerer. Dog er der ikke et indbygget system der giver hjælp til at gøre en bedre. Denne form for feedback kommer som regel igennem kommentarerne.

Der er til gengæld stor forskel på de to platforme når det gælder muligheder for at bruge feedback for at gøre et værk bedre. AO3 giver mulighed for at en historie bliver uploadet i form af kapitler løbende og en skaber er i stand til at gå igennem tidligere udgivet kapitler og rette dem igennem eller tilføje mere tekst til dem.

På Youtube er dette ikke muligt. Når en video er uploadet er det ikke muligt at tilføje flere billeder eller minutter til den. Dette betyder at man er nødt til at fjerne videoen, for dernæst at lægge den op igen for at kunne tilføje eventuelle rettelser, hvilket gør det besværligt, men muligt at tage i mod feedback og rette materialet til baseret på dette.

I forhold til definitionen

“With some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices” (Jenkins et al 2005 p. 7)

Grundet AO3s redigeringsmuligheder er der en større sandsynlighed for at dette er tilfældet, på AO3 fremfor Youtube.

Bidrag

Begge platforme har grader af bidrag som man kan komme med, udover at være en skaber. På begge platforme er det muligt at kunne se videoen eller læse en fanfiktion og dele den med sine venner, selvom at man ikke aktivt gør noget selv vil det at man ser eller læse fanværket skabe en positiv effekt hos dem der har lagt videoen op da deres viewcounter steg., ligeledes kan man

bedømme videoen eller efterlade en kommentar, som skaberen kan læse bagefter, udover dette kan man også abonnere på skaberen, således at man bliver opdateret når de ligger nyt materiale op.

Youtube har dog et negativt bidrag i form af 'dislike' knappen, selvom dette er en negativ handling er det stadigvæk et bidrag der betyder noget.

Der er dog en stor forskel mellem AO3 og Youtube, hvilket er at en besøgende på AO3 stadigvæk kan give kudos eller efterlade en kommentar, selvom de ikke har en profile på siden, på youtube er det påkrævet at man er logget ind på sin bruger for at kunne gøre en af disse ting. Ved at man giver mulighed for ikke registrerede at give kudos og kommentarer er det også med til at gøre det nemmere at engagere sig med hinanden og det giver interaktionsmuligheder til helt nye medlemmer eller personer der gerne vil være en del af fællesskabet, men ikke har lavet en konto.

I forhold til definitionen

"Where members believe that their contributions matter" (Jenkins et al 2005 p. 7)

Som skaber og som bruger har begge platforme en funktionaliteter, således at brugers bidrag kommer til at have en eller anden form for indflydelse, ved at man "Liker" en video på youtube, bliver den video sat højere op i søge-herakiet. Ved at man giver Kudos på AO3 kan andre se at der var personer der kunne lide det specifikke værk. På den anden side giver fandoms en fast gruppe mennesker, med de samme interesser som en selv en et indbygget publikum, som kan gøre det nemmere for personer at komme med bidrag. Dette er mere set på AO3 end på Youtube på grund af Youtubes meget brede brugsbase, kontra AO3s mere snævre brugsgruppe.

Forbindelse

Begge platforme har indbygget funktioner der viser om brugere synes om et givent værk. På Youtube er det via "Like" knappen og "Dislike" knappen, der giver mulighed for at sige om videoen var god eller dårlig, hvilket kan være med til at gøre en video nemmere at finde. På AO3 er kudos systemet meget lignede Youtubes system, med den forskel at der ikke er en "Dislike" knap, enten giver man kudos eller også giver man ingenting.

Udover dette giver kommentar sporet også en mulighed for brugere at vise deres begejstring eller frustration omkring en video eller fanfiction. På denne måde er der indbyggede mekanismer i selve platformen for at man som skaber kan se folks reaktion til deres værk.

En anden måde dette også kommer til udtryk på er via abonneringsknappen på både AO3 og Youtube, ved at en person abonnere har de vist at de er interesseret i at se mere materiale fra skaberen. Udover dette kan brugere på Youtube skrive interne beskeder til hinanden, i det at Youtube er en del af google, hvilket betyder at brugere på youtube også har en google+ konto, som de kan bruge til at snakke med hinanden igennem. AO3 er mere lukket på det plan, fandoms skaber en forbindelse i det at det giver et fast grundlag for brugerne at samle sig omkring, navnlig fandomen i sig selv.

I forhold til definitionen

"Where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created)." (Jenkins et al 2005 p. 7)

Er begge platforme i høj grad med til at opfordre en sådan attitude, både youtube og AO3 viser, informationer som andre kan se, således at de via tal, kan se om en video er historie er god eller dårlig. På denne måde skabes der en form for hierarki, hvor de bedste ting vil komme op af, hvorved dårlig kreationer ikke får den samme opmærksomhed. AO3 er et åbent forum, der er ingen muligheder for at give et anonymt dislike, eksempelvis, hvis man vil sige noget negativt omkring et værk er man nødt til at skrive det i en kommentar.

Overordnet

Begge platforme er i høj grad Participatory Culture, i forhold til definitionen, men hvor Youtube er designet til at alle mennesker kan bruge og forstå den hurtigt er AO3 designet meget mere specifikt, den er lavet til fanfiktion skribenter og det kræver at man forstår sig på fanfiktion termer, hvis man skal være i stand til at navigere den ordentligt. Dette kan ses i nogle af de funktionaliteter som platformene har. Youtube har en stor brugerbase og dermed at søgefunktionerne ikke så specifikke som AO3's er. Udover dette er AO3 meget mere opdelt på grund af deres Fandoms.

Begge platforme lægger op til Participatory Cultures, men grundet dens brede publikum er Youtube en meget mere general platform. AO3 er benhårdt fokuseret på fans og fanfiktion og dette kan ses på den måde, hvorved at deres søgefunktioner er så specifikke som de er og de termer som de bruger, kræver en vis forståelse fra brugeren.

Delkonklusion

I forhold til problemformuleringen har analysen vist at der er mange ligheder mellem de forskellige platforme, men der er hersker også store forskelle mellem de to.

Dette viser dog også at Youtube ikke er en fan platform på samme måde som AO3 er det, men det er stadig nemt, for skabere, at udgive materiale på platformen, udover dette viser dens mulighed for indlejring af videoer på masser af forskellige platforme dens versatilitet i forhold til at udgive fanvideo.

Undersøgelsen viste også forskellen mellem en platform der var designet til en relativt snæver brugsbase, kontra en stor brugsbase.

Undersøgelsen viste også, hvor svært det var at få rettet allerede udgivet materiale på Youtube, I forhold til AO3, det kan dog være fordi at det er video og ikke tekst, men Youtube giver stadigvæk ikke nogen mulighed for at ændre eller opdatere en video, hvis den først er lagt op, medmindre at man fjerner videoen og uploader den til platformen, én gang til.

Analysen viser også at AO3 er meget transparent i forhold til at give kudos eller give en kommentar, der er ingen mulighed for at kunne sende private beskeder eller gøre noget, som ikke alle er i stand til at se. Denne transparens er i stor kontrast til youtube, hvor det ikke er muligt for brugere eller video uploadere at se, hvem har liket eller disliket en video. Udover dette har youtube også en private besked funktion, hvor brugere kan komme i kontakt med hinanden uden at andre kan se dette. Denne transparens mellem brugerne betyder at der er et stort ansvar hos en individuel bruger, i det at, hvis de er stærkt utilfredse med en historie eller forfatter er de nødt til at vise deres utilfredshed i et offentligt forum.

I forhold til Participatory Culture har begge platforme vist sig at de, via platform funktionaliteterne, prøver at skabe en stemning ala Participatory Culture. Der er dog nogle store forskelle, eksempelvis i det at AO3 skabe communities ved deres fandoms, hvorved at Youtube ikke har den samme mulighed, da deres brugsbasis er væsentligt større og de ikke kan tale til en ligeså snæver base som AO3 kan.

Næste afsnit vil fokusere på at se på at sammenholde kommentarerne i forhold til Participatory Culture og platform analysen for at kunne se på, hvordan brugernes kommentarer, kommer til at se ud i forhold til de muligheder som platformen lægger op til som fundet frem til via platformsanalysen.

Kommentar analyse.

Kommentar analysen kommer til at bestå af observationer der er blevet gjort i forhold til kommentarerne, hvilket dernæst prøves at forklares ved hjælp af platformsanalysen.

Kommentarerne til fanvideoerne, var overvejende positive, der var ikke nogen der var negative. Selv de kommentarer, hvor modtageren havde nogle små ting at klage over var positiv. Eksempelvis kommentar FV2 15

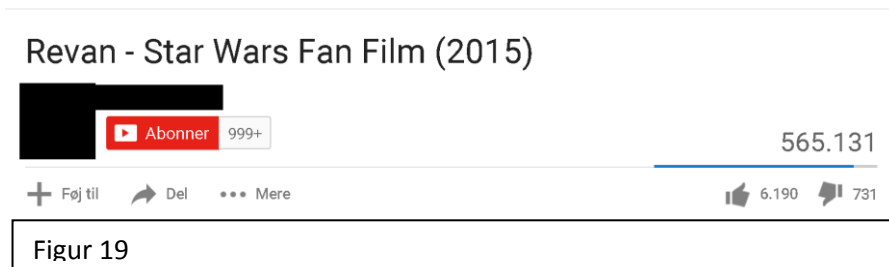
” I really enjoyed that and was left wanting more after it was done.(...) If I had one complaint, it would be that 5:31 to 6:31 felt unnecessary. The whole sequence there with him seeing the AT-AT and wandering through the arctic wasteland kind of felt like they were just repeating the scenes from the first part of the film. It was also incredibly unbelievable to me that she would still be alive after spending a night exposed to the elements of Hoth while having been shot twice and already clearly suffering from the cold. If you jump straight from 5:31 to 6:31 it flows a lot better to me. Despite that, I'm really looking forward to more and again: great job!” Se figur 27.

Og kommentar FV2 9

"I need more! It was great man, only thing is that the empire didn't have female stormtroopers almost at all, and the at-at looks a bit clunky, but for a fan film it looked great! Excellent job! :)" Se figur 27.

Selvom at der er noget kritik i kommentaren er den stadigvæk positiv. En forklaring på, hvorfor at der næsten ikke er nogen negative kommentarer, kan være at brugere ikke ville skrive en negativ kommentar, men i stedet et give et dislike til videoen, hvilket er anonymt. Specielt FV1, har en del

dislikes i forhold til likes. Se figur 19



Kommentarerne til fanfiktionerne var også hovedsageligt positive. Nogle af kommentarerne er også meget entusiastiske overfor historien, som kommentar FF2 1 viser:

"Oh my goodness, you are the fucking bomb. I LOVE this. PLEASE keep writing these two! You do such an amazing job with them!! Your prose is gorgeous, absolutely beautiful, and I adore it. I'll read anything you write. I'm your biggest fan. Thank you for this. You're doing the lords work." Se figur 22. Denne kommentar er ikke noget som er unormalt at se, igennem kommentarerne, mange af kommentarerne på fanfiktionerne har den samme form for entusiasme.

Ved at se på de indsamlede Kommentarer blev der lagt mærke til at kommentarerne, specielt de positive kommentarer til fanfilmene var kortere end kommentarerne til fanfiktionerne. Kommentar FV1 2 illustrerer denne pointe *"Nice Job, Loved it!"* se figur 22. eller kommentar FV3 11 *"Congrats guys Looks great!"* se figur 30 Der bliver ikke gået i dyben med, hvorfor at modtageren syntes at historien var god, udover at de syntes at fanvideoen var god.

Kommentarerne på fanfiktionerne var, oftest, længere og gik i dyben med, hvad det var som de kunne lide. Kommentar FF3 1 siger det på denne måde:

"I was so excited to read this when I saw the notification message come in, and I was not disappointed! You take a really unique approach to the Bastila-and-Revan interaction, and your Revan here, by turns snarky, crude, still a Sith, and so on, was absolutely pitch-perfect. This feels like a story with heft -- you definitely get the idea of what Bastila is going through as she tries to do

the right thing, but Revan is really fighting her all the way. Suddenly the way things are implied to go in the game (Revan getting dragged off to a convenient escape pod, etc) seems like a cop-out! I'm excited to see where the second and third parts of this will be going -- with Revan as alive as he is now, the act of implanting a false identity gets more dubious." Se figur 24

Kommentar FF2 4 siger det således:

"This is a beautiful little jewel of a fic. So much character packed in here, so much intimacy, even though each character is barely participating in each other's "alone time." The very weight of their presence is enough to drive them into these feelings they otherwise wouldn't have, and that's wonderful. I'm going to be greedy and hope you'll consider a sequel, or at least more Reylo fic!" Se figur 22

Denne form for dybe forklaring af, hvorfor at modtageren syntes at produktet var godt, er ikke at finde på kommentarer på youtube.

I kommentarerne til fanfiktionerne var der også eksempler på, hvor folk prøvede at give konstruktiv kritik til forfatteren. Kommentar siger eksemplevis FF3 9 *"(...) That being said, you should consider finding an editor. Spelling and punctuation aside (and there are numerous issues with those areas), there's a... flow... that's missing. Scenes that jump around and confuse me. When do certain scenes end? If this were FFnet, I'd suggest a Beta Reader... not sure what the AO3 equivalent is. Overall? An excellent and cerebral read. Well done."* Se figur 25. Her prøver kommentatoren at give konstruktiv feedback til forfatteren, som forfatteren kan bruge til at forbedre sin tekst i det næste kapitel. Samt et råd, fra en forfatter til en anden.

Kommentar FF3 11 kommer også med lignende feedback: *"(...) That said, I do have to gently concur with the other comments that you consider shorter chapters? I loved this one, but a 66k words is a novel in and of itself, not just a chapter. I understand your POV shifts and lack of scene markers is intended to contribute to the confusing, disorienting atmosphere, but combined with the length, it makes it difficult to keep track of what's going on. (Also, how long have they been in that pod? Surely someone would have found them by now?)"* se figur 25 Begge eksempler viser modtagere der prøver at give konstruktiv feedback baseret på deres kognitive reception af materialet. De kunne lide materialet, men de kan også se, hvor forfatteren kunne forbedre sig.

På Youtube er der ingen kommentarer, hvor der er nogen der kommer med konstruktiv feedback. Den tætteste kommentar der kommer til dette er FV2 15:

”(...) If I had one complaint, it would be that 5:31 to 6:31 felt unnecessary. The whole sequence there with him seeing the AT-AT and wandering through the arctic wasteland kind of felt like they were just repeating the scenes from the first part of the film. It was also incredibly unbelievable to me that she would still be alive after spending a night exposed to the elements of Hoth while having been shot twice and already clearly suffering from the cold. If you jump straight from 5:31 to 6:31 it flows a lot better to me.(...)” se figur 29.

I kommentarerne til fanfiktionerne, blev der også lagt mærke til at der var anonyme brugere der kommenterede på historierne. Kommentar FF2 6 *”Augh, this was awesome..haunting even. I want Reylo to be a hatefilled, dubcon thing, but this was angsty and sorrowful and sweet. It makes me imagine the two of them to be very lonely people who, in a different universe, could have been good friends. Now to see if they're related, like many people think.”* og kommentar FF2 8 *”Amazing!!! You gave so much depth to our beloved Reylo. Keep going, please!! Cheers from Brazil :)”* Se figur23 Er begge skrevet af anonyme brugere, som læste historien uden at være logget ind.

I kommentarerne til fanfiktionerne, blev det bemærket af afsender ofte gav svar tilbage på kommentarer som de havde fået. Kommentar FF1 2, *”Oh, you are precious <3. Sorry I didn't respond to your previous review (seriously, it was awesome, thanks for that!), but I was putting the final edits on this when it came through. So instead of two replies, you get a reply and some new content. Your comment is lovely, thanks so much for taking the time to read and letting me know you enjoyed it.”* Se figur x FF3 8 *” (...)glad you liked the story so much. Not sure why the story doesn't have more comments, but I think there are less fans of male Revan compared to female Revan? That, and it's long, and I've heard people with reservations over how dark Revan is presented here. But thanks again for reviewing. I'm getting close to finishing the next chapter, and the final one after that is about close to completion too.”* Se figur 22 Er to eksempler på kommentarer der er givet fra forfatteren, enten for at sige tak eller for at forklare et eller andet til kommentatoren.

Ved at have set på kommentarene er der altså fundet frem til de følgende observationer og forskelle mellem de to platforme.

Youtube	AO3
<ul style="list-style-type: none"> - Kommentarerne var overvejende positive. - Positive kommentarer var relativt korte. - Dislike knappen gav en mulighed for at give en anonym negativ kommentar. - Kommentarer var kritiske, men ikke nødvendigvis konstruktive. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kommentarerne var overvejende positive - Modtagerne havde længere forklaring af, hvad de syntes om. - Modtagerne gav konstruktiv feedback til forfatteren. - Afsender havde en tendens til at svare tilbage på kommentarer. - Anonyme brugere kommenterer på fanfiktionen.

Disse observationer vil nu blive holdt op imod platformsanalysen, for at kunne skabe en forståelse af, hvorfor disse ting blev observeret.

En mulig forklaring på at kommentarerne var overvejende positive, på Youtube. For det første er der mulighed for at give anonym negativ feedback i forhold til dislike knappen, hvilket kan overflødiggøre behovet for at skrive en negativ kommentar. Afsender har mulighed for at fjerne uønskede video kommentarer. Det kan meget vel være at der var kommet negative kommentarer, som Afsender ikke tillod at komme op på kommentarsporet. Der er ingen eksempler i kommentarerne, hvor at der bliver givet negativ anonym feedback på AO3, men i teorien kan man gøre det, ved at give en anonym kommentar til et værk, det kræver dog stadigvæk at der blev skrevet en kommentar, som er offentlig.

En forklaring til hvorfor at kommentarer var kortere på Youtube end på AO3 kan findes i søgefunktionen. Som nævnt før har AO3 en meget avanceret søgefunktion, hvilket kan hjælpe en læser til at finde, præcist den historie som de leder efter. Dette kan betyde at den implicite modtager hos afsender, potentielt også er den faktiske modtager. På Youtube er det omvendt også sandt. Fordi at det er så nemt at søge på forskellige videoer, og det er nemt at komme til en ny video

kan det være at de faktiske modtagere, som ser fanvideoen ikke var dem der var den implicitte modtager.

Som platformsanalysen pointerede er det muligt at uploade en fanfiktion i kapitler på AO3, derudover er det også muligt at kunne gå tilbage og redigerer i allerede udgivende kapitler. Hvilket kan være en forklaring på, hvorfor at der bliver den form for konstruktiv kritik som der gives i kommentarerne. Det kan teoretiseres at det er på grund af de muligheder, som modtager ved at afsender har at der bliver givet en sådan feedback, hvilket også vil give mening i forhold til participatory culture, i forhold til at ældre medlemmer a kulturen giver råd til nyere medlemmer.

På Youtube kan den samme form for feedback ikke bruges til særlig meget af afsenderen og når feedback af den slags bliver sagt, som det blev gjort i kommentar FV2 15. Virker det ikke ligeså hjælpsomt, som det gør på AO3, netop fordi at Afsenderen ikke har nogen mulighed til at rette sit materiale igennem, på samme måde som han har mulighed for det på AO3.

I forhold til observationen af forfatteren på AO3 hyppigt gav svar på kommentarer kan være en konsekvens af at der er meget få muligheder for forbindelse på AO3. Kommentarer til historier er den eneste måde, hvorpå at personer kan kommunikere med hinanden på. På Youtube kan afsender sende private beskeder til modtager og vice versa og de kan også tale med andre personer som er en del af deres Google netværk, hvilket kan være forklaringen på, hvorfor at der er færre instanser, hvor afsender på Youtube, giver svar på kommentarer. Specielt kommentar FF1 2 er indikativt på at al kommunikation foregår offentligt, det er her tydeligt at forfatteren kender kommentatoren og taler til vedkomne ligeledes.

En stor forskel på AO3 og Youtube var det faktum at der dukkede anonyme kommentarer op. Det er noget som kun er muligt på AO3. Anonyme kommentarer er skrevet af folk som ikke er logget ind på platformen. Denne mulighed er ikke tilstede på Youtube da det kræver at en bruger er logget ind før de kan gøre andet end at se en video.

Platformsfunktionalitets analysen er nu blevet hevet over, som forklaring til, hvorfor at nogle af disse observationer var som de var. Dette efterlader det sidste spørgsmål

”Hvad er forskellen mellem AO3 og Youtube i forhold til receptionen af fanværker?”

Opsummering af kommentar analyse og platformsfunktionalitetsanalyse.

For at opsummere kan det siges at det at lægge en fanfiktion op på AO3 og de tilhørende kommentarer er en iterativ process, i det at kommentatorne kan være med til at forbedre forfatterens skrive kundskaber, hvilket kan udmønte sig i et senere kapitel får en bedre kvalitet. Relationen mellem kommentatorer og forfattere på AO3 er en dialog, hvor forfatteren får feedback, som de kan bruge til at gøre deres fanfiktion bedre. Udover dette kan det argumenteres at muligheden for at ikke-registrerede brugere kan give kommentarer og kudos, hvis forfatteren tillader dette, gør at der kommer en meget inkluderende attitude på AO3.

Udover dette viste det sig også at kommentarer på AO3, ofte gik mere dybden med at forklare, hvorfor de syntes at et værk var godt. Der var en forklaring af kognitive og emotionelle aspekter, som de bed mærke i værket. Youtube kommentarene havde ikke den samme dybde, der var kortere kommentarer der sagde at en ting var god, men ikke en forklaring af, hvorfor at fanvideoen var dette.

Dette kan også ses på at fanfiktioner, sjældent bliver færdige den dag de bliver lagt op, men kan tage flere måneder eller år, før de er færdige. Omvendt set er der ikke samme mulighed for denne form for dialog da en fanvideo, der bliver lagt op på Youtube er det færdige produkt. Den samme iterative process, som der kan opstå på AO3 kan simpelthen ikke eksistere, grundet den måde som videoer bliver lagt op på Youtube. Fanvideoer er en process der tager lang tid og det er først når projektet er færdigt at det kan blive set I sin helhed. En fanfiktion derimod har fordel af at de kan blive skabt i meget mindre dele, således at forfatteren kan få feedback, på enten sin måde at skrive på eller sin portrættering af figurer, som de kan bruge til at forbedre historien i det næste kapitel eller del som de lægger op. Udover dette kan det argumenteres at den høje transparens, i form af at der ikke er nogen form for privat kommunikation på AO3, medvirker til at kommentarer på AO3 er mere positive, da brugeren skal stå til ansvar for de ting, som de siger. I forhold til Youtube, hvor en bruger kan trykke på dislike knappen, uden at dette har en konsekvens for dem. På AO3 skal man skrive sin kritik, således at alle kan se den, hvilket kan være grunden til at kommentar kulturen på AO3, er mere positiv i det analyserede materiale.

Konklusion

Der er igennem analysen fundet ud af at, der er mange ligheder i forhold til receptionen af fanværker på henholdsvis Youtube og AO3. Kommentarer indsamlede fra begge platforme har vist at der generelt er positive kommentarer tilstede, når et nyt værk bliver lagt op. Dog har brugere på Youtube muligheden for at give anonym kritik i form af en dislike knap. Udover dette blev der fundet frem til at kommentarer på Archive of our own havde en tendens til at gå mere i dybden med, hvorfor de syntes at et værk var godt, og fremhævede de ting, som de personligt godt kunne lide. Igennem kommentarerne blev det også fundet ud af at, der var visse kommentatorer der gav konstruktiv kritik og gode råd til forfattere på Archive of our own, dette skete ikke på youtube.

I form at platformsanalysen blev det fundet frem til at AO3 lagde op til en mere åben og transparent atmosfære, i det at man ikke behøvede at være logget ind for at kunne kommentere eller give kudos, hvilket betød at en udefra komne, hurtigt kunne deltage, hvis de ønskede dette. Udover dette kunne den åbne og transparente politik, som der kunne observeres igennem platformsanalysen være en forklaring på, hvorfor at der var så positive kommentarer på AO3.

Det blev fundet frem til at receptionen på AO3 havde meget til fælles med en iterativ arbejdsprocess, forstået på den måde at Afsender og Modtager deltog i dialog med hinanden for at kunne forbedre fanfiktionen igennem de næste kapitler, som forfatteren lagde op. Youtube står i kontrast til dette og der kan ikke være den samme form for iterative process, fordi der ikke er mulighed for at kunne lægge en video op lidt af gangen, derfor bliver kommentarene mere normative, uden at de kan give den samme form for konstruktive kritik. Det er denne sidste pointe som er den mest fundamentale forskel, mellem receptionen af fanværker på AO3 og Youtube.

Perspektivering

Undersøgelsen så kun på to forskellige platforme med hinanden, men der findes flere medieplatforme der også har brug for at blive undersøgt på samme måde som Youtube og AO3. Fanværker og fandom findes på mange forskellige platforme.

To platforme der vil være interessante i denne sammenhæng vil være platformen tumblr, platform der er designet omkring microblogging. Tumblr især har stor indflydelse for fandom i det at der er mange fangrupper der bruger denne som et samlingspunkt, for at kunne diskutere, dele og holde sig opdateret i forhold til deres fandom.

Den anden platform er Imgur, en billede delings platform, der blev startet i 2009. Denne platform er en af de mest brugte billede delings platforme der ved sidste optælling havde omkring 150 million registrerede brugere (*Paul Sawers. 2015*) og 1.5 millioner billeder uploadet hver dag, (*Tom Cheredar. 2014.*) gør imgur til en af de største billede delings hjemmeside der findes på nettet. Dette gør det interessant at se på, hvordan platformen opfordre til Participatory culture og hvilke muligheder skabere og brugere har for interaktion med hinanden.

Ved at have en basal forståelse for, hvordan at de forskellige platforme er i forhold til fandom og det er lave videoer, er det muligt at gå endnu dybere ned og se på de individuelle aspekter af dette, eksempelvis kunne man se på motivationen til at lave fanvideoer kontra fanfiktion, specielt med de risici, som eksempelvis Content-Id på Youtube.

Et andet punkt der kunne være interessant at se på, ville være, hvordan fanvideoer og fanfiktion skildre den samme historie. Det kunne være interessant at se på, hvordan de to medier og fan-communities på tværs at platformene interagerede med hinanden i forhold til den samme historie, hvilket også kunne være med til at fastlægge forskellene mellem fanvideo fandoms og fanfiction fandoms, hvis der findes nogle forskelle.

Litteraturliste.

Ambercrombie, N Longhurst, B (1998.) Audiences. 1st ed. London: Sage Publications.

Archive of Our Own. 2009. About the Archive. [ONLINE] Available at:

http://archiveofourown.org/faq/about-the-archive?language_id=en#whatisao3. [Accessed 18 October 15].

Archive of our own. 2009. Archive FAQ > Kudos. [ONLINE] Available at:

http://archiveofourown.org/faq/kudos?language_id=en#whatiskudos. [Accessed 18 October 15].

Archive of Our Own. 2009. Archive FAQ > Tutorial: Posting a Work on AO3. [ONLINE] Available at:

http://archiveofourown.org/faq/tutorial-posting-a-work-on-ao3?language_id=en#pwtrelationships. [Accessed 18 October 15].

Archive of Our Own. 2009. Terms of Service. [ONLINE] Available at:

<http://archiveofourown.org/tos#IV.K..> [Accessed 18 October 15].

Archive of Our Own. 2014. AO3 stats. [ONLINE] Available at:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1c7AoZ0FpIjP5s_Jn9K4gqatLFM2YeadYIJbL6mKnj4o/edit. [Accessed 18 October 15].

Archive of our own. 2014. Revanche. [ONLINE] Available at:

https://archiveofourown.org/works/2245791?show_comments=true&view_full_work=true#comments. [Accessed 20 January 16].

Archive of our own. 2015. Interstellar Transmissions. [ONLINE] Available at:

<http://archiveofourown.org/works/5496170/chapters/12697478>. [Accessed 20 January 16].

Archive of our own. 2016. to the sky without wings. Chapter 1 [ONLINE] Available at:

<http://archiveofourown.org/works/5609887/chapters/12925093>. [Accessed 20 January 16].

Booth, P. (2015). Game Play: Paratextuality in Contemporary Board Games. Bloomsbury Publishing USA.

Booth, P. (2015). Playing Fans: Negotiating Fandom and Media in the Digital Age. University of Iowa Press.

Burgess, Green, Jean, Joshua, 2009. Youtube Digital Media and Society series. 1st ed. Cambridge: Polity Press.

Busse, K., & Hellekson, K. (2006). Fan Fiction and Fan Communities in the age of the Internet. Jefferson, North Carolina: McFarland & Co.

- Centrumlumina. 2013. Work preferences. [ONLINE] Available at:
<http://centrumlumina.tumblr.com/post/63022769975/work-preferences>. [Accessed 19 October 15].
- Delwiche, A., & Henderson, J. J. (Eds.). (2012). *The participatory cultures handbook*. Routledge.
- Ellis, C. (2004). *The Ethnographic I: A Methodological Novel about Autoethnography* (Vol. 13). Rowman Altamira.
- Ellis, Carolyn; Adams, Tony E. & Bochner, Arthur P. (2010). Autoethnography: An Overview [40 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), Art. 10, <http://nbnresolving.de/urn:nbn:de:0114fqs1101108>.
- Finnerty, A. B. (2014). *Fan Music Videos, Fan Romanticism, and Romantic Content*.
- Fiske, J. (2002). *Television culture*. Routledge.
- Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture*. Routledge.
- Frosio, G. F. (2014). Rediscovering Cumulative Creativity From the Oral Formulaic Tradition to Digital Remix: Can I Get a Witness?, 13 *J. Marshall Rev. Intell. Prop. L.* 341 (2014). *The John Marshall Review of Intellectual Property Law*, 13(2), 3
- Gallagher, O. (2008). Video recuts and the remix revolution: Whose rights are being infringed?-the development of an online remix community known as total recut..
- Gottlieb, N., & McLelland, M. J. (2003). *Japanese cybercultures*. Psychology Press.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. NYU Press.
- Gunkel, D. J., & Gournelos, T. (2011). *Transgression 2.0: Media, Culture, and the Politics of a Digital Age*.
- Hellekson, K., & Busse, K. (Eds.). (2014). *The fan fiction studies reader*. University of Iowa Press.
- “PROPER DISTANCE” IN THE ETHICAL POSITIONING OF SCHOLAR-FANDOMS: BETWEEN ACADEMICS. *Fan Culture: Theory/Practice*, 14-35
- Jamison, A. (2013). *Fic: Why Fanfiction is taking over the world*. BenBella Books, Inc..
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. nyu Press.

- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press.
- Jenkins, Henry, Puroshotma, Ravi, Clinton, Katherine, Weigel, Margaret, & Robison, Alice J. (2005). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*
- Karpovich, A. I. (2007). 1. REFRAMING FAN VIDEOS. *Music, Sound and Multimedia: From the Live to the Virtual*, 17.
- Larsen, K., & Zubernis, L. (2011). *Fandom at the crossroads: Celebration, shame and fan/producer relationships*. Cambridge Scholars Publishing.
- Lewis, L. A. (1992). *The adoring audience: Fan culture and popular media*. Psychology Press.
- Lindgren Leavenworth, M., & Isaksson, M. (2013). *Fanged Fan Fiction: Variations on Twilight, True Blood and The Vampire Diaries*.
- Lothian, A. (2009). Living in a den of thieves: fan video and digital challenges to ownership. *Cinema Journal*, 48(4), 130-136
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The medium is the message*. New York, 123, 126-128
- Moens, M. F., Li, J., & Chua, T. S. (Eds.). (2014). *Mining user generated content*. CRC Press.
- Organisation for Transformative Works. 2009. Frequently Asked Questions. [ONLINE] Available at: <http://transformativeworks.org/faq-page#t454n1>. [Accessed 18 October 15].
- Organisation for Transformative Works. 2015. FAQ - Legal. [ONLINE] Available at: <http://transformativeworks.org/faq-page#t456n26>. [Accessed 19 October 15].
- Parke, M., & Wilson, N. (Eds.). (2011). *Theorizing Twilight: Critical Essays on What's at Stake in a Post-vampire World*. McFarland.
- Paul Sawers. 2015. Imgur introduces embed option for online publishers to repost and attribute photos on their own site. [ONLINE] Available at: <http://venturebeat.com/2015/04/07/imgur-introduces-embed-option-for-online-publishers-to-easily-re-post-photos-on-their-own-site/>. [Accessed 18 October 15].
- Petersen, A, 2012. *Fankultur & Fanfiction*. 1st ed. aarhus: Via Systeme.
- Purushotma, W., Clinton, R., & Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*.

Reijnders, S., Zwaan, K., & Duits, L. (Eds.). (2014). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*. Ashgate Publishing, Ltd..

Salmon, C., & Symons, D. (2001). *Warrior lovers: Erotic fiction, evolution and female sexuality*. Yale University Press.

Stein, L. E., & Busse, K. (Eds.). (2012). *Sherlock and transmedia fandom: essays on the BBC series*. McFarland.

Thomas, D., & Brown, J. S. (2011). A new culture of learning. *Issue Eleven* | September 2014, 10.

Tom Cheredar. 2014. *Imgur taps former LinkedIn and Pinterest exec to lead its advertising strategy*. [ONLINE] Available at: <http://venturebeat.com/2014/12/11/imgur-advertising/>. [Accessed 18 October 15]

Thorlacius, L. (2002) A model of visual, aesthetic communication focusing on web sites, *Digital Creativity*, 13:2, 85-98

Thorlacius, L. (2004) 79-100 - Engholm, I., & Klastrup, L. (2004). *Digitale verdener: de nye mediers æstetik og design*. Gyldendal A/S.

Tulloch, J., & Jenkins, H. (1995). *Science fiction audiences: Watching doctor who and star trek*. Psychology Press.

Youtube. 2015. *Change the Privacy setting of your video*. [ONLINE] Available at: <https://support.google.com/youtube/answer/157177?hl=en>. [Accessed 18 October 15].

Youtube. 2015. *Sådan virker Content ID*. [ONLINE] Available at: <https://support.google.com/YouTube/answer/2797370>. [Accessed 18 October 15].

Youtube.com. 2015. *About Youtube*. [ONLINE] Available at: <https://www.Youtube.com/yt/about/>. [Accessed 06 October 15]

Youtube.com. 2015. *About Youtube*. [ONLINE] Available at: <https://www.Youtube.com/yt/press/en/statistics.html>. [Accessed 06 October 15].

Youtube. (2015). *EPIC STARWARS FANFILM - The Betrayal*. [Online Video]. 05 April. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=P6gE3pvIzCE>. [Accessed: 20 January 2016].

Youtube. (2015). *Revan - Star Wars Fanfilm (2015)*. [Online Video]. 26 July. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=-DtvTM1Am4I>. [Accessed: 15 January 2016].

Youtube. (2016). REBEL SCUM - Star Wars Fan Film (2016). [Online Video]. 09 January.
Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=tiu2Tc2HdLo>. [Accessed: 20 January 2016].

Youtube . (2015). Star Wars: The Force Awakens Trailer (Official). [Online Video]. 19 October.
Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=sGbxmsDFVnE>. [Accessed: 20 January 2016].

Zubernis, Larsen, L, K, (2012.) Fanculture Theory/Practice. 1st ed. N/A: Cambridge Scholars Publishing.

Figurliste

Figur 1: Billede af Youtube fra 2005 *Waybackmachine. 2005. Youtube 2005. [ONLINE] Available at: <https://web.archive.org/web/20050728010454/http://www.youtube.com/>. [Accessed 19 October 15].*

Figur 2: Billede af Google konto oprettelse

Figur 3: Billede sammenligning mellem youtube bedømmelses system fra 2009 og 2015.

Figur 4: Billede sammenligning af informationsvisning på youtube fra 2009 og 2015

Figur 5: Billede fremhævelse af Upload knappen på Youtube

Figur 6: Billede fremhævelse af Upload knappen på youtube, når man uploader en video

Figur 7: Billede af video upload på Youtube.

Figur 8: Billede af video statistisk fra youtube.

Figur 9: Billede af video indlejring, taget fra hjemmesiden Giant Bomb, med egen video. *Giant bomb. 2015. Metal Gear Solid V TV-series opening. [ONLINE] Available at: <http://www.giantbomb.com/metal-gear-solid-v-the-phantom-pain/3030-40796/forums/metal-gear-solid-v-tv-series-opening-1783969/#14>. [Accessed 19 October 15].*

Figur 10: Billede fremhævelse af Føj til knappen på Youtube.

Figur 11: Billede fremhævelse af Abonnere knappen på Youtube.

Figur 12: Billede af kudos fra AO3

Figur 13: Billede fremhævelse af Post New work og Import Work knappen på AO3

Figur 14: Billede fremhævelse af Nødvendige felter når der skal udgives materiale på AO3

Figur 15: Billede der viser, hvordan et værk ser ud når det er lagt op på AO3, fokussen er på de fire små ikoner i venstre side.

Figur 16: Billede der viser forskellen i muligheder når man er logget ind, i forhold til når man ikke er logget ind på AO3

Figur 17: Billede der viser, hvordan at referral linket til et værk på AO3 ser ud.

Figur 18: Liste over søgeord på søgefunktionen i Sherlock fandommen.

Figur 19: screendump af youtube side Youtube. (2015). Revan - Star Wars Fanfilm (2015). [Online Video]. 26 July. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=-DtvTM1Am4I>. [Accessed: 15 January 2016].

Figur 20 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2016. to the sky without wings. Chapter 1 [ONLINE] Available at: <http://archiveofourown.org/works/5609887/chapters/12925093>. [Accessed 20 January 16].

Figur 21 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2016. to the sky without wings. Chapter 1 [ONLINE] Available at: <http://archiveofourown.org/works/5609887/chapters/12925093>. [Accessed 20 January 16].

Figur 22 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2015. Interstellar Transmissions. [ONLINE] Available at: <http://archiveofourown.org/works/5496170/chapters/12697478>. [Accessed 20 January 16].

Figur 23 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2015. Interstellar Transmissions. [ONLINE] Available at: <http://archiveofourown.org/works/5496170/chapters/12697478>. [Accessed 20 January 16].

Figur 24 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2014. Revanche. [ONLINE] Available at: https://archiveofourown.org/works/2245791?show_comments=true&view_full_work=true#comments. [Accessed 20 January 16].

Figur 25 Kommentar screendump fra AO3 Archive of our own. 2014. Revanche. [ONLINE] Available at: https://archiveofourown.org/works/2245791?show_comments=true&view_full_work=true#comments. [Accessed 20 January 16].

Figur 26 Kommentar screendump fra Youtube Youtube. (2015). Revan - Star Wars Fanfilm (2015). [Online Video]. 26 July. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=-DtvTM1Am4I>. [Accessed: 15 January 2016].

Figur 27 Kommentar screendump fra Youtube Youtube. (2015). Revan - Star Wars Fanfilm (2015). [Online Video]. 26 July. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=-DtvTM1Am4I>. [Accessed: 15 January 2016].

Figur 28 Kommentar screendump fra Youtube Youtube. (2016). REBEL SCUM - Star Wars Fan Film (2016). [Online Video]. 09 January. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=tiu2Tc2HdLo>. [Accessed: 20 January 2016].

Figur 29 Kommentar screendump fra Youtube Youtube. (2016). REBEL SCUM - Star Wars Fan Film (2016). [Online Video]. 09 January. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=tiu2Tc2HdLo>. [Accessed: 20 January 2016].

Figur 30 Kommentar screendump fra Youtube Youtube. (2015). EPIC STARWARS FANFILM - The Betrayal. [Online Video]. 05 April. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=P6gE3pvlzCE>. [Accessed: 20 January 2016].

Bilag

Kort om Litteratur review

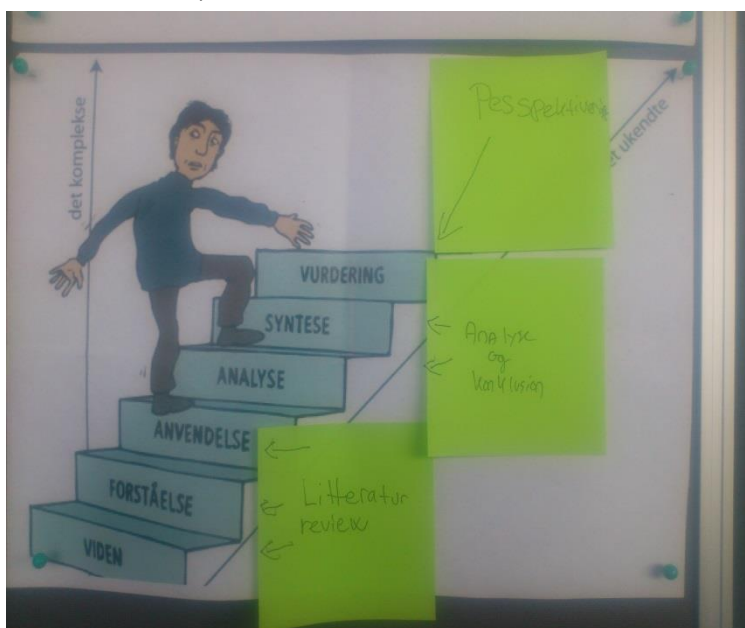
. Litteratur reviewet som forklaret *The Literature Review* af Diana Ridley (2008) er hovedsageligt designet til at give et kort historisk sammendrag af en akademisk tradition, det er også effektivt til at fremhæve de brede akademiske synspunkter samt give et overblik af de vigtigste bidragsydere til et givent felt. Dette er med til at give et systematiseret overblik for undersøgeren, mens det også bidrager til at læseren meget hurtigt kan informeres om, hvilke hovedkilder som undersøgeren arbejder ud fra. (Ridley 2008)

I forhold til Blooms taxonomi, er Litteratur reviewet med til at fastlægge ikke kun undersøgerens viden, men også dennes forståelse for materialet og det kan være med til at fremhæve, hvordan undersøgeren ønsker at anvende den viden og forståelse som der opstår i løbet af litteratur reviewet.

Litteratur reviewet er dog ikke kun brugbart

I starten af en undersøgelse, som Ridley pointerer: *"Indeed, although there may be an intensive focus on the literature review in the earlier weeks and months of a research project, the processes connected with the review continue to be interwoven through the research project."* (Ridley 2008) Litteratur reviewet kan bruges som et brugbart redskab til både at redegøre for, men også genovervejer nogle af de valg og positioner som der er blevet taget tidligere, mens det også er med til at rammesætte diskussionen for dernæst at skabe en rødtråd igennem hele undersøgelsen.

Selve strukturen og sammensætningen af et Litteratur review er en meget organisk proces, i det at *"every piece of research is different, it is difficult to suggest a common organizational structure (...)"* (Ridley 2008 – P. 100) Dette betyder dog ikke at der ikke findes fremgangsmåder, som kan



være med til at skabe en overordnet struktur. Dog skal det stadig vise at man som undersøgeren ikke blot bruger de teorier som der bliver fremlagt af referencerne, men at disse også bliver overvejet kritisk således at undersøgeren skaber sin egen forståelse for materialet. (Ridley 2008 – P. 104)

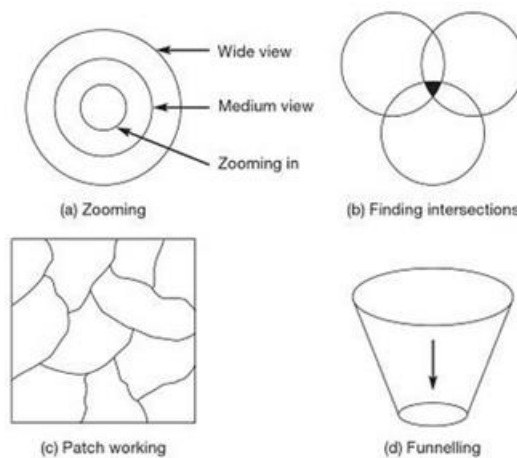
En måde at nemmere at kunne forklare og vise den process som der bliver gennemgået via et litteratur review er ved at bruge modeller til at visualisere dette på, dette kan være med til at fremhæve, hvilke referencer som bliver brugt som primær litteratur i forhold til den givne undersøgelse, men det kan også være med til at vise, hvorledes at hvert individuelt afsnit i undersøgelsen har relevans for både det fremlagte research question, men også teksten som helhed. (Wellington 2005)

Hvilken form for visualisering der vælges at bruge, kommer i stor grad an på, hvilken form for object der undersøges, hvor meget teori fra forskellige felter som der bliver brugt til at skabe den overordnede litteratur for det individuelle projekt.

Wellington et al. Forklarer i bogen *Succeeding with your Doctorate*. Sage. (2005) viser i figure 1. Nogle af de forskellige måder som der kan bruges til at visualisere et litteratur review på, således at det ikke bliver tekst tungt og risikere at blive misfortolket- eller forstået.

Den relevante figur for dette projekt vil være det som Wellington et al. Beskriver som Zooming,

hvilket kan bruges til at vise, hvilke tekster der er relevante for undersøgelsen og hvilke tekster som der er blevet refereret i, for at give et helt billede af den forståelse som den undersøgende part har. Grunden til at dette er relevant, er fordi at fandom og akademiske tekster i forhold til dette spænder bredt, der findes mange tekster som der kan bruges til at forklare om både Participatory culture, Vidding, Fanfiction, Fan/ medieproduce forhold etc. Zooming modellen er med til kortlægge det store felt, som fandom er, men kan dernæst bruges til at Zoome ind på det punkt af feltet som dette speciale kommer til at beskæftge sig med, I dette tilfælde Fanvideoer kontra Fanfiction og de platforme som de deles og får feedback på. Specifikt omtaler Wellington et



al Zooming som "(...) 'zooming in' on a topic, starting from a wide angle view and eventually focusing on the key area (...)" Hvilket altså betyder at den kan være med til at illustrerer, hvordan et project starter med et bredt area of concern og langsomt bliver gjort mindre og mindre for til sidst at ende ved det relevante research question, og den litteratur der kan give en kontekst for dette valg.

Thorlasius's kommunikationsmodel (bilag)

Lisbeth Thorlaciuss er en lektor fra Roskilde universitet der bruger, med udgangspunkt i sprogforskeren Roman Jakobsen og hans kommunikationsmodel, laver en modernisering af kommunikationsmodellen, således at den kan bruges til at se på hjemmesider og kommunikation via digitale medier. *Thorlaciuss, L. (2004) P. 80*

Dette speciale kommer til at bruge termer fra Thorlaciuss, som et værktøj til at kunne forklare platforms funktionaliteter og for at kunne underbygge modellen omkring Participatory Culture.

Følgende vil der Thorlaciusses kommunikationsmodel og de forskellige termer blive gennemgået.

I Thorlaciusses kommunikationsmodel er der, ligesom i Roman Jakobsens model, en *Afsender* og en *Modtager*. et *Produkt*, en *Kontekst*, et *Medie* og en kode. *Thorlaciuss, L. (2004) P. 81*

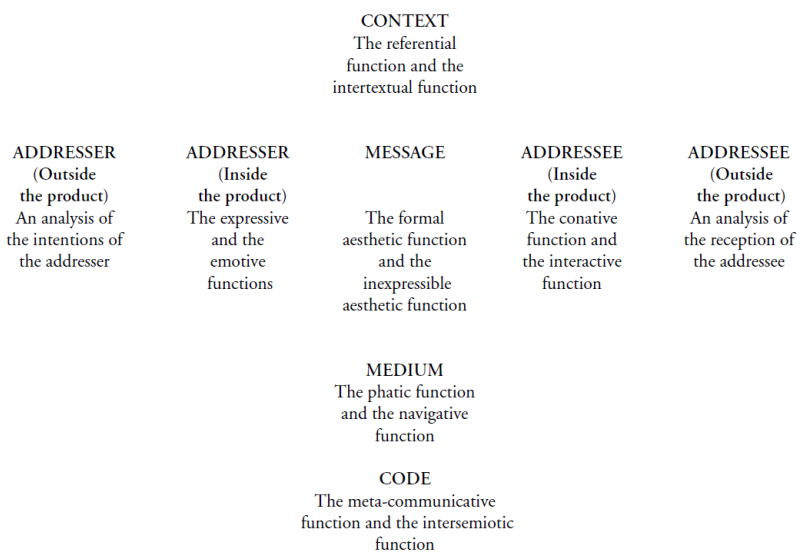


Figure 2: A visual, aesthetic communication model

- **Afsender**

Hos afsenderen er der to afsendere, den Faktiske afsender og den implicitte afsender. Den implicitte afsender er de signaler som en given digital platform giver i form af sprogbrug, farve og navigationsmåder, som Thorlacius forklarer det: ”Den implicitte afsender kan analyseres ud af produktet(...)” Thorlacius, L. (2004) P. 80 dette skal forstås på den måde at den implicitte afsender er de ting der bliver sagt af en given digital platform. Den Faktiske afsender er den person der rent faktisk har lagt materialet op.

Eksempelvis, hvis en fanvideo er den implicitte afsender vil personen der lagde videoen på være den faktiske afsender.

Ekpressive funktion

Er de følelser som afsenderen giver gennem produktet, dette er ikke nødvendigvis de intenderede følelser, men det er disse som findes ved analysen af produktet Thorlacius, L. (2004)

Emotive funktion

Den emotive funktion er de følelser som er gældende hos både afsender og modtager. Thorlacius deler dem op i tre forskellige emotivefunktioner, disse kan dog ikke findes frem til ved at analysere selve produktet, men i stedet skal der laves en receptionsundersøgelse hos modtageren.. Thorlacius, L. (2004)

Den første emotive funktion

”(...) er et udtryk for de følelser, holdninger og ideer som afsender er i besiddelse af og som afsender fremkalder hos modtager.” Thorlacius, L. (2004)

Denne funktion er med til at vise når der er overensstemmelse mellem afsender og modtager, forstået på den måde at produktet skaber de samme følelser hos modtager som afsender havde i tankerne, da han lavede produktet.

Eksempelvis kan dette være fanfiktion som vækker de samme følelser hos en læser, som forfatteren havde forstillet sig.

Den anden emotive funktion

Denne emotive funktion er når der er tale om en afsender der prøver at frembringe følelser eller holdning hos en modtager som afsender ikke selv besidder. *Thorlacius, L. (2004)* Dette kan eksempelvis være en når en forfatter til en fanfiktion skal prøve at få en modtager til at hade en specifik figur, selvom at afsenderen godt kan lide den specifikke person.

Den tredje emotive funktion

Når modtager skaber holdninger eller følelser som afsender ikke tog højde for. *Thorlacius, L. (2004)* Et eksempel på dette kan være at en modtager, der læser en fanfiktion, blev vred og en figurs handlinger, hvor afsender havde regnet med at modtageren ville være sympatisk over for figurens handlinger.

- **Modtager**

Den implicite modtager

Er den modtager som afsenderen havde i tankerne, da afsender skabte produktet. *Thorlacius, L. (2004)* Et eksempel på dette kan være en specifik type læser som en forfatter til en fanfiktion skrev til, eksempelvis en fan af en specifik fandom.

Den faktisk modtager

Dette er modtageren som rent faktisk interagerede med produktet, forstået på den måde at det er den person der rent faktisk stødte ind i produktet og deres reaktion til dette. *Thorlacius, L. (2004) P. 86* Et eksempel på dette kunne være en bruger som læser en fanfiktion for første gang.

Den faktiske modtager er nogle gange med anderledes en den implicite modtager og derfor kan deres reaktion på et givent produkt være meget forskellig.

Hos modtageren er der 3 funktioner, som der kan ses på når en modtager møder et produkt.

Kognitiv reception

Dette er ”intellektuelle og erkendelsesmæssige reception af de visuelle udtryk i produktet” *Thorlacius, L. (2004) P. 87* forstået på den måde at dette er de indtryk som modtageren får, på baggrund af deres tekniske kundskab til produktet. Et eksempel på dette kan være en brugers reaktion på en fanvideo fra et film teknisk aspekt.

Konativ reception

Dette er, hvorvidt om modtageren ændre adfærd på grund af produktet. *Thorlacius, L. (2004) P. 87*
Et eksempel på dette kan være om en trailer giver en bruger lyst til at se en film.

Emotionel reception

Dette er de følelser som modtageren oplever ved interaktion med produktet *Thorlacius, L. (2004) P. 87* disse kan være positive og negative. Et eksempel på dette kan være de følelser som en læser af en fanfiktion fik da de læste historien.

De tre receptioner hos modtageren er ikke noget der kan findes frem til via en analyse af produktet, men i stedet er det ting der skal undersøges frem til. *Thorlacius, L. (2004) P. 87*

Konative kommunikationsfunktion

Denne kommunikationsfunktion er når afsender prøver at få modtager til at agere på en specifik måde via interaktion med produktet. *Thorlacius, L. (2004) P. 87*

Et eksempel på dette kan være at en fanfiktion forfatter opfordre en læser til at sætte et specifikt stykke musik på, men de læser deres historie.

Interaktiv kommunikationsfunktion

Dette er en måde at forklare den måde hvorpå at en modtager interagere med et produkt, de forskellige kommunikationsfunktioner repræsenterer forskellige måde, hvorpå at modtager kan interagere med et produkt. Til dette bruges der 5 forskellige interaktive kommunikationsfunktioner.

Den transmitterede ikke-interaktive funktion

Denne kommunikationsfunktion er, hvor modtageren er passiv i deres oplevelse af produktet.

Thorlacius, L. (2004) P. 88

Et eksempel på dette kan være når en modtager ser en fanvideo på Youtube, eller når der læses en fanfiktion på AO3 I det at brugeren ikke har nogen mulighed for at ændre på produktet, mens de oplever det.

Den konverserende interaktive funktion

Denne kommunikationsfunktion er, hvor modtageren og afsenderen aktivt interagerer med hinanden.

Thorlacius, L. (2004) P. 88

Den konsultative interaktive funktion

Denne kommunikationsfunktion er når modtageren "*indtaster et søgeord i computeren, og computeren bearbejder de indtastede informationer og derefter sender et svar tilbage.*" *Thorlacius, L. (2004) P. 88* Dette er basalt set når modtageren søger efter en given ting på en hjemmeside. Et eksempel på dette vil være når en bruger søger efter en video på Youtube.

Den transaktive interaktive funktion

Denne kommunikationsfunktion er når modtageren indgår i en transaktion med afsenderen.

Thorlacius, L. (2004) P. 88 Et eksempel på dette er hvis en læser af en fanfiktion betaler en forfatter til at skrive en specifik type historie.

Den registrende interaktive funktion

Denne kommunikationsfunktion er når modtageren skal afgive information til afsenderen via produktet. *Thorlacius, L. (2004) P. 88* Et eksempel på dette kan være når en bruger skal registrerer sig på eksempelvis Youtube.

De 5 kommunikationsfunktioner er måder, hvorpå der kan tales om hjemmeside interaktion.

Thorlacius, L. (2004) P. 88

Ved at se på både reception og kommunikationsfunktionen af dette kan der skabes en overordnet forståelse for modtagerens oplevelse af produktet.

- **Produkt**

Er det produkt som der rent faktisk bliver givet fra afsender til modtager, hvilken form dette tager og hvordan dette ser ud. *Thorlacius, L. (2004)* Et eksempel på dette kan være en fanvideo.

Ved tale om produktet er der to termer er er med til at forklare produktet.

Formale æstetiske funktion

Denne funktion handler om de æstetiske virkemidler og indtryk som kan forklares til andre.

Thorlacius, L. (2004) P. 90

Uudsigelige æstetiske funktion

Dette handler om de oplevelser og indtryk som produktet gav til modtager, som ikke kan forklares, det er en formløs følelse, som ikke kan forklares, men kan mærkes. *Thorlacius, L. (2004) P. 90*

- **Konteksten**

Er den kontekst som produktet bliver givet, dette kan være rammerne for produktet, men det kan også være grunden til produktets eksistens. *Thorlacius, L. (2004)*

Eksempelvis kan platformen være konteksten for et produkt, men det kan også være at produktet kom på baggrund af en konkurrence, hvilket også vil være en del af konteksten.

Når der tales om Konteksten tales der om to forskellige termer.

Den referentielle funktion

Handler om identifikationen af tegn eller sprog som afsender og modtager er fælles om og forståelsen af disse. *Thorlacius, L. (2004) P. 93* Dette kan være tegn eller æstetiske træk som der gøres brug af i et produkt, det kan også være termer eller viden som der er fælles for afsender og modtager. Et eksempel på dette kan være et tegn fra en fandom, som kun giver mening for personer der er indenfor fandommen, eksempelvis Rebellernes logo fra Star Wars.

Den intertekstuelle funktion

Denne funktion bruges når et produkt referer til et andet, enten via æstetiske træk eller tale måder.

Thorlacius, L. (2004) P. 94 Et eksempel på dette kan være en fanvideo der bruger sort-hvid farve til

at, vise noget der skete for lang tid siden. Eller bruger en specifik film-teknik til at referer til en film fra fandommen.

- **Mediet**

Er den måde som afsender og modtager kommer i kontakt med hinanden. *Thorlacius, L. (2004)* Et eksempel på dette vil være at Youtube vil være et medie hvorved at afsender kan komme i kontakt med modtageren.

Den fatiske funktion

Er en måde, hvorpå at afsenderen holde modtageren i samme tematiske rammer i forhold til stil og funktion, mens modtager bevæger sig rundt på en hjemmeside eksempelvis. *Thorlacius, L. (2004)* 95. Et eksempel på en bibeholdes af den fatiske funktion ved at bruge Youtube, en bruger kan altid bruge søgefunktionen i toppen af siden for at kunne søge efter andet materiale.

Den Navigative funktion

En den måde hvorpå at en modtager bevæger sig rundt på et produkt. *Thorlacius, L. (2004) P. 95.* *For hjemmesider kan en navigativ funktion være svær at opretholde, hvis hjemmesiden er meget stor eller at brugeren har stor mulighed for at kunne bevæge rundt på hjemmesiden. Thorlacius, L. (2004) P. 95*

Når der snakkes omkring navigative funktioner tales der også omkring, hvis der er links på produktet der henviser til andre steder. Disse kaldes for navigationsstrukturer og forklares på følgende måde. ”*Navigationsstrukturer består af tre former for links: 1) Man kan linke til forskellige sider inde på websitet. 2) Man kan linke til andre websites. 3) Man kan linke sig ind for f.eks en engelsk version af websitet.*” *Thorlacius, L. (2004) P. 96* Disse tre former for links er meget nyttige når der snakkes omkring hjemmesider og kan være brugbare for at kunne se, hvordan modtageren kan bevæge sig rundt på en specifik hjemmeside.

Når der snakkes om mediet, tales der hos Thorlacius oftest omkring websites, men dette kan dog også referer til andre medier, såsom TV eller biler.

- **Kode**

Er tegn som afsender og modtager kan bruge til at kommunikere med hinanden. Hvis en fælles tegnforståelse ikke er til stede kan afsender og modtager ikke kommunikere med hinanden

Thorlacius, L. (2004)

Et eksempel på dette kan være, at fandom har sprog som kun giver mening for folk der også er indforstået med dette. Et *Ship* er eksempelvis når en fanfiktion forfatter sætter to figurer sammen fra en fandom i et romantisk øjemed. Hvis man, som modtager, ikke er klar over dette vil det ikke være muligt at forstå, hvad det er at afsender prøver på at sige. Et andet eksempel er, hvis modtager og afsender ikke taler samme sprog, kan de ikke kommunikere med hinanden.

Den metakommunikative funktion

Handler om måder, hvorpå at der bliver ændret på forventninger eller kendte koder, for at skabe en anden betydning. Dette kan gøres for at overraske modtageren eller for at bruge specifikke tegnmæssige eller sproglige koder for at gøre opmærksom på noget. *Thorlacius, L. (2004) P. 98*

Den intersemiotiske funktion

Handler om måder, hvorpå at en specifik kode bliver brugt til at understøtte en anden kode. Dette skal forstås som ”(...) Når et billede oversætter eller undersøger en tekst eller omvendt” *Thorlacius, L. (2004) P.98* vil der være tale om en intersemiotisk funktion.

Dette er kun en kort gennemgang af termerne som der indgår i Thorlaciuses Kommunikationsmodel, men det gøres for at vise forståelsen for disse.

Ved at have fastlagt, hvad disse termer er, vil de blive brugt i specialet. Det er ikke hele modellen, eller alle termerne som vil blive brugt, men termerne vil blive brugt til en støtte til Participatory Culture.

KJ-metoden

Til dette er KJ metoden af den Japanske forsker Jiro Kawakita, beskrevet af Raymond Scupin blevet taget i brug, for at kunne opdele og analysere de enkelte dele af autoetnografien.

Dette gøres med det henblik at finde problemstillinger, men også klargøre, hvad det er i selve problemstillingen som der kan være interessante nedslagspunkter.

KJ metoden er en metode, til at indeksere og formalisere en mængde data i overordnede kategorier. Disse indekseringer er ikke nødvendigvis baseret på logisk rationale, Kawakita argumentere for det direkte modsatte, således at der kan skabes en ny forståelse for det analyseret materiale, hvilket kan være med til at skabe nye måder at anskue et datasæt, eller et givent problem. *Scupin, R. (1997)*

KJ metoden er designet som et redskab til at overskueliggøre og skabe bro mellem de to videnskabelige praksisser, Laboratorie undersøgelser og Felt undersøgelser. KJ metoden er med til at overskueliggøre den indsamlede data fra felt undersøgelsen, hvilket gør det muligt at fremhæve pointer eller problemstillinger som dernæst kan undersøges igennem laboratorie forskning eller omvendt. *Scupin, R. (1997)*

Det er vigtigt at forstå, at KJ metoden er designet ud til et ikke vestligt forskning og arbejdsmiljø, hvilket betyder at ikke alle pointerne vil være lige brugbare til vestlige forskningsprojekter. Dog er grundprincippet ved at indeksere og, ved at fjerne konteksten fra sætninger for derved at se andre temaer, en god pointe at tage med, specielt i forhold til at arbejde med en autoetnografi for at drage pointer frem, hvilket kan være med til at formalisere den undrende og de oplevelser som man har haft med et givent fænomen.

“The actual application of the KJ method involves four essential steps 1) label making, 2) label grouping, 3) chart-making 4) written or verbal explanation. Scupin, R. (1997) P. 225

I praksis er KJ metoden en simpel metode at arbejde med, i det at den kræver at man klipper tekster i stykker for at prøve at fjerne sætninger fra den kontekst som de oprindeligt var i, for at prøve at finde problemstillinger og temaer, som ikke nødvendigvis var tydelige på den måde som dataen oprindeligt var vist.

