



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа магистратуры**

**по направлению подготовки 39.04.01 «Социология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Культура участия в виртуальных сообществах фанфикшена (на примере  
Фандомной Битвы)**

Выполнила: Бахчева Дарья Александровна

Научный руководитель:

доктор соц. наук, доцент

Сергеева Ольга Вячеславовна

Санкт-Петербург

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА КАК ПЛОЩАДКА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ УЧАСТИЯ.....	8
1.1. Понятие о культуре участия.....	8
1.2. Теоретические предпосылки и история изучения фанатских сообществ, фандомов и фанфикшена.....	12
1.3. Фанфикшн: меняющаяся роль читателя и писателя в новых формах Интернет-коммуникации.....	20
ГЛАВА 2. ВОСПРОИЗВОДСТВО КУЛЬТУРЫ УЧАСТИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ СООБЩЕСТВ ФАНФИКШЕНА.....	28
2.1. Стратификационные и нормативные основания развития виртуальных сообществ.....	28
2.2. Создание, представление и потребление контента как структурообразующие факторы виртуального сообщества.....	34
2.3. Формирование идентичности виртуального сообщества через фанатское творчество.....	38
ГЛАВА 3. СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ ФАНДОМНОЙ БИТВЫ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ).....	44
3.1. Характеристика процесса Фандомной Битвы.....	44
3.2. Социальная стратификация и иерархия в виртуальном сообществе.....	49
3.3. Социальное время как структурообразующий фактор.....	57
3.4. Социализация, социальные нормы и контроль.....	63
3.5. Контент и творчество как структурообразующие факторы.....	73
3.6. Формирование коллективной идентичности.....	81
3.7. Воспроизводство культуры участия в виртуальном сообществе ФБ и выход за пределы виртуальности.....	90
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	101
ЛИТЕРАТУРА.....	106
Приложение 1. Гайд глубинного интервью.....	112
Приложение 2. Вопросник для рефлексивного отчёта.....	116
Приложение 3. Таблица информантов.....	119
Приложение 4. Наиболее информативный рефлексивный отчёт (Информант 20).....	122



## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** Фанфикшн – это не только литературное явление, предполагающее создание художественных текстов на основе уже существующих популярных произведений, но и социальное, поскольку вокруг процесса творчества создаются онлайн-сообщества, участники которых активно взаимодействуют друг с другом, занимаясь литературной и другой творческой деятельностью. Это явление, существовавшее в несколько ином виде и в прошлых исторических условиях, получило подлинное распространение и раскрылось как новый уникальный вид современной культуры только в эпоху появления и стремительного развития Интернет-коммуникаций. Именно благодаря Интернету и формированию виртуальных сообществ поклонники фильмов, сериалов, книг, аниме, игр и просто реальных известных людей получили не только возможность делиться своими произведениями с другими, но и доступ к бесконечному множеству текстов на любой вкус, принадлежащих «перу» таких же авторов, пишущих не с целью извлечь выгоду (это даже не предполагается), но с целью получить удовольствие от написания, от конструирования дополненного мира (фанона), а также для того, чтобы оказаться в одном пространстве с единомышленниками. Подобные взаимодействия породили огромное количество новых социальных практик фанфикшн-коммуникации, правил и норм, тактик и стратегий. Многогранность и разносторонность фанфикшена как явления даёт основания для того, чтобы исследовать его в логике трансмедийности.

Трансмедийность – принцип распространения информации посредством использования различных средств коммуникации, где каждые новые тексты, транслируемые с тех или иных медиа-площадок, дополняют друг друга и складываются в единый информационный пласт. Например, телепередача транслируется как посредством ТВ, так и Интернет-каналом, а после про неё издаётся статья в печатной газете, которая воспроизводится также в Интернет-версии издания и собирает комментарии читателей, а в это время пользователи социальных сетей под хэштегом телепередачи делятся собственным мнением о ней. Фантворчество не просто является одной из таких медийных площадок, но и само по себе включает в себя многообразие медиа, использует их. Важно также то, что происходит Интернет-коммуникация участников сообществ фанфикшена друг с другом и с теми, кто производит для них изначальный культурный продукт, произведение, появившееся на любом медиуме (фильм, книга, сериал и т.п. или источник

канона<sup>1</sup>). Во многих современных исследованиях такие процессы определяются как культура (со)участия – вслед за определением, предложенным Генри Дженкинсом в его книге «Конвергентная культура». Нельзя не признать тот факт, что фанатское творчество и фанфикшн занимает нишу в трансмедийном пространстве культуры (со)участия и конвергентной культуры вообще. Потому представляет большой научный интерес изучить явление фанфикшена силами социологии, акцентируя внимание на виртуальных сообществах как социальных группах со своей групповой динамикой.

**Объект:** виртуальные сообщества фанфикшена.

**Предмет:** воспроизводство культуры участия в процессе социального структурирования виртуальных сообществ фанфикшена.

**Цель:** на основе анализа теории и эмпирических данных о виртуальных сообществах фанфикшена раскрыть особенности социальной структуры данных сообществ как отражения культуры участия.

**Гипотеза:** Воспроизводство культуры участия происходит на всех уровнях социальной структуры виртуального фанфикшн-сообщества.

**Исследовательские вопросы:**

1. Какова социальная организация виртуального сообщества и какое место можно занимать в его структуре?
2. Какие стратегии социальной регуляции и координации используют участники фанфикшн-сообщества при взаимодействии с друг с другом?
3. Как оценивается выход за пределы виртуальности (сходки, фестивали в реальной жизни и т.д.), какую роль они играют в жизни виртуального сообщества?
4. Какое значение для участников сообщества имеет фанфикшн (сами тексты, процесс творческого поиска и создания произведения, вдохновение, обратная связь с создателями текстов и т.д.)?
5. Как формируется идентичность фанфикшн-сообщества?

**Задачи:**

1. Охарактеризовать явление «культуры участия» и ее развитие в Интернете.
2. Обобщить теории, идеи которых релевантны для изучения феномена «фанфикшен».
3. Проанализировать меняющуюся роль аудитории и создателя произведения в новых формах Интернет-коммуникации.

---

<sup>1</sup> Канон – оригинальная история, созданная официальным автором; совокупность всей информации, которая содержится в первичном культурном продукте.

4. Дать описание структуры сообществ фанфикшена на основании анализа принципов структурирования виртуальных сообществ.
5. Проанализировать формирование коллективной идентичности сообщества в процессе фанатского творчества.
6. Исследовать кейс Фандомной Битвы в контексте идей о культуре участия.

#### **Степень разработанности темы**

Фанфикшн как явление изучается с 1980-х гг. Особую популярность исследовательская тематика данного феномена приобрела в 1990-е годы благодаря работам Генри Дженкинса<sup>2</sup>, Луизы Льюис<sup>3</sup>, Констанса Пенли<sup>4</sup>, Кристины Буссе<sup>6</sup>, Камиллы Бэкон-Смит<sup>7</sup>, Сары Гвенлиан-Джонс<sup>8</sup>, Абигайль Деричо<sup>9</sup>, Джона Фиске<sup>10</sup>, Мэтта Хиллза<sup>11</sup>, Риты Фелски<sup>12</sup> и других. Популяризатором фан-академического дискурса можно по праву назвать американского медиа-теоретика Генри Дженкинса, идентифицирующего себя одновременно и как ученого, и как фаната, и посвятившего изучению партиципаторной культуры и фанфикшена немало работ.

В России проблематикой фанфикшена начали активно заниматься в начале 2000-х годов. Многие работы посвящены филологическому анализу феномена, например,

---

2 Jenkins H. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. N. Y.: Routledge, 1992. 352 p.

3 Jenkins H. *Convergence culture: where old and new media collide*. N. Y.: New York University Press, 2006. 336 p.

4 *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Front Cover. Lisa A. Lewis. Psychology Press, 1992. 245 p.

5 Penley C. *Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture* // *Cultural studies*, ed. Grossberg L., Nelson G., and Treichler C.A., Routledge-New York, 1992. P. 479-500.

6 Буссе К. Канон, контекст и консенсус: новый подход к пониманию фанфикшена // *Балт. филол. курьер*. Калининград, 2007. № 6. С. 345-360.

7 Bacon-Smith C. *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992. 352 p.

8 Jones S. G. *The sex lives of cult television characters* // *Screen* № 43, 2002. P. 79-90.

9 Derecho A. *Archontic Literature: A definition, a history and several theories of fan fiction* // *Fan fiction and fan communities in the age of the Internet*, ed. Busse K. and Hellekson K. McFarland. Jefferson, NC, 2006. P.61-78.

10 Fiske, J., 1992. *The cultural economy of fandom*. In: Lewis, L. A., ed. 1992. P. 30-49.

11 Hills M. *Fan cultures*. Routledge - London, 2002. 256 p.

12 Felski R. *Uses of literature*. Oxford: Blackwell, 2008. 162 p.

диссертация и статьи К.А.Прасоловой<sup>13</sup>. Однако изучать фанфикшн полностью вне социологического и культурологического поля не представляется возможным, и даже в работах филологического толка эти аспекты присутствуют. Среди исследователей можно отметить также Н.В. Самутину<sup>14</sup>, С.Н. Попову<sup>15</sup>, Н.И. Васильеву<sup>16</sup>. Специфика проводимых исследований, как правило, заключается в изучении феномена в российской действительности или в аспекте русскоязычности.

На сегодняшний день существует междисциплинарная область научных знаний - fan studies (англ. «фанатские исследования»), в числе основных задач которой стоит рассмотрение фанатского творчества в качестве самостоятельного социального и культурного явления.

### **Теоретико-методологическая основа работы**

Основополагающим для данной работы является предложенный Г. Дженкинсом концепт культуры участия. С этих позиций фанфикшн рассматривается как результат развития интерактивных технологий новых медиа, что выражается в разнонаправленных взаимодействиях фанатов друг с другом и с авторами произведений-объектов подражания посредством медийного текста. Вместе с этим мы отталкиваемся от концепции чтения-письма Ролана Барта и рассматриваем чтение не как потребление, а как производство, а также его тесную связь с письмом, если речь идет о фанфикшене. Опираясь на идеи Мишеля де Серто о чтении как практике «браконьерства», которая перекликается со взглядами Р. Барта, мы исследуем фанфикшн через понятия сильных и слабых групп, навязанных «сверху» стратегий и их креативного переосмысления «внизу» - теми, кого в традиционном понимании трактуют как «рядовых потребителей» массовой культуры.

При описании и анализе социальной структуры виртуального сообщества фанфикшена, а именно сообщества «Фандомной Битвы» использовались идеи российского социолога С.В. Бондаренко<sup>17</sup>. С помощью выделенных им категорий в диссертации рассматривались социальная стратификация в сообществе, социальные нормы,

<sup>13</sup> Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен конца XX — начала XXI века (творчество поклонников Дж. К. Роулинг). Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.03. / Прасолова Ксения Андреевна. Калининград, 2009. 253 с.

<sup>14</sup> Самутина Н. В. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение, 2013, т. 12 № 3. 59 с.

<sup>15</sup> Попова, С. Н. Лингвостилистика фанфикшн (на материале англоязычных сайтов, посвящённых творчеству Дж. Р. Р. Толкина): дис. ... канд. филол. наук / Попова С. Н. М., 2009. 187 с.

<sup>16</sup> Васильева Н.И. Фольклорные архетипы в современной массовой литературе: романы Дж. К. Роулинг и их интерпретация в молодежной субкультуре : дис. ... канд. филол. наук / Васильева Н.И. Н. Новгород, 2005. 243 с.

коллективная идентичность, способы создания и представления контента и порождённые творчеством взаимодействия.

### **Эмпирическая база**

В качестве эмпирической базы выступает материал, собранный автором в ходе глубинных интервью с участниками мероприятия «Фандомная Битва», групповой беседы, а также рефлексивных отчетов информантов, живущих удаленно. Поскольку мероприятие по своей сути является виртуальным и, кроме того, ранее не изучалось, а информанты в виду разбросанности по всему миру – труднодоступны, однако, поддерживают социальные связи, выборка осуществлялась методом снежного кома. Респонденты были взяты из числа желающих участвовать в исследовании и откликнувшихся на объявление в одном из организационных виртуальных сообществ мероприятия «Фандомная Битва». Для рефлексивных отчетов использовался вопросник, являющийся сокращённой версией гайда интервью; опираясь на вопросы, респондент должен был написать цельный текст о своём опыте участия в «Фандомной Битве». Для интервью использовался более развернутый гайд, содержащий пять блоков вопросов. По завершении полевых работ было собрано 24 рефлексивных отчета и собрано 6 интервью, помимо групповой беседы, имевшей целью уточнение и сбор недостающих данных. Помимо этого, при описании Фандомной Битвы использовались результаты наблюдения за виртуальной площадкой мероприятия и анализ информации по изучаемой тематике. Собранные данные анализировались в логике обоснованной теории, через процессы категоризации.

**Апробация работы.** Работа прошла апробацию на X научно-практической конференции молодых ученых «Социальные коммуникации: профессиональные и повседневные практики» в Санкт-Петербургском государственном университете, май 2017 года.



## ГЛАВА 1. ВИРТУАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА КАК ПЛОЩАДКА РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ УЧАСТИЯ

### 1.1. Понятие о культуре участия

Для раскрытия такого понятия как «культура участия» (культура соучастия, партиципаторная культура) обратимся к прародителю этого понятия – Г. Дженкинсу, профессору коммуникации, журналистики и киноискусства в университете Южной Калифорнии, посвятившему свою научную деятельность изучению попкультуры, фанатских сообществ и медиаисследованиям.

Дженкинс описывает конвергенцию через технологические, индустриальные, культурные и социальные изменения. Медиа-конгломераты стремятся расширить свое влияние на несколько медийных платформ, в то же время потребители хотят иметь свои собственные медиа, а также иметь возможность ими управлять. Для Дженкинса эти процессы, происходящие в медийной среде, не определяются одними лишь технологиями, но определяются тотальными изменениями во всей культуре, поскольку теперь те, кто были непосредственно потребителями контента, теперь всячески поощряются к участию в его производстве. Ключевым элементом конвергентной культуры Дженкинс называет культуру участия.

Термин «культура участия» противопоставляется традиционному представлению о медиа-потреблении. Если раньше мы традиционно разделяли производителей и потребителей медиа-контента, то теперь это разделение представляется нерелевантным. В логике трансмедиа все участники системы равны в своих возможностях производить и потреблять контент (пусть и ресурсы у каждого различны), и пиком является совместное коллективное творчество всей аудитории, каждый элемент которой привносит в этот креативный акт что-то свое. Дженкинс называет это «коллективным разумом». Культура участия – характеристика цифровой культуры, благодаря которой стирается грань между автором и читателем, создателем и потребителем.

В трансмедиа история разворачивается через несколько медиаплатформ, где каждый новый текст становится характерным и ценным дополнением к целому.<sup>18</sup> Иными словами, истории становятся кроссмедийными и предполагают пересечение множества различных способов и технологий подачи информации, они взаимодействуют друг с другом, ссылаются друг на друга, продолжают начатое в одном медиаполе и передают в следующее, при этом не повторяя уже созданное. Возникает множество ответвлений,

---

<sup>18</sup> Jenkins, H. *Convergence culture: where old and new media collide*. N. Y.: New York University Press, 2006. С 95-96.

заполнения «пробелов» и недосказанностей, уникальных интерпретаций, альтернативных версий и т.д. У историй нет определенного конца и четких сюжетных линий, так как в современном мире они больше не могут быть статичны. Напротив, они динамичны и мобильны, они расширяются и вглубь, и вширь различными путями. Каждое медиа использует свои сильные стороны для наибольшего вовлечения пользователя в проект. Это становится возможным на одной технологической платформе – Интернету. Г. Дженкинс подчеркивает характерную особенность современности: поскольку новые медиа сосуществуют сегодня наряду с традиционными, то производители медиапродуктов начали понимать и использовать потенциал прибыли, который достигается созданием больших трансмедийных миров. Трансмедийные проекты особенно интересны для продюсеров, потому что позволяют вовлечь пользователя в контент не только на одной, базовой платформе, но и удержать его внимание на других платформах и даже в оффлайне.

Культура участия, по Дженкинсу, характеризуется низкими барьерами для выражения своей активности и создания контента, то есть у каждого пользователя медиапространства есть возможность выразить свою позицию относительно чего-либо практически в любой выбранной форме. При этом контент создается как «свободный труд», так как его создание полностью добровольно и не предполагает извлечения материальной выгоды; он создается просто для того, чтобы быть созданным. Кроме того, каждый участник может легко поделиться тем, что он создал, с другими пользователями, узнать их мнение, получить поддержку или критику. Так или иначе, его творение не останется абсолютно незамеченным, написанным «в стол», потому что благодаря интернет-коммуникациям оно автоматически включается в глобальную систему медиа-конвергенции. Все это неизбежно приводит к формированию сообществ по интересам участников, и эти сообщества характеризуются сильными внутренними социальными связями, имеют свою структуру и организацию, иерархизируются, начинают выполнять функции «третьего места»<sup>19</sup> и так далее. Внутри сообществ развивается система неформального наставничества, циркулирует различный опыт участия и создания контента, легко происходит обратная связь. Все члены сообщества чувствуют социальную связь друг с другом и верят в важность того, что они создают и что свело их вместе. При этом Дженкинс отмечает также, что не все пользователи обязательно будут принимать активное участие в создании контента, однако важно само осознание возможности это сделать.

---

19 Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Пер. с англ. А. Широкаковой. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.

Итак, Дженкинс определяет культуру участия как творческое пространство, которое включает гражданскую активность и наставничество и приводит к развитию ряда навыков у молодежи через взаимодействие с популярной культурой.<sup>20</sup> В современных исследованиях под культурой (со)участия понимается вся та существенная рецептивная и творческая работа, которая производится активными читателями/зрителями/пользователями современного пространства массовой культуры в коммуникации друг с другом.<sup>21</sup>

Вслед за Генри Дженкинсом российская исследовательница фанфикшена Наталья Самутина выделяет следующие ее обобщённые характеристики:

- большая эмоциональная (и чаще всего бескорыстная) вовлеченность в выбранное дело,
- высокая компетентность в тех сферах массовой культуры, фанатами которых люди себя считают,
- насыщенная коммуникация по всем существенным содержательным, эстетическим, этическим вопросам и т.д.<sup>22</sup>

Феномен фанатского творчества Генри Дженкинс начал описывать еще в 1992г. в своей книге «Захватчики текстов: телевизионные фанаты и культура участия». Многие произведения культуры и искусства способны захватить своих поклонников настолько глубоко, что они начинают стремиться к полному погружению в вымышленные миры напрямую к любимым персонажам, фантазировать о своем пребывании и взаимодействии с ними и об управлении этими героями с помощью собственных текстов, расширяющих оригинал. Эти тексты различаются по жанру, размеру и направленности; это может быть не только словесная форма (рассказ, стихотворение, повесть, пьеса...), но и визуальная (видеоролики с оригинальным монтажом кадров каноничного произведения, фан-арты – рисунки и иллюстрации персонажей и их миров, игры), аудиальная (подкасты, аудиоспектакли и тому подобное; встречается гораздо реже, поскольку отсутствует визуальная составляющая). Создавая свои тексты, фанаты могут ориентироваться либо на заполнение «белых пятен» оригинала и дописывание тех мест, которые, по их мнению, были недостаточно раскрыты и освещены автором, либо на создание альтернативной

---

20 Jenkins H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture Media Education for the 21st Century* // The MIT Press, 2014. 145 p.

21 Самутина Н.В. Культура соучастия (participatory culture) в цифровом подполье: коммуникативные практики русскоязычных фандомных сообществ // По мат. конф. "Независимые от кого? Альтернативные СМИ, малые издательства и блоггеры в России". – 2015. – С. 1.

22 Там же, с. 2.

реальности, которая может кардинально отличаться от канона или же брать свое начало с какого-либо поворотного момента, где герой сделал иной выбор, нежели в оригинальном произведении. Особое место в фанатском творчестве занимают так называемые «кроссоверы» – произведения, включающие в себя не одну оригинальную вселенную, а две и более, где пересекаются и взаимодействуют под чутким руководством автора-фаната персонажи из разных, порою на первый взгляд совершенно не совместимых вымышленных миров. Фанат создает собственный мир, живущий по тем законам, которые желает автор, и его «экосистема» совершенно логична и гармонична. Точно также, как «экосистемы» других пользователей.

Таким образом, фанаты, в традиционном понимании представляющиеся обычными пассивными потребителями культурных продуктов, сегодня занимаются активным креативным потреблением, переходящим в производство этих самых продуктов. Свои интересы и запросы они теперь формулируют посредством своего творчества, которое дарит им чувство сопричастности к чему-то масштабному. Обращаясь к производителям, они производят сами. Трансмедиа обеспечивает всеобщую вовлеченность в этот процесс, захват внимания всех участников. Даже та часть фанатов, которые не создают сами, а потребляют созданное другими поклонниками, вовлечена в креативный процесс производства-потребления, потому что они также выходят за пределы одной медиаплатформы, что уже запускает механизм достраивания контента. Значительную часть фандомов<sup>23</sup> сегодня можно назвать трансмедийными, поскольку контент транслируется не с одной, а с нескольких медиа-площадок. К примеру, во вселенной Marvel это не только огромное количество комиксов, но также киновселенная, включающая в себя обширную линейку фильмов, сериалов и мультсериалов. Фанатское творчество, создаваемое по этой вселенной, мы могли бы рассматривать в контексте данной работы как самостоятельную, равнозначную другим медиа-платформу. Еще один образец трансмедийности современной массовой культуры – набирающий популярность норвежский сериал SKAM («Стыд») о жизни учеников старшей школы в Осло. Специально для сериала были созданы и активно ведутся профили почти каждого персонажа на Facebook, в Instagram и Snapchat; объясняется это тем, что все эти сервисы играют большую роль в сюжете и для самих персонажей, а на деле такой трансмедийный «фокус» позволяет максимально вовлечь аудиторию сериала (преимущественно молодежь) в происходящее на экране за счет упрощения процесса идентификации с главными

---

<sup>23</sup> Фандом – сообщество людей, объединенных увлечением каким-либо продуктом (преимущественно популярной) культуры. В рамках данной работы – любое интерпретативное сообщество, сложившееся вокруг какого-либо культурного продукта либо его части.

героями. Любопытен и следующий пример. Одной из популярнейших интерпретаций сериала "Ганнибал" является видение романтической линии между двумя главными антагонистами - профайлером ФБР Уиллом Грэмом и самим маньяком-каннибалом доктором Лектером. При этом опустим тот факт, что сам сериал уже является интерпретацией оригинального произведения Т. Харриса. Хотя в самом сериале нет открыто показанных гомоэротических сцен, фанаты видят в транслируемом медийном тексте много намеков, подтверждающих подобное прочтение. Фандом "Ганнибала" отчасти известен тем, что режиссер сериала (читай - главный создатель канона) Брайан Фуллер активно включен в эту игру со своими поклонниками. Он всячески поддерживает данную интерпретацию отношений главных героев при коммуникации с фанатами как в реальности, так и в сети. Эту игру он, вполне возможно, ведет не только через сопутствующие медиасредства, но также и через главный источник транслирования канона - сам сериал. В данном случае подобное "поддразнивание", заигрывание с фанатским сообществом посредством различных медиа-площадок не только подогревает интерес поклонников и вовлекает их в процессы оживлённой коммуникации со своими кумирами в режиме реального времени, но также демонстрирует во всей красе, как работает культура участия для обеих сторон - производителя и потребителя. Удивительно наблюдать, как сам создатель канона становится его читателем и интерпретатором, и уже невозможно точно установить, где пролегает грань между двумя этими ипостасями, и в какой момент его оригинальный текст переходит в зону фанфикшена.

## **1.2. Теоретические предпосылки и история изучения фанатских сообществ, фандомов и фанфикшена**

Под фанфикшеном понимаются тексты различной направленности, написанные поклонниками того или иного произведения культуры (литературы, кино, игровой индустрии или других медиа) для других таких же поклонников (фанатов) с использованием мира и персонажей исходного произведения (канона). Мы будем придерживаться определения, которое дала К. Прасолова: фанфикшен (англ. fanfiction; fan fiction) - литературное явление, предполагающее создание художественных текстов на основе объектов культуры, вокруг которых формируются интерпретативные сообщества - силами сообщества, для сообщества и в пределах сообщества.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Прасолова К. А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 17.

Несмотря на то, что феномен фанфикшена изучается филологами, культурологами, социологами и психологами уже не первое десятилетие, в массовом мировоззрении это явление по-прежнему воспринимается скорее как вторичное и неоригинальное, как литература низкого сорта и феномен культуры потребления, связанный в первую очередь с развитием Интернета. До 1965 года выражение *fan fiction* использовалось серьезно лишь в пределах научной фантастики, чтобы обозначить самостоятельное (пусть и любительское) произведение, выполненное в жанре научной фантастики и опубликованное в научно-фантастическом журнале. Так отграничилась отрасль, отличная от общепринятой художественной литературы, созданной профессиональными писателями. Только много позже она стала рассматриваться как разновидность художественного творчества.

Первый официальный фанфик был опубликован научно-фантастическим журналом «Sprockanalia». С него началась волна «продолжений», массового опыта. Помимо бурно развивающегося «текстового» творчества присоединилось направление японских любительских манг и новелл (додзиниси), обретшие популярность в 70-е годы в Японии, а затем и по всему миру. Поскольку в некоторых странах публикация фанфикшна могла рассматриваться как нарушение авторских прав, фикрайтеры осознанно стали не только указывать правообладателя – автора оригинала, но и сам факт, что фанфикшн не претендует на какое-либо извлечение коммерческой прибыли (так называемый дисклеймер), позиционируя себя как особое движение, свободное от индивидуального успеха и направленное на поддержание и популяризацию открытой читательской любви. Этот факт уже позволяет говорить о фанфикшене не как о жанре, а как об общности людей. Постепенно появились первые порталы, свой метаязык, каноническое оформление и строгая культура поведения. Повсеместное распространение феномена и обретение им международного характера сегодня принято связывать со всемирным успехом серии книг Дж. К. Роулинг о Гарри Поттере.<sup>25</sup>

На сегодняшний день существует междисциплинарная область научных знаний – *fan studies* (англ. «фанатские исследования»), в числе основных задач которой стоит рассмотрение фанатского творчества в качестве самостоятельного культурного явления. Фанфикшн попал в поле зрения исследователей довольно рано, уже в 1980-е; изучение этого феномена продолжилось в 1990-е и получило широкое обсуждение благодаря выходу влиятельных работ таких авторов, как Генри Дженкинс, Луиза Льюис, Констанс Пенли, К. Буссе и Камилла Бэкон-Смит, а также Сары Гвенлиан-Джонс и Абигайль Деричо.

---

25 Попова, Н. Освобожденный читатель. Фанфикшн как форма литературного опыта // Литература. – 2015. – № 87; [Электронный ресурс].

Н. Самутина выделяет две волны исследований фанфикшена. Дисциплинарная принадлежность «первой волны» исследований фанфикшна надолго определила доминирующие подходы к его изучению. Первые работы о фанфикшне либо написаны исследователями медиа, либо гендерными теоретиками, заинтересовавшимися практикой фанфикшна как преимущественно женской. Более всего фанфикшн изучался на материале сообществ поклонников культовых телесериалов.

Исследователей в первую очередь интересовали практики и ценности их участников, а также свойства культуры, создаваемой активными зрительскими и читательскими сообществами, — получившей название «культура со-участия». Генри Дженкинс — без негативных коннотаций — назвал ее (вслед за М. де Серто) культурой «браконьеров» (*textual poachers*), «таскающих» значения и образы «канонических произведений» для создания огромного количества других текстов разного типа и статуса, в ходе самостоятельно изобретенных интерпретативных творческих практик: «Фандом включает в себя специфические наборы практик критики и интерпретации. Обучение этим предпочтительным в сообществе практикам чтения — важная часть процесса становления фанатом. Критика, практикующаяся в фан-сообществе, субъективна, спекулятивна, носит игровой характер. Фанатов волнуют точность деталей и общая внутренняя связность сериала от эпизода к эпизоду. Они заняты созданием убедительных параллелей между своей жизнью и событиями сериала. Фанатская критика направлена на заполнение лакун, на исследование возможностей избыточных мест и нераскрытых потенциалов»<sup>26</sup>. Обнаружение этого богатства возможных зрительских/читательских стратегий фактически совершило революцию среди концепций фанфикшена, которой до этого рассматривался исключительно как практики «сопротивления». Эта концепция, исходящая из представления о «целостном» произведении медиа с определенным смыслом и однозначной идеологией и об отвечающих этому смыслу пассивных «правильных» или оппозиционных «сопротивленческих» читательских/зрительских стратегиях восприятия, стала выглядеть архаичной на фоне открывшегося разнообразия интерпретативных стратегий, практикуемых реальными читателями/зрителями.<sup>27</sup>

В ранней фанфикшн-этнографии значительные усилия прилагались к попыткам изучить и дать интерпретацию того факта, что в наибольшей степени фанфикшн-практики привлекают женщин. В случае с ранними англоязычными фандами речь

---

26 Jenkins H. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. N. Y.: Routledge, 1992. С. 56.

27 Самутина, Н. В. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение, 2013. т. 12 № 3. С. 145.

преимущественно шла о гетеросексуальных, незамужних женщинах среднего класса, достаточно хорошо образованных и благополучных в социальном смысле. Благодаря тому, что фанфикшн стал серьезно изучаться, постепенно рассеялся стереотип фаната как застенчивого подростка с проблемами социализации в реальном мире, замещающего эскапизмом нехватку социальных навыков. Новые представления о фанатах во многом изменили прежнее отношение к фанфикшн как маргинальной практике, но сегодня и они тоже претерпели изменения. Любые «генерализирующие» концепции фанфикшн, как в отношении его типов и жанров, так и в отношении авторов и читателей, опровергнуты его развитием и продолжают критиковаться «второй волной» исследований (с начала 2000-х и по настоящее время).

Пожалуй, единственным неизменным моментом остается гендерная специфика: фанфикшн по-прежнему читают и пишут преимущественно женщины. Но сегодня это женщины всех возрастов, сексуальных ориентаций, уровней дохода и образования (доступ к Интернету становится здесь единственным условием), любого семейного положения. Они свободно выбирают в Интернете подходящий для себя фандом.<sup>28</sup> Женщины в современном обществе активно читали и продолжают читать, не отказавшись к тому же воспользоваться средствами, которые им предоставили новые медиа, для того чтобы максимально приблизить свое чтение к желаемому, к тому, что они выбирают «для себя и друг друга».

К.А. Прасолова отмечает, что ранние исследования в большинстве своем рассматривали фандом как патологию, а феномен фанатства как девиацию; помимо этого активно изучалось явление слэша и делались попытки его интерпретации. Так продолжалось до 1991 года, когда работы К. Пенли, Л. Льюис, К. Бэйкон-Смит и Г. Дженкинса вывели изучение фанфикшена на новый уровень.

Обратимся вкратце к некоторым важным работам, внесшим существенный вклад в изучение феномена фанфикшена.

В сборнике Лизы Льюис «The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media», подготовленный исследовательница отмечает, что действительно активные фанаты, творчески реагирующие на окружающие их культурные и социальные явления, заслуживают уважения. В составляющих сборник эссе не только рассматриваются вопросы общего характера о сущности фаната и фандома, но также рассматриваются юридические и экономические аспекты взаимодействия фанатов с представителями

---

<sup>28</sup> Гудков, Л.Д., Дубин, Б.В., Страда В. Литература и общество: введение в социологию литературы. М.: РГГУ, 1998. С. 45.



индустрии тех медийных продуктов, поклонниками которых они являются.<sup>29</sup> Предлагается анализ отношений противостояния и сотрудничества.

Среди эссе в сборнике Л. Льюис – работа Джона Фиске «Cultural Economy of Fandom», где он заключает, что фанатские сообщества в первую очередь характеризуются тенденцией к формированию более близких отношений с текстами массовой культуры и стремлением фанатов внести собственный посильный творческий вклад в производство культурных объектов. Фиске пишет, что все аудитории тем или иным образом вовлечены в творческую переработку объектов культуры, однако в фандоме именно эта творческая активность играет ведущую роль.<sup>30</sup> В другом эссе «Is there a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom» Лоренса Гроссберца фандом рассматривается как особый вид отношений между аудиторией и массовой культурой, где на первом месте стоит не удовольствие от потребления, а стремление внести свой вклад в развитие культурного объекта.<sup>31</sup> В сообществе фанаты формируют узнаваемые идентичности и параллельно самостоятельно продуцируют культуру, что потенциально является источником дополнительной энергии в борьбе с доминирующими эстетическими установками, с одной стороны, и с неудовлетворительными условиями повседневности, с другой.<sup>32</sup>

Констанс Пенли в своей статье «Феминизм, психоанализ и исследование популярной культуры»<sup>33</sup> уделяет внимание такому явлению как «слэш» (жанр фанфикшена, в котором описываются романтические и сексуальные отношения между персонажами одного пола). С позиций психоанализа она соотносит феномен слэша с гендерной спецификой фанфикшена.

Камилла Бейкон-Смит в работе «Enterprising Women»<sup>34</sup>, в отличие от большинства исследователей фандомов, выступила с позиции стороннего наблюдателя, не включенного

---

29 The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media. // Lisa A. Lewis. L.: Psychology Press, 1992. 245 p.

30 Fiske, J., 1992. The cultural economy of fandom. // Lewis, L. A., ed. 1992. Adoring audience: fan culture and popular media. London: Routledge. Ch.2. P. 38.

31 Grossberg, L. Is there a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom. // Lewis, L. A., ed. 1992. Adoring audience: fan culture and popular media. London: Routledge. P. 64.

32 Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 31.

33 Penley C. Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture // Cultural studies, ed. Grossberg L., Nelson G., and Treichler C.A. Routledge-New York, 1992. С. 485.

34 Bacon-Smith, C. Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992. 352 p.

в «инсайд» изучаемого объекта. Однако, во-многом ее взгляды оказались провальными, хотя именно она впервые предложила жанровую типологию фанфикшена.

Наконец, Генри Дженкинс, внесший самый значительный вклад в изучение фанатского творчества и представивший наиболее целостную картину феномена, словно в ответ К. Бэйкон-Смит вынес свою классификацию. Он группирует фанфикшн по принципу, который лежал в основе его создания. Он выделяет следующие типы:

1. Реконтекстуализация;
2. Экспансия сериального времени;
3. Перефокусировка (перенос внимания);
4. Моральная переориентация;
5. Жанровый сдвиг;
6. Кроссовер;
7. Релокация героев;
8. Персонализация;
9. Эмоциональная интенсификация;
10. Эротизация.<sup>35</sup>

Представленная классификация вышла гораздо более полной и всеохватывающей, чем у Бэйкон-Смит, и показала весь потенциал и разнообразие возможностей и функций фанфикшена.

Дженкинс также уделяет немало внимания проблематике слэша, критикуя при этом тех исследователей, которые рассматривают феномен сквозь призму андрогинности и женского стремления к компенсации неравноправных межполовых отношений. Дженкинс настаивает на том, что основополагающий мотив жанра слэш является эмоциональное освобождение и взаимное признание персонажей и та рефлексия, которую переживает автор фантекста.<sup>36</sup> Кроме всего прочего, Дженкинс рассматривает вопрос фанатской критики. Сам Дженкинс характеризует свои научные изыскания как “fan-academic”, открыто идентифицируя себя как фаната. В настоящее время «ака-фанов» (англ. Acafan) становится все больше вслед за тем, как этот термин описал Г. Дженкинс и Мэтт Хиллз.

В 1993 году и по настоящее время популярность приобрела социология виртуальных сообществ. Особое значение имеют работы Портера «Internet Culture» (Porter 1997), Йохая Бенклера «The Wealth of Networks» (Benkler 2007), Мари-Лауры Райан «Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media»

---

<sup>35</sup> Jenkins, H. Textual poachers... P. 162-177.

<sup>36</sup> Jenkins, H. Textual poachers... С. 215.

(Ryan 2004).<sup>37</sup> Кроме того, сюда же можно отнести другую книгу Г. Дженкинса – «Конвергентная культура», вышедшая в 2006 году. В работах этого периода фанатские исследования объединяются с исследованиями медиа и ставят своей целью изучение фандома как новой культурной парадигмы. В контексте повсеместного распространения интернет-коммуникации и практически неограниченного доступа к любой информации на просторах сети особенно ярко проявилась проблема юридического определения авторского права, что также не осталось обделено вниманием ученых. Исследовались идентичность виртуальных фанатских сообществ, педагогика фандома и подростковая грамотность.

В своем труде Дженкинс понимает «культурную конвергенцию» как «сдвиг в логике, на основе которой оперирует культура, обращающий особое внимание на движение контента по различным медийным каналам»<sup>38</sup>, при этом само понятие «конвергенция» определяется куда более пространно: «Это термин, который описывает технологические, культурные, индустриальные и социальные изменения того, как медиа формируются и циркулируют в современной культуре. В популярном понимании этот термин предполагает трансмедийность (распространение контента на различных медиа-платформах), новые отношения сотрудничества между различными индустриальными группами, поиск новых способов финансирования взаимодействия новых и старых медиа, а также свободную миграцию аудиторий, находящихся в поиске нового опыта, получаемого от потребления медиаконтента»<sup>39</sup>. По сути, всю монографию Дженкинс посвящает тому, что приводит примеры нового типа диалогического взаимодействия между аудиториями, средствами передачи информации и медийным содержанием.<sup>40</sup>

В работах этого периода фанфикшн почти не изучался как самостоятельное явление; он рассматривался скорее с точки зрения фанатских практик, которые интересовали исследователей в русле изучения фанатских интерпретативных сообществ.

С 2005 года распространился подход, рассматривающий фанфикшн как литературную аномалию. Среди работ – труды Шины Пью («Демократический жанр: фанфикшн в контексте литературы»<sup>41</sup>), сборник статей «Фанфикшн и фанатские

---

37 Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 42.

38 Jenkins, H. Convergence culture... С. 283.

39 Там же, с. 282.

40 Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 70.

41 Pugh S. The democratic genre: Fan fiction in a literary context. Seren - Bridgend, UK, 2005. 288 p.

сообщества в эпоху Интернета»<sup>42</sup> под редакцией Карен Хеллексон и Кристины Буссе, а также публикации Корпела Сандвосса, касающиеся эстетики фанатского творчества. Все авторы стремятся разработать универсальную теорию, которая помогла бы не только адекватно описать и объяснить феномен фанфикшена, но также и предсказать его развитие в будущем.

Исследовательница Абилайль Деричо полагает, что фанфикшен является естественным продолжением таких явлений как деривативная литература (она же архивная, литература апроприации), к которой относят, например, продолжение "Кентерберийских историй" Чосера, написанное Джоном Лидгейтом, или "Потерянный Рай" Мильтона, продолжения Кэрроловской "Алисы". Деричо вписывает фанфикшн — наряду с другими похожими формами женского письма и публикующейся беллетристики, в особенности «постколониальной литературы», — в традицию протеста против иерархических форм официальной литературной культуры: «Фанфикшн находится в философской оппозиции к иерархии, собственности и господству одного варианта из серии над другими вариантами. Фанфикшн это этическая практика».<sup>43</sup>

К.А. Прасолова разделяет всех исследователей фанфикшена на три основные группы. Представители первой группы не считают фанфикшн уникальным для фандома явлением, для них характерно стремление найти глубокие исторические литературные корни данного феномена (начиная от античности). Зачастую они не делают различий между коммерчески опубликованными художественными произведениями и теми фанфиками, которые создаются и распространяются в рамках сообщества. Представители второй группы (их среди современных исследователей меньшинство), наоборот, считают, что фанфикшн — проявление своеобразия фанатских сообществ и вне данных сообществ теряет свой интерпретационный смысл. Кроме этого, они скептически относятся к попыткам прописать расширенную историю фанфикшена, так как проводят различие между эпохой «медийного» фандома и «домедийной эпохой», когда фанфикшен принципиально невозможен. Часто исследователи этой группы встают на позицию защиты фанфикшена как протестного, субверсивного модуса прочтения источника. Наконец, третьи (к ним относим себя и мы) полагают, что фанфикшн — явление литературы, возникшее на стыке подготовленных историей литературы традиций диалогического взаимодействия «текст-читатель» и новых технологий, обеспечивших доступность средств

---

42 Busse K., Hellekson K. Fan fiction and fan communities in the age of the Internet // Ed. Busse K. and Hellekson K. McFarland - Jefferson, NC, 2006. 296 p.

43 Derecho A. Archontic Literature... P. 77.

производства печатной (а, позднее, электронной) продукции и коммуникации. Несмотря на значительные различия в исходных позициях, по целому ряду параметров современные исследования фанфикшена схожи, считает Прасолова.<sup>44</sup>

Среди российских исследователей фанфикшена следует выделить работу Н.И. Васильевой «Фольклорные архетипы в современной массовой литературе: романы Дж. К. Роулинг и их интерпретация в молодежной субкультуре» 2005 г., диссертацию К.А. Прасоловой «Фанфикшн: литературный феномен конца XX — начала XXI века (творчество поклонников Дж. К. Роулинг)» 2009 года, С.Н. Попову с диссертацией «Лингвостилистика фанфикшн (на материале англоязычных сайтов, посвящённых творчеству Дж. Р. Р. Толкина)» 2009 года, Н.В. Самутину и ее работу «Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта» 2013 года. Следует отметить, что феномен в России стал исследоваться несколько позже, чем на Западе: большая часть работ написаны после 2005 года. Если на Западе проблематикой фанфикшена занимались не только женщины, но и мужчины, то в нашей стране гендерный разрыв проявляется еще очевиднее. На работы российских исследователей во многом повлияли работы западных ученых, но прослеживается явная тенденция, с которой они стремятся раскрыть специфику феномена в России и постсоветском пространстве. Кроме того, в нашей стране фанфикшн как объект исследования популярен больше для филологов и лингвистов, нежели для социологов. Несмотря на это, можно найти много эссе и статей, посвященных социологическому и культурологическому анализу.

### ***1.3. Фанфикшн: меняющаяся роль читателя и писателя в новых формах Интернет-коммуникации***

Вопросы взаимодействия текста и читателя представляются весьма важными для изучения фанфикшена. Поэтому в данном параграфе мы обратимся к теоретикам, занимавшимся феноменом чтения. Одна из исследовательниц фанфикшена Н. Попова отмечает, что, по сути, различные формы и жанры фанфиков выступают как специфическая форма языкового общения людей, опосредованного текстами, как особая социокультурная практика. «Фанфикшн смещает традиционное взаимодействие между целостно-замкнутым произведением, за которым проступает фигура не автора, а читателя. При этом оригинал несет в себе институционально зафиксированную знаково-символическую нагрузку, указывает на определенные художественные направления,

---

<sup>44</sup> Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 97-98.

методы, стили. Все это отсылает к изначальной иерархии произведений-образцов. Здесь фикрайтер выступает сразу в двух ипостасях: как автор и как читатель, причем обе функции равноценны».<sup>45</sup>

В этом связи и вспоминается Ролан Барт, описывающий в своих работах «чтение-желание» и «чтение-письмо». Сложно назвать это «типами чтения» поскольку во многом они переплетаются. В контексте чтения-желания мы можем, по Барту, говорить о тексте-удовольствии (когда читатель получает удовольствие от непосредственно повествования и сюжета) и тексте-наслаждении (эстетическое наслаждение каждым словом, самим языком, поэтикой текста). Они требуют и стимулируют разные читательские стратегии, и в фанфикшене они сливаются.<sup>46</sup> Что же касается чтения-письма, то тут Барт пишет: «Чтение служит проводником Желания писать <...> мы вовсе не обязательно желаем писать так, как автор, которого нам нравится читать; наше желание - это просто желание, которое испытывал написавший это; или иначе - мы желаем того желания читателя, которое испытывал автор, когда писал».<sup>47</sup> Приводя цитату писателя Роже Лапорта: «Чистое чтение, которое не влечет за собой другого письма, - для меня нечто непонятное. Чтение Пруста, Бланшо, Кафки, Арто вызывало у меня желание не писать об этих авторах (или даже, добавлю от себя, писать как они), а просто писать», Барт говорит о вдохновляющей функции чтения, которая совершенно естественна для него. Таким образом, чтение он рассматривает не как потребление, а как подлинное производство. Производятся не внутренние образы, а потребляемый продукт возвращается в процесс производства; чтение – это труд, и акт чтения равнозначен акту письма. При этом Барт отмечает, что в современном обществе потребления (обществе чтения, видения и слышания, а не письма, смотрения и слушания) блокируется возможность писать в ответ на прочитанное. «Это общая проблема цивилизации; мое же глубокое и постоянное убеждение состоит в том, что мы никогда не сможем освободить акт чтения, если одновременно не освободим акт письма» - сетует Барт. Однако в контексте своей работы мы рискнем возразить классику, поскольку фанфикшн как относительно новое литературное и социальное явление современности как раз и освобождает акт чтения вместе с актом письма. Происходит это благодаря новым медиа, и в первую очередь Интернету.

«Главная особенность фанфикшена как нового типа современной литературы, полностью выведенного за рамки литературы как индустрии — это ключевое место

---

45 Попова, Н. Освобожденный читатель...

46 Там же.

47 Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. М., 2003. С. 497.

читателя и повышенная роль читательского сообщества, обеспечивающие функционирование этого культурного пространства как формы читательского письма, обмена опытом, осмысления множественных контекстов литературного и социального поведения, зоны развития литературного и социального воображения»<sup>48</sup> - пишет Н. Самутина. Интернет позволяет своим пользователям практически мгновенно удовлетворять свои желания и потребности, возникающие относительно всяческих «текстов», транслируемых нам различными медиа. Под текстами можно понимать любые культурные продукты, которые люди «считывают», потребляют и интерпретируют. В Интернете чтение и письмо могут сосуществовать в крепком симбиозе, их формы упрощаются и легко считываются, коммуникация происходит молниеносно, отклики и обратная связь практически никак не затруднены.<sup>49</sup>

Фанфикшн в тех или иных формах существует очень давно. Ранее он выпускался, в лучшем случае, в любительских журналах; по большей части он создавался разрозненно по всему земному шару, и его создатели вряд ли имели понятие, как это называется. Американский художник и поэт Остин Клеон сформулировал 10 правил эффективного творчества, в которых упомянул и фанфикшн, во многом отразив его суть:

«3. Напишите книгу, которую сами хотели бы прочитать

Расскажу короткую историю. «Парк Юрского периода» вышел в прокат, когда мне было 10 лет. Я бредил этим фильмом — как и всякий 10-летний ребенок. В тот момент, когда я выходил из кинотеатра своего провинциального городка, я уже ждал продолжения. На следующий день я сел за свой старый компьютер с зеленым монитором и сам написал продолжение. В нем сын лесника, съеденный в первом фильме велоцирапторами, возвращается на остров вместе с внучкой создателя парка. Он хочет разрушить парк окончательно, она — сохранить его. С ними случаются разные приключения, и в результате они, конечно, влюбляются друг в друга. Тогда я не знал, что написал то, что сейчас называется фан-фикшн — выдуманными историями с уже существующими персонажами. Я сохранил тогда свою историю на компьютере. А через несколько лет вышел «Парк Юрского периода-2». И его сюжет был высосан из пальца. Сиквел фильма никогда не может сравниться с продолжением, которое мы уже создали в своей голове. Начинающий писатель всегда задается вопросом, о чем ему стоит писать. Обычно ему говорят: «Пиши о том, что хорошо знаешь». В результате часто получаются ужасные истории, в которых не происходит ничего интересного. Поэтому лучший совет — не

---

48 Самутина Н. В. Великие читательницы... С. 137.

49 Там же, с. 140.

писать о чем знаешь, а писать о чем хочешь. Напишите такую историю, которая нравится вам самим. Мы занимаемся творчеством, поскольку нам это по душе. Вся художественная литература — это, по сути, фан-фикшн. Лучший способ решить, чем заняться — это подумать о том, чего бы вам хотелось достичь, но ещё не сделано, и потом сделайте это. Создавайте картины, на которые вы сами хотели бы смотреть, музыку, которую хотели бы слушать, пишите книги, которые хотели бы прочитать».<sup>50</sup>

С появлением и распространением всемирной паутины фанфикшн перешел на принципиально новую ступень. Теперь многочисленные авторы, до этого несмело писавшие в стол, получили возможность поделиться своим творчеством с единомышленниками, услышать критику и похвалу, а также поощрение к дальнейшей деятельности. Тексты «всплыли на поверхность», перестали быть невидимым творчеством. Те, кто не знал о таком явлении, теперь смог напрямую с этим познакомиться. Фанаты могут найти фанфики на любой вкус и цвет, а также могут сами предложить заявку на то, что они хотели бы прочитать. Тексты распространяются, собирают читателей, вдохновляют авторов, провоцируют возникновение сообществ. Снялись те ограничения, которые сковывали фанфикшн в доцифровую эпоху, несмотря на то, что появились новые. «Современный фанфикшн представляет собой обширное, диверсифицированное, многоязычное пространство чтения и письма».<sup>51</sup> Фанфикшн-практики не преследуют извлечение материальной выгоды и реализуются в качестве хобби в свободное время фикрайтеров, тем самым никоим образом не включаясь в поле литературной индустрии. Участники фанфикшн-сообществ читают и пишут потому, что все они испытывают желание и удовольствие от приобщения к объекту своей страсти – фильма, сериала, книги, игры или даже реального человека. Причем для полноценного участия крайне важно приобщиться к правилам и стратегиям чтения, письма и вообще поведения в сообществе. В виртуальных сообществах фанфикшена такие нормы вырабатываются коллективно, и по большей части обобщаются и воспроизводятся посредством администрации. Н. Самутина полагает, что фанфикшн как литературная практика не может существовать вне такого сообщества. Конструкция фанфикшена предполагает несколько уровней реализации прав читателя:

- право на (при)страстное чтение книг или соответствующих аудиовизуальных текстов сериалов и комиксов;
- право на собственное читательское письмо «вместе» с упомянутыми авторами;

---

<sup>50</sup> 10 правил эффективного творчества Остина Клеона // Theory&Practice, 2011.

<sup>51</sup> Самутина Н. В. Великие читательницы... С. 140.



- право на чтение и письмо вместе со всеми, кто тоже пишет вместе с упомянутыми авторами, а также на сколь угодно развернутые интерпретации всех получившихся в результате этих практик текстов.<sup>52</sup>

Мы можем говорить о фанфикшене как о новом типе современной литературе благодаря тому, что теперь ключевая роль в системе литературной коммуникации достается читателю, а не создателю текстов.

Н. Попова в своих статьях пишет о сохранении оригинального произведения с помощью фанфикшена: «На деле фанфикшн – самый радикальный продукт постмодернистского сознания. <...> С одной стороны, само существование фанфика продиктовано желанием не просто воспроизвести текст, а подчинить его, исправить, переписать, <...> С другой стороны, это делается не ради денег или славы, а ради чистого удовольствия. На одной чаше перед нами откровенные потребители медиакультуры, на другой – самостоятельная культура со своим языком, которая невольно стоит на страже традиционной культуры чтения. Эти люди пишут, чтобы читать. <...> Сама суть его в том, что универсальность и открытость знания, энциклопедическая амбиция трансмедийных повествований часто приводили к тому, что в сюжете проступали некие пробелы или недосказанности, которые подразумевали возможность дополнения, уточнения, возвращения к материалу».<sup>53</sup> С точки зрения исследовательницы, фанаты творят фанфикшн с целью сохранить для себя же оригинальное произведение. Также Попова отмечает, что процесс создания фанфиков редуцирован по возрасту, так как зачастую именно в фанфиках проходит реальное взросление подростка и его «взросление» как автора. Помимо этого, Н. Попова высказывает, как она сама его назвала, «парадокс» о том, что фикрайтер и его творчество – крайне индивидуальное явление, а вот сам фанфикшн – вполне себе коллективное. Анализ даже одного текста фанфика может дать информацию о популярности оригинала, социальных особенностях, языковых привычках, интерпретационных предпочтениях и других чертах всего сообщества (фандома) в целом.

К. А. Прасолова отмечает, однако, что несмотря на осуществление своего права на интерпретацию и превращаясь из читателя в автора, фикрайтер оказывается в новых жестких рамках, характерных для традиционных литературных практик. Строго контролируются распространение и перевод фанфиков, также как и создание деривативов (производных текстов) от самих фантекстов. Вся деятельность читателя в фандоме сосредоточена в основном на роли критика, мнение которого может учитываться или нет.

---

<sup>52</sup> Там же.

<sup>53</sup> Попова Н. Освобожденный читатель...

Прасолова приходит к выводу, что нельзя называть фанфикшн совместным проектом по интерпретации одного источника.<sup>54</sup>

Рита Фелски в своей книге «Для чего используется литература» выделяет четыре модуса вовлеченности, на которых строится читательское удовольствие и вовлеченность в текст:

- узнавание себя,
- зачарованность текстом,
- знание;
- шок.<sup>55</sup>

Н. Самутина, отмечая, что все эти модусы характерны и для фанфикшена, дополняет список также свойственными только ему:

- соотнесение с «каноном»,
- альтернативность,
- отрицание или порнографическая функция.

Все это обеспечивает в совокупности повышенную интенсивность, телесность, действенность этого изначально читательского опыта". Фанфикшн породил явление «повторного чтения», когда оригинальное произведение изучалось читателем, мотивированным любовью к его «продолжению».<sup>56</sup>

Самутина называет фанфикшн «демократией чтения», в которой читатель отстаивает свое право на удовольствие. Больше не критик, не издатель и даже не традиционно понимаемый автор, а именно читатель продуцирует свои тексты, переплетая в своем творчестве чтение и письмо. Благодаря Интернет-коммуникации исследователи имеют фактически прямой доступ к интерпретативным фанфикшн-сообществам.

В контексте теории Р. Барта о чтении-письме хотелось бы вспомнить также М. де Серто, с помощью взглядов (перекликающихся с Бартом) которого можно рассмотреть фанатское творчество как тактику просьюмеризма.

Немудрено, что в эпоху, когда создано бесконечное множество гениальных и не очень произведений в самых различных областях, создаётся колоссальная потенция, основанная на потреблённых впечатлениях, и она закономерно выплескивается ни во что иное как в фанатское творчество. Оно приобретает самые разнообразные формы: рисование, написание рассказов (фанфиков), создание собственных песен и клипов,

<sup>54</sup> Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен... С. 15.

<sup>55</sup> Felski R. Uses of literature. Oxford: Blackwell, 2008. P. 14.

<sup>56</sup> Самутина Н. В. Великие читательницы... С. 145.

косплей и многое другое. Простор для творчества неприлично широк: это могут быть книги, фильмы, сериалы, игры, телепередачи и просто реальные люди, которые вдохновляют фанатов. Выражаясь языком Мишеля де Серто, фанатские практики представляют собой яркий пример абсолютного браконьерства.<sup>57</sup>

Итак, можно сразу выделить то, что является явным производством – как раз создание тех самых книг, фильмов, сериалов, комиксов, игр, образов актеров и музыкантов, - словом, всего того, что так охотно потребляет современное общество, буквально заглывая эту наживку и отдавая свои средства в обмен. Доминирующие группы посредством грамотного искусного маркетинга и пиара продают обывателям то, что они сами хотят с удовольствием потребить и попросить добавки. Самое интересное начинается тогда, когда доминируемые группы начинают своё скрытое производство: в потребляемых образах они видят то, что хотят видеть, они вычлениают то, что их наиболее зацепило и привлекло, и с этого момента начинается то самое анонимное творчество, которое впоследствии выливается в творчество индивидуальное или коллективное. Многовариантное прочтение текстов, транслируемых сильными группами, создает бесконечное многообразие продуктов скрытого производства, получаемого на выходе. Производство это рассредоточено и проникает всюду (от совершенно неожиданных фанфиков по Смешарикам до мемов, вычленивших удачное выражение лица или некую фразу, которой тут же приписали двойной смысл, и т.д.), оно заявляет о себе через способы использования продукции, навязанной доминирующими группами. Сам акт творчества совсем не обязательно начинается с создания неких произведений, но с метаморфоз, разворачивающихся в воображении читателя-соавтора, где он домысливает, достраивает, конструирует собственные тексты, а затем он несет свои интерпретации дальше в социальный мир, связывает с ними свои повседневные практики, дополняет свое мировоззрение новыми смыслами, хабиитуализирует новые структуры в своем социокультурном поле.

Тексты, которые транслируются потребителю, с одной стороны, задают его определенное видение реальности, ограничивают его в свободе творчества; с другой стороны, они являются лишь отправной точкой, от которой путь созидания может направиться в любые просторы воображения. Фанат может послать Гарри Поттера в далёкую-далёкую галактику, поменять полами Шерлока Холмса с Ирэн Адлер или подвергнуть Маленького Пони зомби-эпидемии. Читатель отрывает тексты от их источника, отбрасывает все, на его взгляд, лишнее, закрывает глаза на контексты и

---

57 Серто М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / Мишель де Серто, пер с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. 330 с.

изначально вкладываемые смыслы, отбирает вычлененные фрагменты и соединяет их, играет ими, пробует прикладывать их друг к другу разными стыками, сам выделяет границы и освещает нужные смысловые области. Его творение подобно пазлу, детали которого не статичны, а постоянно изменяются и трансформируются, в своей комбинации приобретая всё новые значения.

Само по себе фанатское творчество – это те повседневные потребительские практики, которые позволяют индивидам самовыражаться и конструировать свою социокультурную идентичность, пусть и в условиях ограниченности потребляемых текстов. Однако оно крайне выгодно доминирующим группам, поскольку является отличным индикатором потребительских настроений и предпочтений. Если по какому-то произведению, будь то книга, игра или фильм, фанаты увлеченно строчат фанфики или снимают фанатские видео, или выкладывают свои рисунки – это все означает то, что данный текст проглочен, и весьма успешно, даже если половина фанфиков имеет саркастическое содержание, а рисунки явно высмеивают содержание. Это тоже имеет прикладное значение. Кроме того, изучая проявления фанатского творчества в тех или иных сферах, можно выявить некие общие тенденции в предпочтениях поклонников, а также определить векторы направленности их внимания, и с учетом этого создать более совершенный текст для потребления. Для того чтобы обозначить операции по анализованию потребительских тактик и встраиванию их в стратегии, в этой сфере даже придумали особый термин – «фансервис». Беря своё начало из японской анимации, которая придумывала различные уловки для привлечения большей аудитории, эта стратегия, можно сказать, переросла в целую отрасль теневого маркетинга (dark marketing), и сегодня используется направо и налево. Она не ограничивается «ненавязчивой» демонстрацией груди героини, которую играет известная актриса, для того, чтобы разыгралось воображение мужской части креативных фанатов. Например, учитывая, какими скандальными по началу были фанфики в жанре «слэш», сильные группы осознанно перестраивают тактику под себя, и вот уже те самые музыканты (мужского пола, разумеется), про которых раньше ходили только фанатские домыслы, основанные на абсолютно иррациональной вере, делают явные или «скрытые» намеки на некие потенциальные отношения друг с другом. Результат – взрыв социальных сетей и форумов бурными дискуссиями, атака Фикбука (<https://ficbook.net>) новыми и новыми рассказами, создание новых фанартов и так далее, и тому подобное. Другой пример того, как тактика встраивается в производственную стратегию, – всем известный шедевр декаданса 21 века – «Пятьдесят оттенков серого». Скандальный фильм и книга выросли ни

из чего иного, как из фанфика по «Сумеркам», который сам по себе, возможно, был бы неплохим произведением для того уровня, который позволяет реализовать фанфикшн. Однако сильные группы усмотрели в этом акте со-творчества некий потенциал и золотую жилу, и оказались провидцами. В данном случае не пришлось даже сильно гадать насчет аудитории – сама писательница сего творения и есть типичный её представитель, потому, выражая своим творчеством собственный габитус, она тем самым идеально встроилась в потребности читателя. Однако оставим в покое анализ постмодернистского переваривания посредственных сюжетов до более подходящего случая.

Вернемся к словам де Серто о том, что текст обретает значение только благодаря читателям, меняется вместе с ними и упорядочивается согласно кодам восприятия, которые ему не подвластны. Читатель присваивает пространство, сотворённое стратегиями доминирующих групп, и творит в нём свои смыслы, причем своей изобретательностью он заполняет то, что намеренно или ненамеренно упустили из вида контролирующие институции. Скрытое производство фанатского творчества являет собой пример децентрализованного просьюмеризма и того, как личность использует тактики, чтобы создать свободное личное пространство в окружении, которое определяется стратегиями, а также демонстрирует постмодернистскую тенденцию креативного отношения к чтению разного рода текстов.

## **ГЛАВА 2. ВОСПРОИЗВОДСТВО КУЛЬТУРЫ УЧАСТИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ СООБЩЕСТВ ФАНФИКШЕНА**

### **2.1. Стратификационные и нормативные основания развития виртуальных сообществ**

В целях анализа устройства виртуальных сообществ нами будут использованы идеи современного российского социолога С.В. Бондаренко, разработавшего успешную теоретическую модель социальной структуры виртуальных сетевых сообществ пользователей телекоммуникационных сетей. В своей работе «Социальная структура виртуальных сообществ» С.В. Бондаренко понимает под «виртуальным сетевым сообществом» базовую единицу социальной организации пользователей телекоммуникационных сетей, имеющую стратификационную систему, устоявшиеся социальные нормы, роли и статусы участников, включающую в свой состав не менее трех акторов, разделяющих общие ценности и осуществляющих посредством использования соответствующих аппаратных и программных артефактов на регулярной основе социальные взаимодействия, а также имеющих доступ к контенту и иным общим

ресурсам. Он оперирует понятием «киберпространство» - виртуальное пространство, в котором циркулируют электронные данные и осуществляются процессы электронной коммуникации.

Виртуальные сетевые сообщества имеют многообразные основания для своего образования, различную внутреннюю структуру, используют разнообразные способы расширения своего состава. Вместе с тем, именно общность интересов позволяет кристаллизовать сетевое социальное пространство в социальную структуру. Возникновение виртуальных сетевых сообществ происходит следующим образом: создается та или иная программная оболочка, позволяющая осуществлять коммуникацию, после этого на этот ресурс приходят (или не приходят) пользователи глобальных сетей. Со временем в результате взаимодействия постоянных пользователей ресурса возникает социальная структура, и социальный агрегат трансформируется в социальную структуру. «Усилия, которые привлекают внимания людей и стимулируют их желание принимать участие в дискуссиях в киберпространстве, должны быть нацелены, в первую очередь, на то, чтобы объединить людей. Квалифицированное содействие, хорошо продуманные общественные контакты, социальные механизмы и материалы мультимедиа для знакомства с новинками в использовании медиа — это и есть "общественная инфраструктура", необходимая для успеха в построении виртуального сообщества, теперь, когда инструментальные средства стали доступными»<sup>58</sup>. Поначалу пользователи приходят на тот или иной сайт в поиске необходимой им информации. С течением времени акторы проявляют все большую заинтересованность в росте числа коммуникативных практик по интересующей их тематике, находят для себя новые социальные цели и достигают взаимопонимания с другими участниками комьюнити. Важную роль играет и атмосфера, в которой осуществляются коммуникативные практики: чем более неформальная атмосфера, тем выше активность акторов. В основе взаимоотношений акторов лежит доверие. Начав осуществлять интеракции в рамках сообщества, индивид со временем или смягчает свои притязания, или же покидает комьюнити.

Бондаренко выделяет следующие качества социальных структур в киберпространстве, позволяющие типологизировать их как виртуальные сообщества:

- трансцендентность (выход за пределы ограничений);
- отсутствие формальных ограничений по максимальному количеству участников;
- наличие внутригрупповой информационной стратификации;
- при определенных условиях относительно высокая степень анонимности;

---

58 Rheingold, H. Virtual community. 2nd ed. L.: The MIT Press, 2000. P. 341.

- конформность поведения большей части участников;
- групповая идентичность.<sup>59</sup>

*Социальная стратификация в виртуальных сообществах*

В основе функционирования социальной системы виртуальных сетевых сообществ лежат стратификационные основания. При этом именно социальные основания позволяют рассматривать виртуальное сетевое пространство в стратификационном ключе.<sup>60</sup> С. В. Бондаренко считает, что в виртуальном пространстве нивелируется социальной неравенство реальной жизни (оффлайновое), но при этом стратификация возможна по иным основаниям.<sup>61</sup> Находясь в рамках теории информационного общества, Бондаренко в качестве нового основания социальной стратификации предлагает критерий доступа к информации, поэтому социальная стратификация виртуальных сообществ в первую очередь является информационной стратификацией. В зависимости от своих статусов, пользователи получают разные возможности по доступу к контенту веб-ресурса и в праве размещения информации.<sup>62</sup>

В связи различным объемом властных полномочий Бондаренко делит всех участников сообщества на три статусные группы:

- владельцы информационных ресурсов (право собственности на информационный ресурс и право на получение доходов),
- создатели информационных ресурсов (право на участие в создании информационного ресурса),
- пользователи (право на участие в деятельности виртуального сообщества).<sup>63</sup>

Ю. Г. Рыкова волнует также вопрос о том, какие факторы и социальные ресурсы обеспечивают повышение статусных позиций пользователей в иерархии сообществ. "Качества" пользователей, выделяемые российскими исследователями, он обобщает в три группы:

---

59 Бондаренко, С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. Ростов-на-Дону, 2004. С. 61.

60 Бондаренко, С.В. Социальная общность киберпространства. [Электронный ресурс].

61 Бондаренко, С.В. Социальная структура... С. 80.

62 Рыков Ю. Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал // Журн. социологии и социал. антропологии. 2013. № 4. С. 6.

63 Бондаренко С.В. Социальная структура... С. 138-140.

1) обладание компетентными знаниями и навыками в рамках определенной темы, включенность в дискурс сообщества, техническая компетентность, коммуникативная компетентность<sup>64</sup>, креативность<sup>65</sup>;

2) величина сети социальных связей, оказание эмоциональной поддержки другим пользователям, помощь новичкам в социализации<sup>66</sup>;

3) обладание аудиовизуальной продукцией для обмена.

Ю.Г. Рыков даже высказывает идею о возникновении нового вида капитала – коммуникативного капитала, так как виртуальные сообщества интегрированы на базе технологий виртуальной коммуникации, поэтому само виртуальное общение и выступает источником нового вида капитала и социального неравенства. Если цель сообщества – общение, то наибольшие шансы на получение власти имеет тот, кто производит больше успешных коммуникаций, поэтому понимание коммуникативного капитала кроется в представлении об эффективности коммуникации.<sup>67</sup>

#### *Темпоральность в виртуальных сообществах*

Бондаренко в своей работе также уделяет большое внимание понятию «социальное время». Социальные практики, пишет он, разворачиваются не только в пространстве, но и во времени. История существования и эволюции тех или иных сообществ – это прежде всего временность (темпоральность) социальных интеракций в своей протяженности и длительности. Социальное время существует в виде трех модусов: прошлого, настоящего и будущего. Мы можем вести речь о взаимодействии прошлого (коллективный опыт, воплотившийся в системе знаний, паттернах поведения, социальных нормах и т.д.), настоящего (интеракции) и будущего (реальные возможности развития социальных взаимодействий, планы эволюции социальной структуры сообществ и т.д.).<sup>68</sup> Социальное время он рассматривает как ресурс социальной структуры. Типология социального

---

64 Maximova O.V. Social Aspects of Internet Communication: Virtual Community and Communication Personality // Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Сер. Социология. 2011. 1. С. 27.

65 Царева А. В. У истоков Интернета: принцип маргинальности как условие творчества / Ценностно-нравственные проблемы российского общества: самореализация, воспитание, средства массовой информации. СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та. 2008. С. 213-214.

66 Скуратов А. Б. Локальные Интернет-сообщества крупного российского города:

социально-стратификационный анализ / Автореф. дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Скуратов Алексей Борисович. Екатеринбург, 2009. С. 14.

67 Рыков Ю. Г. Виртуальное сообщество как социальное поле... С. 7.

68 Бондаренко С.В. Социальная структура... С. 245.



времени как ресурса социальной структуры виртуальных сетевых сообществ включает: синхронизацию активности, координацию деятельности, последовательность осуществления интеракций, своевременность размещения контента, длительность осуществления коммуникационных процессов, дифференциацию информационных ресурсов. Временные циклы социальной жизни в киберпространстве состоят из суточных циклов, недельных циклов, циклов связанных со временами года, а также из ежегодных циклов активности, привязанных к определенным датам. Циклы активности сообществ фанфикшена привязываются в основном к каким-либо событиям, связанным с произведениями канона (выход фильма/книги/комикса, появление в сети какого-либо интригующего контента (фото, твит, видеоролик и т.п.), интервью с создателями и т.д.). Также в этом контексте особенно выделяется мероприятие Фандомной Битвы, которое всегда привязано к определенным датам два раза в год: летом и зимой. Также в процессе всего мероприятия вся деятельность участников регламентирована большим количеством дедлайнов, что также демонстрирует важность для участников времени как социального ресурса. С точки зрения осуществления интеракций важно понятие дискреционного периода осуществляемых в киберпространстве коммуникаций, под которым понимается максимальный размер временных единиц, приемлемый для акторов, участвующих в процессе опосредованной компьютером коммуникации. В киберпространстве ряд информационных ресурсов использует время в качестве экономической категории (к примеру, подписка на какой-либо журнал, доступ к прослушиванию музыки или просмотру фильмов). При анализе функционирования социальной структуры виртуальных сетевых сообществ различают монохромную и полихромную культуры информационных взаимодействий или же, говоря по иному, различают монохроническое и полихроническое восприятие социального времени участниками комьюнити.<sup>69</sup>

### *Социализация, социальные нормы и контроль*

В киберпространстве происходят процессы, сходные с происходящими в реальном обществе, в частности, имеет место процесс социализации, под которой понимается процесс вхождения (интеграции) пользователя в социокультурную среду посредством освоения технологий коммуникации, информационной культуры, социальной навигации, информационной грамотности, а также социальных норм, ценностей и ролевых требований. Уровень электронной грамотности и информационной культуры, а также

---

<sup>69</sup> Там же, с. 255.

знание особенностей, правил и норм виртуального общения служат показателями социализации в киберпространстве. Социализация происходит посредством давления со стороны виртуальных обществ, а также свободы выбора собственных стратегий интернет-взаимодействия. Первое знакомство личности с социальной реальностью телекоммуникационных сетей осуществляется в процессе первичной социализации. Усвоение индивидом в процессе социализации социального опыта может рассматриваться с точки зрения четырех основных модусов: социализация через восприятие социальных мифов; усвоение моделей поведения и правил социальной навигации; усвоение норм, ценностей и установок конкретного виртуального сетевого сообщества; усвоение правил осуществления интеракций в рамках социальной системы киберпространства в целом. Объективным показателем усвоения индивидом в процессе социализации норм коммуникативных взаимодействий является уровень информационной культуры.<sup>70</sup>

Нормы в виртуальном сообществе по своей сути являются одним из результатов «социального договора», составленного в результате коллективно пережитого опыта взаимодействий участников. В рамках этого договора все действия по принуждению воспринимаются большей частью пользователей как необходимые для выживания сетевого социума. Поведение, не соответствующее самосохранению всей системы, пресекается и подвергается санкциям, так как угрожает всей структуре виртуального сообщества.

Бондаренко выделяет три модели организации в киберпространстве социального контроля. В первой модели функцию контроля методами саморегуляции выполняет само сетевое сообщество, во второй - эта функция является исключительной прерогативой государства и в третьей модели - функции социального контроля государство и сетевые сообщества реализуют совместно<sup>71</sup>. Если говорить о виртуальных сообществах фанфикшена, то деятельность участников регулируется в них преимущественно администрацией самого сообщества, однако влияние государства также имеет место быть в виде законов о средствах массовой информации, об авторских правах и так далее. Сегодня государство активно вмешивается в происходящие в виртуальности события, поскольку во многом они могут оказывать влияние на реальную жизнь социума. Интернет уже давно не является полем безнаказанности.

Применительно к реалиям киберпространства можно вести речь и о двух основных процессах социального контроля:

---

<sup>70</sup> Там же, с. 97.

<sup>71</sup> Там же, с. 150.

- интериоризации социальных норм и ценностей, осуществляемой в процессе социализации индивидов;
- применении санкций в отношении нарушителей.

Созданные таким образом механизмы позволяют ввести коллективные нормы через устанавливаемые виртуальным социумом формы воздействия на девиантов. Бонадренко уделяет большое внимание механизмам саморегуляции виртуального сообщества. Саморегулирование происходит тогда, когда регулируемый объект сам себе предписывает правила поведения. Он выделяет следующие инструменты внутригрупповой саморегуляции, которые помогают сообществу сохранить устойчивость:

- эффективно действующая система внутригрупповых санкций при отклонении от групповых норм;
- выполнение лидерами сообщества мер, ориентированных на реализацию принятой концепции развития комьюнити;
- осознание участниками цели и перспектив развития сообщества;
- коммуникативные навыки действий участников сообщества в социально-неблагоприятных условиях.<sup>72</sup>

При реализации вышеуказанных инструментов саморегуляции зачастую возникает диалектическое противоречие между интересами существующих в рамках виртуальных сетевых сообществ формальной и неформальной структур. Разрешить без возникновения социального конфликта указанное противоречие можно только при согласии сторон на выработку ориентированных на толерантность социальных норм, однако на практике такое бывает далеко не всегда.

Бондаренко выделяет разные социальные механизмы разрешения указанных противоречий:

- адаптивный - механизм, соединяющий в целях саморегуляции формальную и неформальную структуры сообщества по принципу взаимной дополнителности (увеличивает функциональность социальной структуры);
- дезадаптивный - механизм, предусматривающий в целях обеспечения саморегуляции подавление одной структуры другой (ограничивает возможности развития социальной структуры);
- амбивалентный механизм саморегуляции сочетает действие двух вышеуказанных механизмов (последствия применения трудно прогнозируемы, поскольку зависят от множества ситуативных факторов).

---

<sup>72</sup> Там же, с. 153.

Сложность решения вопроса саморегуляции вызвана тем, что меры социального контроля должны, с одной стороны, носить жесткий и однозначный характер, а с другой - обеспечивать акторам определенную свободу действий, не препятствуя процессам трансформации социальной структуры.

## **2.2. Создание, представление и потребление контента как структурообразующие факторы виртуального сообщества**

Основной функцией коммуникативной интеракции в киберпространстве является достижение социальной общности коммуникантов, при сохранении индивидуальности каждого из акторов. Речь при этом идет, прежде всего, о понимании других людей и целей, для которых они планируют использовать контент. При этом под пониманием подразумевается многоаспектное социальное явление, включающее восприятие индивидом других акторов, интерпретацию их действий и мотивов поведения с целью дальнейшего целенаправленного воздействия. Необходимо учитывать, что взаимодействия в киберпространстве происходят не сами по себе, а в среде, созданной программными и техническими артефактами. Соответственно, вопросы обеспечения функционирования коммуникативной инфраструктуры могут оказаться критически важными для развития сообщества. Новая среда диктует появление и новой парадигмы интеракций, учитывающей не только разнообразие технических решений доступных пользователям, но множественность контекстов взаимодействий (социальных, экологических, технических, экономических, временных и пространственных). Отсюда делается вывод о том, что интеракция - это процесс, влияющий на поведение пользователей, в ходе которого участвующие в нем акторы постоянно корректируют свое символическое поведение.

Различные типы сообществ используют разные модели межличностной и межгрупповой коммуникации. Нельзя забывать про некоторые специфические особенности, отличающие коммуникацию «онлайн» от коммуникационных процессов «оффлайн». Бондаренко выделяет три формы коммуникативных взаимодействий в киберпространстве:

- безличная форма (представлена взаимодействием пользователя с контентом);
- межличностная (коммуникационные взаимодействия одних акторов с другими);

- гиперперсональная форма (отражает атмосферу, позволяющую делать выводы о степени искренности участвующих в коммуникативных практиках акторов).<sup>73</sup>

В виртуальных сообществах фанфишена можно наблюдать ярко представленными все три формы взаимодействий, однако, на наш взгляд, безличная форма является основополагающей для большинства сообществ, поскольку все практики участников в той или иной степени завязаны на действиях по отношению к текстам (фанфикам). Их чтение кем-либо остается анонимным до тех пор, пока читатель не оставит свой след в сообществе в виде комментария, оценки или награды, и тогда взаимодействие перетекает в межличностную коммуникацию. Кроме того, автор фанфика, создавая свой текст, изначально взаимодействует именно с ним, обращаясь именно внутрь себя, нежели к потенциальным читателям, и этот процесс имеет рефлексивный характер. Однако, выкладывая свое творчество на суд участников сообщества, автор посредством своего текста начинает коммуникацию с другими людьми. Имеется возможность и более персонализированного, более личного взаимодействия между теми участниками, у которых складываются близкие, дружественные отношения – например, между определенным автором и его преданными читателями, или между поклонниками одного и того же автора, общение которых уже устоялось (возможно, даже, за пределами конкретного сообщества) и его уникальная специфика перенеслась в виртуальное поле сообщества, выраженная преимущественно в комментариях, но также и в «шапках» фанфиков, посвящениях, отдельных постах, отсылках-«пасхалках» в самих произведениях и т.д. Согласно Джозефу Вальтеру<sup>74</sup>, гиперперсональные связи возникают тогда, когда пользователи испытывают общность, обладают самосознанием, физически разделены, осуществляют взаимосвязь через ограниченные сигналы интернет-каналов. Это позволяет актерам редактировать, создавать и отвечать взаимностью представлений своих партнеров без вмешательства окружающей действительности.<sup>75</sup> Гиперперсональная форма взаимодействия в фанфикшене, возможная, в отличие от двух предыдущих, лишь в киберпространстве, выражается в возможности фанатов создавать и представлять своё творчество в соответствии с идеализированными образами других акторов, редактировать его в процессе представления и выбирать наиболее подходящую им стратегию поведения

---

<sup>73</sup> Там же, с. 178.

<sup>74</sup> Walther, J. B. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction // Communication Research, 1996. № 23. С. 3-43.

<sup>75</sup> Там же.

и самопрезентации. Читатели, в свою очередь, имея за плечами опыт коммуникации с другими авторами, сами конструируют образ данного автора посредством производимого им текста, соотносят его с предыдущими идеализациями и только потом вступают с ним в обратную связь.

Одна из главных особенностей любой социальной структуры заключается в степени связи акторов между собой. Как и в офлайновой среде, в киберпространстве индивид поддерживает социальные связи, которые могут быть как прочными (сильными), так и поверхностными (слабыми). Прочные и поверхностные связи одинаково необходимы для нормального функционирования социальной структуры. Потоки информации в киберпространстве соответствует социальной силе агентов и направлены от более сильного к более слабому.<sup>76</sup>

Контент является главной формой представления типичных форм символических взаимодействий, релевантных для социальной системы киберпространства. «Контент» (content) можно перевести как содержание и содержимое, суть, сущность, объем, емкость, вместимость. Без контента, а также без определенного минимума знаний акторов о том, как с контентом взаимодействовать, существование социальных структур в киберпространстве невозможно. Производство, восприятие и распространение контента являются основными функциями социальной деятельности, осуществляемой людьми в киберпространстве.<sup>77</sup> Бондаренко рассматривает указанные действия в качестве ресурса социальной структуры виртуальных сетевых сообществ, упорядоченного в определенных (хотя и трудно определяемых) пределах. Процессы циркуляции контента в рамках социальных структур понимаются с точки зрения социального обмена. В киберпространстве разработка, распространение и потребление контента являются отражением социальных отношений участвующих в этом процессе акторов, а, значит, указанные процессы лежат в основе функционирования социальной структуры сообщества. В зависимости от формы представления контент может выполнять разные коммуникативные функции:

- пассивное представление контента (один со многими) – это статическое линейное размещение контента;
- активное, или динамическое представление контента (многие со многими) предусматривает наличие гиперссылок, программных артефактов для осуществления межличностных коммуникативных взаимодействий и т.д.

---

<sup>76</sup> Бондаренко С.В. Социальная структура... С. 182.

<sup>77</sup> Там же, с. 228.

Один лишь процесс публикации фанфика на каком-либо ресурсе на первый взгляд, может, и кажется относящимся к пассивному представлению контента, на деле же это в большинстве случаев совершенно динамическое представление. Это не просто какой-либо текст, выложенный на странице автора в ожидании просмотров и комментариев. Уже в нем самом прослеживаются социальные сети, сложившиеся над конкретными людьми. Мы можем проследить многие из этих связей благодаря лишь «шапке» работы, являющейся обязательным атрибутом любого фанфика и содержащей всю необходимую информацию о произведении, а также многое сверх того. Например, работа была написана в соавторстве с одним или несколькими авторами. Или же ее редактировал не сам автор, а так называемая «бета»<sup>78</sup>, или «гамма». Возможно, фанфик написан по чьей-то заявке. Или же к работе кто-то нарисовал иллюстрацию («арт»), и ссылка на нее находится в шапке. А еще автор мог написать посвящение и указать конкретный ник своего товарища, вдохновившего его на написание фанфика (это уже само по себе представляет интересный феномен, поскольку фаната вдохновляет на создание фанфикшена не официальный канон, а другой член сообщества, который может являться просто другом автору, или же автором другого произведения, и так далее). «Шапка» фанфика позволяет не просто дать информацию о рассказе, но также охватить все сети, в которых данный автор является связующим звеном, и каждая их его ссылок на другого пользователя, на чей-то фанфик или арт помогает осуществлять межличностное взаимодействие посредством таких форм коммуникации, которые возможны лишь в виртуальном сообществе фанфикшена.

От качества контента, его оригинальности и формы, в значительной мере зависит формирование сетевого комьюнити и, соответственно, его социальная структура. Контент привлекает и удерживает пользователей вокруг того или иного информационного ресурса или сервиса внутри сообщества. В свою очередь, сформированное в киберпространстве сообщество может рассматриваться в качестве символического капитала соответствующего информационного ресурса. Таким образом, в киберпространстве контент выступает как в качестве окружающей среды, так и в качестве ресурса социальной структуры.

### **2.3 Формирование идентичности виртуального сообщества через фанатское творчество**

Вопросы идентификации и самоидентификации фанатов изучались достаточно широко и с разных позиций. Они были освещены в сборнике Лизы Льюис «Влюбленная

---

<sup>78</sup> Бета (или бета-ридер) – добровольный редактор, который прочитывает фанфик перед публикацией и исправляет орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки.

аудитория», а также в работах Д. Дженсон, Л. Гроссберга, С. Фиша, К. Буссе, Г. Дженкинса, Дж. Грея и других. Одни исследования опираются на сопоставление фанатских и религиозных практик, другие концентрируются на вопросах стигматизации, социальной адаптации и иерархизации фандома, третьи ищут ответы за рамками сообщества. Важным аспектом остается формирование гендерной идентичности, и этот вопрос исследуется бок о бок с феноменом слэша. За пару десятилетий изучения идентичности исследователям удалось избавить понятие «фанат» от негативной оценки, почти приравнять его к «приверженцу» и «поклоннику», а трактование «фандома» - расширить до любых интерпретативных сообществ, реальных и виртуальных. Генри Дженкинс рассуждает о том, что культура сегодня практически не существует вне фанатства, а фандом превратился в универсальную категорию. «Фандом сегодня стал настолько неотъемлемой частью того, как работает и выпускается творческая продукция, что он перестает функционировать как значимая категория субкультурного анализа. С этой точки зрения, у фандома нет будущего».<sup>79</sup>

Взаимодействие фанатов с медийными продуктами порождает интерпретативные сообщества. Особенно важным аспектом их изучения является то, как фанаты общаются друг с другом в пределах этих сообществ, поскольку именно это, по большей части, определяет то, что они в итоге создают. То, что создает каждый конкретный участник сообщества, является его обратной связью не только на источник канона, но и на весь контекст, сложившийся в сообществе вокруг этого источника: другие произведения фанатского творчества, отзывы, комментарии, мемы, общение тет-а-тет, аналитические материалы и многое другое. Идентичность сообщества во многом определяется тем, какую интерпретацию канона выбирают для себя его участники. Здесь же располагается и грань, разделяющая интерпретативные сообщества друг от друга и порождающая столкновения между ними. Кристина Буссе пишет: «Фанфикшн не складывается из самостоятельных работ — это единое, внутренне противоречивое и глубоко интертекстуальное коллективно созданное целое, которое постоянно увеличивается в объеме за счет непрекращающегося потока новой информации, генерируемой фанатами на разных творческих платформах. Интертекстуальность, взаимосвязь и с исходным текстом, и с текстами, созданными фанатами, являются важнейшими признаками фанфикшена».<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Jenkins H. The future of fandom // Fandom: Identities and communities in a mediated world ed. Gray J., Sandvoss C, Harrington C.L. New York: New York University Press, 2007. P. 364.

<sup>80</sup> Буссе К. Канон, контекст и консенсус: новый подход к пониманию фанфикшена // Балт. филол. курьер. Калининград, 2007. № 6. С. 347.



К. Буссе вслед за С.Фишем использует понятие «интерпретирующие сообщества», в котором, в отличие от Фиша, видит объединение не просто интерпретативных стратегий и бартовскую «активную интерпретацию», а создание новых текстов, которые интерпретируют источник. Интерпретирующие сообщества возникают тогда, когда те или иные интерпретации источника считаются более валидными по сравнению с другими; их сторонники объединяются в сообщество.<sup>81</sup> Социальные конфликты возникают во многом на столкновении интерпретаций канона. Каждое сообщество диктует свой способ прочтения текста как единственно правильный. Самым распространенным признаком интерпретирующих сообществ является пейринг<sup>82</sup> и связанный с ним феномен шипперства<sup>83</sup>. Например, если одного и того же героя представители разных интерпретативных сообществ «шипперят» с разными персонажами (например, Гермиона Грейнджер/Гарри Поттер и Гермиона Грейнджер/Северус Снейп), то этот факт представляет потенциальную угрозу для развития конфликта на почве пейрингования, т.е. способа интерпретации канона. Шипперство является важным аспектом идентичности участника фанатского сообщества. Часто фанаты считают себя именно поклонниками определенного пейринга, а не всего фандома в целом; они могут даже не ориентироваться в оригинальном источнике по вопросам, не связанным каким-либо образом с их любимой парой, и наоборот, вычитывать в (медийном) тексте то, что к ней относится и воспринимать события сквозь призму пейринга. К. Буссе пишет, что иногда интерпретирующее сообщество представляет собой условную договоренность, консенсус между читателями, иногда оно действительно реализуется как отдельно стоящая группа читателей, социально отличная от других. Учитывая тот факт, что принадлежность к тому или иному интерпретирующему сообществу может определяться всего лишь одним фактором (таким, как предпочтение по пейрингу или стилю изложения), легко увидеть, каким образом один и тот же читатель может состоять в нескольких интерпретирующих сообществах одновременно<sup>84</sup> и идентифицировать себя с каждым из них. «Вне зависимости от того, в какой степени авторы фанфикшена опираются на канон, они всегда создают свои произведения, имея в виду читателя как имплицитного, так и реально

<sup>81</sup> Там же, с. 350.

<sup>82</sup> Пейринг (англ. pairing) – два персонажа, связанные романтическими отношениями. Пейринг характеризуется как понятие, не отделимое от фанфиков, сюжет которых, как правило, крутится вокруг романтической линии этих персонажей.

<sup>83</sup> Шипперить (шип, шиппер, шипперство; от англ. relationship) – быть поклонником определенного пейринга и зачастую «пропагандировать», продвигать его, демонстрируя свои предпочтения в фандоме.

<sup>84</sup> Буссе К. Канон, контекст и консенсус... С. 352.

существующего, и ощущают себя частью интерпретирующего сообщества, которое влияет не только на то, каким образом они воспринимают источник, но и на их отношение к совокупному фантексту». <sup>85</sup> В таком случае мы можем напрямую соотносить коллективную интерпретацию с коллективной идентичностью.

С точки зрения С.В.Бондаренко, стабильность существования любой социальной структуры зависит от степени интеграции личных потребностей личности с интересами участников сообщества. Без стремления акторов к достижению коллективных целей, соблюдения общих для участников комьюнити этических норм сетевое сообщество не может считаться сформированным. В социальном отношении виртуальные сообщества признаются со стороны их участников сформированными только после принятия общих норм поведения.

С.В. Бондаренко исходит из конструктивистской точки зрения и описывает формирование коллективной идентичности в три стадии:

- 1) В ходе социализации нового участника происходят процессы взаимного влияния индивидуальной идентичности актора и коллективной идентичности группы.
- 2) Актор принимает участие в формировании коллективной идентичности с учетом социального времени существования сообщества.
- 3) Актор, вступая в коммуникационные взаимодействия с представителями других сообществ, в первую очередь представляет коллективную идентичность, а уже во втором - демонстрирует идентичность индивидуальную.

Если мы говорим о сообществах фанфикшена, то новый участник в большинстве случаев начинает свое «членство» не с создания какого-либо фанатского произведения по любимому источнику. Изначально индивид устанавливает для себя свою принадлежность к какому-либо фандому. Здесь мы ведем речь о гораздо более обширной, глобальной общности людей, объединенных увлечением неким продуктом культуры. Нужно также помнить о том, что в силу трансмедийности феномена фанатства в любом интерпретативном сообществе, образованном на базе любого фандома, присутствует не только фанфикшн, но и другие виды творчества фанатов, будь то видео, арты, песни, косплей и прочие разновидности. Все проявления фанатского творчества оказываются тесно связанными в пределах сообщества и не только, они переплетаются, ссылаются, дополняют друг друга – так же, как и их авторы, т.е. участники сообщества. До того, как

---

85 Там же, с. 354.

создать что-то самому, новый участник сообщества знакомится с тем, что было создано до него, тем самым вовлекаясь в контекст сообщества, усваивая его нормы, а также делая для себя выводы о том, готов ли он становиться его частью и принимать правила игры. Если социализация проходит успешно, то индивид начинает идентифицировать себя с сообществом и его участниками. Знакомство с продуктами фанатского творчества помогает ему осознать, какой вклад он сам хотел бы привнести в это сообщество: остаться молчаливым анонимом, быть только читателем и критиком, или же он готов создать что-то уникальное сам. Вовлеченность в контекст сообщества и идентификация с ним становятся обязательными предпосылками, определяющими то, что создаст этот участник. В свою очередь, тот продукт, который получается на выходе, встраивается в сообщество, становясь одним из «винтиков» системы и работая вместе с ней над групповой идентичностью, а также оказывая влияние на процесс идентификации новых участников. Что касается случаев создания чего-либо участником «для себя», то это случается крайне редко и, если и помогает функционированию всего сообщества, то только, возможно, в перспективе. Основным элементом коммуникации в виртуальных сообществах фанфикшена (и фанатского творчества в целом) является именно публичность создаваемых текстов, их доступность публике (либо широкой, либо ограниченной рамками сообщества). К слову о доступности: факт членства в сообществе тем сильнее влияет на идентификацию участников, чем ограниченнее к нему доступ. Другими словами, состоять в закрытом сообществе, в которое принимает администрация путем проверки профиля участника или личной коммуникации с ним, не только оценивается как более престижное, но и влияет на процесс ускорения и углубления идентификации с ним, хотя и не является определяющим. В данном случае также более явным видится представление участником коллективной индивидуальности при контакте с другими сообществами, потому что его статус членства является практически официальным.

С.В. Бондаренко пишет, что групповая идентичность наиболее ярко проявляется в виртуальных сетевых сообществах в возникновении конфликтных ситуаций, исходящих либо извне, либо зарождающихся внутри самого сообщества. В этом случае участники, имея сильные связи друг с другом, могут подняться выше личных интересов в пользу защиты своего сообщества. Виртуальные сетевые сообщества обеспечивают своих участников позитивным коллективным «мы» за счет того, что группа позитивно отлична от других сообществ. При этом процесс выявления различий не менее важен, чем процесс нахождения сходства. «Коллективная идентичность - это не просто рисунок

познавательной границы, а более того - это эмоции других участников группы, основанные на заботе о сохранении членства».

Социальный конфликт является важным фактором развития социальной структуры виртуальных сетевых сообществ. В значительной мере благодаря социальному конфликту происходит установление и сохранение границ между виртуальными сетевыми сообществами. Межгрупповой конфликт усиливает процессы формирования групповой идентичности, как на микро-уровне, так и на макро-уровне (информационная война). Дуализм социальных конфликтов заключается в том, что с одной стороны их используют акторы отрицательной девиантной направленности, а с другой - благодаря социальному конфликту происходит эволюция социальной структуры виртуальных сетевых сообществ.

#### *Подходы к классификации виртуальных сообществ*

Бондаренко выделяет несколько типизаций отношений, с помощью которых можно проанализировать социальную структуру виртуальных сообществ.

- Объединение - обособление. Объединение в сетевое сообщество одновременно подразумевает обособление от участия в деятельности других аналогичных групп. И хотя границы между сообществами достаточно «прозрачны», тем не менее, ощущение причастности к группе (групповая идентичность) играет важную роль в процессах самоидентификации пользователей.
- Обмен результатами взаимодействия с контентом - конкуренция и социальные конфликты. Обмен и конфликт выступают в качестве двух сторон социальных интеракций в телекоммуникационных сетях как взаимодействий субъектов, в качестве которых могут выступать как отдельные пользователи, так и сообщества.
- Присвоение – отчуждение (отношения собственности). По форме собственности информационные ресурсы могут быть классифицированы на: частные, государственные, муниципальные, негосударственные и смешанной формы собственности. Со стратификацией связаны отношения власти и подчинения.
- Отношения собственности на информационный ресурс и властные отношения (в деятельности сообществ чаще всего переплетаются).
- Сообщества «общего интереса» - сообщества «общих ценностей». Первый тип сообществ отражает рыночные принципы социальных взаимодействий и характерен для коммерческих информационных ресурсов и электронных медиа. Второй тип основан на более устойчивых личных связях.

Прочие критерии классификации:

- по принципу членства акторов: фиксированные и нефиксированные.

- по возможности участия в их деятельности: открытые для доступа и закрытые.
- в зависимости от степени интерактивности взаимодействия пользователя с контентом сообщества: сообщества пассивного взаимодействия и сообщества интерактивного взаимодействия. В свою очередь сообщества интерактивного взаимодействия могут быть типологизированы на информационно-ориентированные сообществам сообщества ориентированные на эмоциональную коммуникацию.
- по организационной форме сообществ: электронные конференции, виртуальные коммерческие структуры, электронные библиотеки и т.д.
- по количественному составу участников: макросоциальные и микросоциальные виртуальные сетевые сообщества. Макросоциальные сообщества (большие группы) могут состоять как из отдельных микросоциальных сообществ (малых групп), так и не иметь деления на имеющие социальную структуру устойчивые микросоциальные сообщества. Макро- и микросоциальные сообщества взаимосвязаны. Сообщества могут эволюционировать от объединений, имеющих общие интересы и при этом знакомых между собой индивидов (микросообществ), до макросообществ, в которых большинство акторов не осуществляют коммуникативные взаимодействия непосредственно друг с другом.<sup>86</sup>

В технологическом плане возникновение виртуальных сообществ возможно лишь на базе форумов и блогов, так как иные технологии не обеспечивают возможность устойчивого общения в рамках более менее крупной группы людей. Таким образом, виртуальные сообщества возможны на базе таких технологий коммуникации, которые обеспечивают массовую (публичную) коммуникацию между пользователями - коммуникацию каждого со многими.<sup>87</sup> Итак, виртуальные сообщества отличаются от прочих виртуальных форм социальной интеграции, тем что, во-первых, используют общий для всех членов канал коммуникации, во-вторых, имеют четкие границы (членство) и, в-третьих, характеризуются общностью целей/интересов своих участников.

---

<sup>86</sup> Бондаренко С.В. Социальная структура... С. 279-280.

<sup>87</sup> Рыков Ю. Г. Виртуальное сообщество как социальное поле... С. 3.

## ГЛАВА 3. СОЦИАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ ФАНДОМНОЙ БИТВЫ (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

### 3.1 Характеристика процесса Фандомной Битвы

«Фандомная Битва» (Fandom Combat, Fandom Kombat, Fandom Battle<sup>88</sup>) - масштабное виртуальное мероприятие, проходящее дважды в год (летом и зимой), начиная с 2011г., на сервисе онлайн-дневников Diary.ru. Суть его заключается в творческом соревновании между командами фанатов разных фандомов. И Летняя, и Зимняя Фандомные Битвы длятся чуть меньше полугода: в межсезонье объявляется набор участников, в основной сезон идет игра, и после нее еще около месяца подводятся итоги. В Битвах принимает участие около 200 команд, количество участников в которых может варьироваться от двух и более, причем максимальное количество не регламентируется и может достигать двух сотен человек.

Фандомная Битва, как и заявлено в ее правилах, является мультифандомной командой игрой. Каждая Битва начинается с набора участников в команды, для этого создаются так называемые «посты набора». Кто-то идет в игру устоявшимся составом, а кто-то набирает сокомандников с нуля. Также в этот период создаются посты заявок, где поклонники команды/фандома высказывают свои пожелания авторам-участникам о том, что они хотели бы увидеть или прочитать от них в этом сезоне. Когда команды собраны, организаторы публикуют полный список команд. После этого начинается сама игра. Команды выкладывают в порядке, установленном правилами, свои творческие работы. Работы выкладываются анонимно от имени командного логина – до конца Битвы неизвестно, каким конкретным авторам принадлежат выложенные командой произведения. С некоторыми различиями в Летней и Зимней Фандомных Битвах (далее – ЛФБ<sup>89</sup> и ЗФБ) это: «визитка» (представление команды), работы низкого рейтинга (фанфики, арты, видео, коллажи и т.д.), «челлендж» (задание на фантазию, которое может иметь любой вид, кроме традиционных), «БигБэнг-квест» (или макси-квест, т.е. тексты от 15000 знаков), работы высокого рейтинга, «спецквест» (работы абсолютно любой

---

<sup>88</sup> В 2015 году произошло разделение Зимней Фандомной Битвы (изначально Winter Temporary Fandom Kombat) на два сообщества: Winter Temporary Fandom Kombat и Winter Temporary Fandom Battle. Часть команд перешла в отделившееся сообщество, однако большинство остались в начальном. Причиной раскола стали разногласия среди организаторов. Структура WTF Battle практически во всем повторяет WTF Kombat, причем последний остается в разы масштабнее.

<sup>89</sup> Для удобства будем сокращённо называть Летнюю Фандомную Битву «ЛФБ», хотя среди самих участников больше принято называть её просто «ФБ».

направленности), «бонус» (агитматериалы) и «внеконкурс» (работы, по какой-либо причине не попавшие в выкладки конкурсных работ). Как можно заметить, видов фанатской активности в представленном мероприятии существует нескончаемо много, и, согласно С.В. Бондаренко, это служит аргументом трансцендентности данного сообщества, так как креативные коммуникативные процессы не ограничены в пространственном, технологическом, организационном и временном плане. Битва организована таким образом, чтобы упорядочить любое проявление фантазии участников и сделать ее максимально доступным для всех желающих ознакомиться. Каждый этап выкладки резюмируется администраторами в отдельных постах, а затем структурируются и все этапы, что делает поиск по сообществам максимально простым и удобным. Это весьма важно, потому что в ходе одной только Битвы выкладываются тысячи новых уникальных фанатских произведений. После каждого этапа выкладок по тому или иному квесту проводится читательское голосование (отдельно за авторов и в целом за работу команд). После подведения итогов голосования, составления рейтинга команд и выявления победителей наступает завершающий этап – деанонимизация («деанон»), когда команды высылают списки, где соотносят своих участников с названиями выполненных ими работ. После деанона Фандомная Битва считается завершённой.

Для Битвы создано несколько виртуальных сообществ, каждое из которых имеет перед собой цель структурировать различные аспекты деятельности участников. В Главном сообществе происходят все организационные этапы игры и подводятся итоги; в нем содержатся правила Битвы, ответы на вопросы и все необходимые ссылки. Оно является основным информационным сообществом игры и открыто для всех зарегистрированных пользователей Diary.ru.

Для каждой игры создается ежегодно Сообщество выкладок, в котором во время игры ведется интенсивная выкладка контента от имени каждой команды. Сообщество выкладок закрыто от несовершеннолетних пользователей и не индексируется поисковиками. В него может вступить только командный логин, от которого играет команда до этапа «деанона». Сообщество выкладок даже одной-единственной Битвы является чрезвычайно массивным из-за огромного количества разнообразного контента.

Точно также для каждой игры создается и Сообщество голосования, где, соответственно, участники и читатели голосуют за понравившиеся работы.

Кроме этого, существует также Сообщество капитанов, в которое допускаются только капитаны от играющих команд и где происходит обсуждение модераторов игры и капитанов всех организационных вопросов, итоги чего в последствии публикуются в Главном сообществе.

В сообществе с названием «Офис» происходит личная коммуникация участников в пределах своей команды и организаторов; для каждой команды создается один отдельный тред<sup>90</sup>. Для стороннего наблюдателя сообщество выглядит неприветливо: все посты скрыты с пометкой «Доступ к записи ограничен». Сообщество «Офиса» служит для разрешения технических вопросов между командой и организаторами. А для личной коммуникации участники предпочитают создавать свои собственные сообщества и, кроме того, онлайн-чаты на других интернет-площадках (ВКонтакте, Skype, WhatsApp, Viber и др.).

Наконец, существует сообщество под названием «Инсайд» (для ЗФБ – «Зимний инсайд»), которое называют «тёмным близнецом» Главного сообщества. Инсайд используется для «свободного обсуждения» всего, что происходит на Фандомной Битве. Практически все обсуждения на Инсайте ведутся анонимно, хотя неанонимность в сообществе не запрещена. Именно анонимность обеспечивает участникам комфортные условия при коммуникации о насущных вопросах.

Таким образом, мы можем проследить в Фандомной Битве наличие некоторой стратификационной системы, устоявшихся правил и норм, функционального распределения участников, их регулярного взаимодействия, а также разделения ими общих ценностей и доступа к общим ресурсам. Из этого мы делаем вывод, что Фандомная Битва представляет собой виртуальное сетевое сообщество, которое функционирует благодаря нескольким крупным подсообществам и множеству мелких (командных и тематических). Все подсообщества связаны между собой напрямую или косвенно посредством ссылок в единую сеть; связь между элементами не всегда имеет обратный характер. Доступ к контенту и ресурсам регулируется администрацией и не всегда является равным для всех пользователей. Как уже говорилось выше, в некоторые сообщества доступ открыт только для пользователей, занимающих определенное место в структуре сообщества, например, Сообщество капитанов. В других сообществах большинству ограничивается доступ к отдельным записям и тредам по принципу групповой принадлежности, например, сообщество «Офис». В Сообществе выкладок

---

90 Тред – это последовательность ответов на сообщение (пост), «ветвь обсуждения».



присутствует также ограничение по возрасту (18+), обусловленное не только правилами сервиса Diary.ru, но и законодательством РФ о средствах массовой информации, потому что именно в Сообществе выкладок представлен весь контент различной направленности и возрастных рейтингов, что может содержать элементы порнографии, насилия и жестокости. Фандомная Битва в силу своей доступности массовому интернет-пользователю вынуждена считаться с юридической стороной вопроса. К слову, по сравнению со многими другими ресурсами фанатского творчества ФБ более ограничена в аспекте свободы слова в Интернете. С 2011 года произошло много изменений в правилах Битвы, и среди них – запрет на публикацию материалов, содержащих некоторые формы сексуальных девиаций, информацию о приготовлении и употреблении наркотиков и способах самоубийства. В других сообществах имеется ограничение к доступу по дате регистрации, например, в Сообществе голосования – это сделано для пресечения активности «ботов» (что, к слову, отнюдь не гарантирует их отсутствие).

Будучи заявленным «мультифандомным челленджем от фандомцев для фандомцев», Фандомная Битва за шесть лет своего существования стала самым популярным соревновательным мероприятием русскоязычного фанатского творчества среди своих аналогов. Альтернативы ФБ существуют – это отдельные фандомные или мультифандомные конкурсы и фесты гораздо менее крупного размаха. Фандомную Битву отличает от них не только масштабность, но и качественная и стабильная организация и общественная инфраструктура.

*[Информант 34]: «Сама идея конкурса фанфикишена меня не удивила – я участвую в фандомной жизни с 2009 года, так что с разного рода конкурсами сталкивалась множество раз. <...> Но идея мультифандомного конкурса была интересной – мне понравилось, что на ФБ можно быстро и без проблем познакомиться с другими фандомами, тогда как в обычное время это требовало специальных поисков».*

*[Информант 6]: «...битва позволяет «и других посмотреть, и себя показать», что, в общем-то, лично меня отвело от участия в мелких конкурсах, которые существовали еще до ФБ».*

Описав явление Фандомной Битвы, перейдем к основным пунктам программы эмпирического исследования.

**Объект:** виртуальное сообщество онлайн-соревнования "Фандомная Битва"

**Предмет:** социальная структура виртуального сообщества Фандомной Битвы.

**Цель:** выявить специфику социальной структуры сообщества Фандомной Битвы (ФБ).

**Задачи:**

1. Описать организацию и особенности функционирования виртуального сообщества ФБ;
2. Дать характеристику стратификационной системе ФБ;
3. Исследовать роль времени как социального ресурса;
4. Выявить ключевые социальные нормы и правила сообщества;
5. Проследить особенности формирования и проявления коллективной идентичности исследуемого сообщества;
6. Выявить влияние контента и творческого процесса на социальную структуру сообщества;
7. Охарактеризовать степень вовлеченности участников в коммуникационные процессы виртуального сообщества ФБ.

Полевые работы проходили с 20.03.2017 по 8.04.2017. Поскольку мероприятие по своей сути является виртуальным и, кроме того, ранее не изучалось, а респонденты ввиду разбросанности по всему миру труднодоступны для личного интервью, выборка осуществлялась методом снежного кома. Для интервью использовался гайд, содержащий пять блоков вопросов, каждый из которых соответствует поставленным исследовательским вопросам и задачам:

Блок 1. Идентичность фанатского сообщества.

Блок 2. Место участника в структуре сообщества.

Блок 3. Стратегии поведения участников сообщества.

Блок 5. Значение фанфикшна в Вашей жизни.

Блок 4. Выход за пределы виртуальности.

Для рефлексивных отчетов использовался вопросник, являющийся сокращённой версией гайда; опираясь на вопросы, респондент должен был написать цельный текст от 1000 знаков своём опыте участия в «Фандомной Битве».

Выборка – целенаправленная. Респонденты были взяты из числа желающих участвовать в исследовании и откликнувшихся на объявление в одном из виртуальных сообществ мероприятия – а именно на сообществе «Инсайд». Тред нашего запроса<sup>91</sup> привлек большое внимание со стороны участников и вызвал различного характера волнения, в частности, касающиеся темы анонимности. Пользователи были обеспокоены тем, как будет обеспечена анонимность тех, кто примет участие в исследовании. Анонимность, разумеется, была гарантирована, хотя эти гарантии многим показались недостаточно убедительными. Была замечена тенденция враждебного настроения к «чужакам» и пользователям, провоцирующих остальных участников к личной деанонимизации.

В нашем исследовании приняло участие 34 человека, из которых 24 прислали рефлексивные отчеты, 6 отвечали в ходе глубинного интервью (двое лично и четверо по Skype), еще с пятью была проведена групповая беседа с целью уточнения и сбора недостающей информации (один из информантов ранее прислал рефлексивный отчет, но также присутствовал на групповой беседе). Групповая беседа проводилась на сходке ЗФБ, посвященной только что завершенной игре. Возраст респондентов варьируется от 19 до 46 лет. Все информанты женского пола, за исключением одного FtM-трансгендера<sup>92</sup>, однако при этом небольшая часть респонденток говорит о себе в мужском роде. Мы предполагаем, что это в некоторой степени коррелирует с нетрадиционной сексуальной ориентацией, потому что эти участники охарактеризовали свое семейное положение как «лесби-отношения» или «лесби-брак». Исходя из полученных данных, мы можем сказать, что в нетрадиционных сексуальных отношениях состоят как минимум 6 респондентов (из них двое – друг с другом). Все респонденты, за исключением одного, имеют высшее образование (иногда более одного или ученую степень) либо находятся в процессе его получения. В плане профессиональной принадлежности участники практически поровну делятся на имеющих как техническую специализацию, так и гуманитарную. Среди всех опрошенных участников нам встретились как обычные участники, так и капитаны и заместители капитанов, а также два организатора Фандомной Битвы.

---

91 Режим доступа (только для зарегистрированных пользователей): <http://wtf-inside.diary.ru/p212336281.htm>

92 Термин FtM - от англ. female-to-male — «из женщины в мужчину».

### 3.2. Социальная стратификация и иерархия в виртуальном сообществе

Прежде чем анализировать социальную стратификацию в ФБ нужно оговориться, что как таковая она существует в весьма условном виде и характеризуется высокой динамичностью. Дело не только в том, что участники могут играть за несколько команд в ходе одной Битвы и выполнять в них различные функции, но и в том, что место каждого участника в этой системе может бесконечно меняться, и эта мобильность не ограничивается практически ничем – все зависит от личного желания участника и его вовлеченности в процесс.

*[Информант 3]: «ФБ - это такая маленькая модель общества, где каждый выполняет свою роль».*

Большинство информантов не склонны расценивать ФБ как иерархичную структуру. Однако, условно можно выделить два аспекта стратификации на Битве:

- 1) место участника в функционировании всего механизма ФБ;**
- 2) место фандома/команды среди других.**

В первом случае речь идет о том, какое место может занимать участник Битвы в процессе организации мероприятия. В обобщенном виде стратификацию в сообществе можно представить так:

1. организаторы («орги»);
2. помощники организаторов (не каждый сезон);
3. капитаны команд («кэпы»);
4. заместители капитанов («замкэпа»)<sup>93</sup>;
5. участники команд;
6. читатели, не участвующие в Битве.

Такую стратификацию мы с натягом можем назвать, по С.В. Бондаренко, информационной, поскольку здесь нет участников, которые могли бы считаться владельцами информационных ресурсов. Ближе всех к настоящим владельцам, имеющим право собственности на онлайн-ресурс Diary.ru, – организаторы, которые решают с ними технические и юридические вопросы. «Орги» занимаются группировкой выкладок, формированием каталогов работ, подсчетом голосов, поддержанием порядка и

---

<sup>93</sup> В некоторых случаях вместо капитана команды создается оргкомитет.

разрешением противоречий между участниками. Для всего этого организаторам требуются полномочия, объем которых определяется фактически максимально открытым доступом ко всем ресурсам. Капитаны, как правило, заняты собранием выкладок, координацией вычитки текстов, проверкой оформления работ по установленным правилам и также решением конфликтов. При этом все игроки, за исключением простых читателей, являются одновременно и создателями, и пользователями, поскольку все они участвуют в создании контента, наполняющего ресурс, и все этот же контент потребляют. Однако, в некоторых случаях определенным «слоям» участников может быть ограничен доступ к информации, которой располагают вышестоящие («Кэпсоо»), либо доступ регулируется фактом принадлежности к команде («Офис»). В случае сообщества «Инсайда» господствующая там анонимность является добровольным социальным уравниванием всех участников.

Место, которое участник может занимать в системе, зависит от того, обладает ли он необходимыми компетенциями, достаточно ли включен в дискурс сообщества и вовлечен ли эмоционально, имеет ли достаточный коммуникативный капитал. Каждый игрок делает выводы для себя, в каких областях он будет более эффективен для своей команды и для всего мероприятия. А участие одного человека в нескольких командах или выполнение им нескольких функций демонстрирует гибкость, динамичность и вместе с этим парадокс стратификационной системы ФБ: организатор Битвы, который стоит выше всех капитанов, может быть рядовым участником в одной из команд, где капитан будет «главнее» его. Таким образом, иерархия на Фандомной Битве имеет сетевой характер и на деле является добровольным принятием ролей, от которых в любой момент можно отказаться, взять на себя другие функции или вовсе уйти из игры.

*[Информант 2]: «Чаще всего, складывается так, что на зимние игры я хожу со своей командой кэпом – то есть, реально собираю и организую с нуля. А летом я наоборот, хожу играть к другим. Во-первых, смена позиций всегда хорошо сказывается на анализе собственных действий, а во-вторых, очень устаешь рулить, хочется и самому поиграть. <...> «Как такового какого-то МЕСТА у меня не было и нет, и тоже слава богу. Я просто делаю так, как мне нравится, и как понравится моей команде. Мы идём развлекаться, то есть, в первую очередь для себя, а не потому, что у нас есть перед кем-то какие-то обязательства».*

Что касается распределения функций внутри команды, то ситуация примерно такая же, хотя важное значение имеет личная вовлеченность в игру и групповая идентичность

сложившегося коллектива. «Политический режим» в командах может быть самым разным – от тоталитаризма до анархии, хотя большинство респондентов высказались в защиту демократических устоев, при этом оговорившись, что все зависит от конкретного состава участников. И если в масштабах всей Битвы организация воспринимается в основном как «безличная машина», важность бесперебойного функционирования которой ставится гораздо выше авторитета отдельных персон, то в случае отдельных команд вопрос организации коллективной работы более персонифицирован.

*[Информант 18]: «Мне случалось бывать в разных командах: в некоторых была просто шикарная организация, а в некоторых всем на все было пофиг, никто не шевелился, никто никого не шевелил, а в некоторые я бы никогда не пошла второй раз».*

*[Информант 10]: «...внутри команд я была и капитаном-тираном, и капитаном-президентом, и серым кардиналом, и простым трудягой, и рыбодобилом<sup>94</sup>. Зависит от команды и текущей необходимости: таки большой роли – большие обязанности».*

Для некоторых участников, однако, вопрос иерархии стоит более остро, и отношение к ней весьма серьезное:

*[Информант 1]: «Иерархия необходима. Это не вопрос лидерства или пассивности, а вопрос управления и работы в команде. Нужны координаторы, нужны участники разных специализаций, нужно их объединять, решать организационные вопросы и находить консенсус. Это вопрос выживания команды».*

*[Информант 23]: «Естественно, такая махина требует целого штата людей, которые всё организуют. <...> ФБ - мероприятие очень иерархическое. <...> Я использую своё высокое положение в этой иерархии (я капитан), чтобы ограничивать расслоение по “неправильным” критериям (например, я считаю неправильным считать новичка ниже в иерархии, чем ветерана)».*

Многозадачность, естественная для деятельности организаторов, является также и одной из важнейших сторон командной работы. Несмотря на то, что добровольное взятие участником тех или иных ролей, так или иначе, накладывает на него и определенные обязательства, многие игроки выполняют в своей команде зачастую сразу несколько задач. Иными словами, контент, генерируемый одним участником, может быть совершенно разноплановым:

---

<sup>94</sup> На сленге Фандомной Битвы, «рыбодобил» - участник, который ровным счетом ничего не делает для своей команды.

*[Информант 33]: «Пришла я на ФБ как текстовик, фикрайтер. Но в итоге побыла и бетой, и сеты аватаров делала, и косплей мы с ребятами сделали, также немного рисовала и под конец битвы ударилась в видеомонтаж, также помогала с ретушью, когда не успевали в дедлайн. В этом и плюс ФБ - что если хочешь, можешь попробовать себя в любой области».*

*[Информант 10]: «...по части производимого контента я делала в разные года натурально все - писала фики всех мастей, снимала косплей, крафтила, рисовала, фотошопила дизайн выкладок и верстала их, бетила и бегала с помпонами. Когда ходили за Каннареджо, половину контента произвела я. Была тогда кэпом-тираном, возможно, это связано - народ не напрягался, зная, что я все равно все сделаю и все закрою».*

*[Информант 23]: «те, кто играет постоянно, постепенно становятся универсалами, потому что частенько возникает потребность делать что-то за рамками своей специальности. И уже не вызывает страха мысль о том, что надо быстро освоить какое-то новое умение».*

*[Информант 26]: «Все взаимозаменяемы».*

Хотя это, скорее, популярная тенденция, а не повсеместное явление, но в силу смещения ролей стратификационное деление внутри команды представляется неоднозначным. «Должности» участников следуют обычно из того, чем предпочитает заниматься этот игрок или что у него получается лучше всего. Однако редко мы можем увидеть такую утопичную картину, где капитан занимается исключительно организационными вопросами, фикрайтер только пишет тексты, артер рисует, виддер занимается монтажом видео, а верстальщик – выкладкой. Многозадачность, на наш взгляд, напрямую связана с вовлеченностью в игру. Чем больше функций и ролей берет на себя участник, тем больше он ощущает себя причастным к происходящему. Позже мы еще вернемся к этому вопросу. Некоторые информанты связывают многозадачность с размером команды: чем меньше в ней участников, тем «многофункциональней» каждый из них. Когда команда большая, участник становится универсалом, если сам того желает. К слову сказать, некоторые специализации на Фандомной Битве ценятся выше остальных, потому что умельцев, занимающихся этим, сложно отыскать – обычно это виддер или артер. С этим могут возникать сложности, когда на одной чаше весов оказывается качество контента команды, а на другой – вопрос её участия в Битве:

*[Информант 23]: «Есть ещё так называемые “нужные люди”, например, единственный артер команды, без которого невозможно пройти битву, потому что некому закрывать визуальные выкладки. Иногда относительно таких “нужных” людей может допускаться несправедливость, например, если такой артер принесёт низкого качества текст, его возьмут в выкладку не потому, что он этого достоин, а потому, что если артер обидится, команда с битвы слетит».*

Организацией Битвы информанты-участники в большинстве своем довольны – учитывая, что организаторы занимаются этим исключительно на бескорыстной основе и из-за собственной заинтересованности, они справляются со своей задачей успешно. Участники отмечают, что управление Битвой – это большой труд, на который уходит много сил, времени и нервов. Из беседы с организаторами мы сделали вывод, что они мотивированы самой возможностью что-то организовать и обеспечить его полное функционирование своими силами, а также знакомствами и общением с множеством новых вдохновленных людей. При этом сами организаторы не ставят себя выше остальных участников, да и не видят в этом смысла.

*[Информант 8]: «...на внешнем уровне орги не главные, они на равных, во всяком случае для нас участники ЗФБ – друзья. <...> Мы стараемся, чтобы не было какого-то поклонничества. Мне всегда неудобно, когда начинают благодарить, извиняться за беспокойство, за вопрос и т.п. Мы - орги, отвечать на вопросы и помогать участникам - это наша обязанность. Я всегда им так и говорю на извинения. <...> Разницы никакой не вижу, соорги – друзья, участники – друзья, анонимы – по-разному бывает, но я стараюсь исходить из того, что тоже единомышленники».*

Для многих капитанов вопрос координации внутрикомандной деятельности стоит подобным образом: они предпочитают организовывать работу других, чем подчиняться кому-то и выполнять только функции рядового игрока. Это связано с реализацией личностных потребностей участников в самореализации:

*[Информант 23]: «Несколько раз играла простым игроком и поняла, что слишком часто сталкиваюсь с капитанами, которые, на мой взгляд, организуют процесс неправильно. Я в таких случаях начинаю нервничать и выхватывать руль. Проще с самого начала запланировать себе капитанство и рассчитывать на то, что придётся выполнять оргработу, чем с середины игры вместо того, чтобы спокойно писать,*



*бросаться что-то чинить. Начинала я с обычного игрока, но уже к концу первой игры был замкапитана, так что я всё равно полезу в оргработу. Лучшие уж капитаном».*

Интересный вариант внутрикомандной стратификации по принципу вовлеченности в командную работу и создания контента предложила одна из респонденток (Информант 9):

1. Участники, которые «делают много и хорошо» - приносят качественные работы, участвуют в организации, решают конфликты.
2. Участники, которые «делают мало, но хорошо» - их деятельность в команде узконаправлена, но они справляются с ней в полную силу.
3. Участники, которые «делают много, но слабо» - вся их творческая и организационная деятельность характеризуется количеством, но не качеством.
4. Участники, которые «делают мало и слабо».
5. Участники, которые «не делают вообще ничего».

Подобных взглядов придерживаются еще некоторые информанты:

*[Информант 23]: «...люди, которые участвуют в Битвах давно, ставят себя выше новичков, люди, принесшие много работ, - выше тех, кто принёс мало»<sup>95</sup>.*

Возвращаясь к выделенным выше аспектам стратификации, теперь рассмотрим фактор популярности и масштабности фандома/команды.

Если горизонтальная мобильность в пределах Фандомной Битвы является нормой и происходит довольно часто, то о вертикальной мобильности так сказать нельзя. Здесь речь в первую очередь о влиятельности определенных фандомов, популярность которых обеспечивает как приток новых участников в их команды, так и широкое внимание со стороны читателей. Совершенно естественно, что все фандомы разнятся по степени своей известности. Вслед за Информантом 9 мы развили предложенную ей ещё одну типологию:

1. «Монстрофандомы» и «монстрокоманды» (пересекающиеся, но не всегда совпадающие множества). Это либо представители большого и мощного фандома, либо команды, зарекомендовавшие себя на предыдущих битвах (если идут примерно тем же составом). Социальные ожидания к ним высоки – от них ждут первоклассную игру и очень качественный контент. «Монстрофандом» - широко используемый термин в сленге участников ФБ. К таким фанdomам можно отнести, например, вселенные Толкина, «Шерлока Холмса», «Гарри Поттера» (и возникший недавно приквел к нему –

---

<sup>95</sup> Информант, однако, считает, что такая иерархия не всегда нужна.

«Фантастические твари»), «Звездных войн», «Марвел» и других «флагманов» массовой культуры. Команды по этим фандомам почти не сталкиваются с проблемой недобора участников (их количество часто переваливает за сотню) и стабильно идут в игру из года в год.

2. Команды среднего масштаба – молодые или маленькие команды, представляющие неплохой уровень качества творчества и относительно стабильно собирающие свою аудиторию.

3. Команды малоизвестных фандомов (по словам информанта, «с сомнительным креативом»), пользующиеся низкой популярностью, или «мелконёхи»<sup>96</sup>. В таких командах, как правило, малое количество участников, и собрались они преимущественно ради того, чтобы таким образом маркировать существование своего фандома. Примеры – команда по российскому веб-сериалу или по не популярной игре.

Как следствие, примерно в такой же последовательности выстраиваются все участвовавшие в Битве команды после подсчета результатов голосования. К примеру, в последней WTF-2017 из 195 команд в десятке первых оказались 3 команды по вселенной Джоан Роулинг (так называемые «ложноножки»<sup>97</sup>), и также там оказалась команда по новому аниме-сериалу, стремительно набравшему огромную популярность, “YuGi!!! on Ice”. Таким образом, условия игры для команд изначально не являются равными:

*[Информант б]: «Побеждают одни и те же, голосовать ходят одни и те же, сколько бы ваша команда качественного контента ни принесла, если вы «маленькие и неизвестные», в отличие от огромных «монстрофандомов» с многолетней историей и толпой фанатов, то выше определенного места вы не поднимитесь».*

В таком случае можно говорить о некоторой иерархии и «расслоении» участников и команд. Значимые участники «монстрокоманд» и, в особенности, их капитаны, имеют признание и уважение, порой заслуженные не только на ФБ, но и за ее пределами.

<sup>96</sup> От прижившейся в сленге ФБ аббревиатуры «НЁХ», расшифровка которой содержит матерные слова.

<sup>97</sup> «Ложноножкой» называют команду, причастной к определенному канону, но концентрирующейся на отдельном его элементе или аспекте, будь то конкретный персонаж, совокупность персонажей, пейринг, место или время действия, какой-то артефакт и т.п. (к примеру, по вселенной Гарри Поттера могут быть следующие команды-«ложноножки»: «Гриффиндор», «Слизерин» (по принципу причастности к факультету), «Драрри», «Снарри», «Драмина» (по пейрингу)), «Мракоборцы» (по профессии), «Магглы» (по принципу необладания волшебными способностями) и т.д.). На ФБ может не участвовать главный монстрофандом, но может участвовать несколько его «ложноножек». В зависимости от популярности той части канона, которой заведует ложноножка, они могут занимать как первые, так и последние места в общем рейтинге.

Случается, что такой участник влияет или пытается влиять на внутрикомандные процессы, аргументируя это своим статусом «фандомного монстра». Однако сообщество воспринимает это довольно холодно. Среди участников Битвы есть, конечно, свои «звезды», заслужившие авторитет на ФБ или других фандомных площадках, имеющие огромный архив работ и тысячи подписчиков. Наряду с ними играют и неизвестные широкому фандомному кругу авторы, и новички. К новичкам некоторых команд относятся недоверительно, потому что они еще не успели заслужить уважение среди членов команды.

*[Информант 32]: «Если говорить о личном авторитете некоторых участников ФБ вообще, то он тоже не распространяется на все сообщество ФБ. Внутри команд или сообществ, которые следят за происходящим на ФБ в командах, которые за этот фандом выступают, – да, там могут считать, что кто-то из игроков обладает бОльшим авторитетом, кто-то меньшим. Потому, что знают их творчество или их самих».*

С другой стороны, участник «мелконёха» может в ходе той же Битвы играть за крупный фандом, и таким образом будет одновременно внизу и наверху такой лестницы. Его положение и идентификация будет меняться в зависимости от конкретной ситуации, в которой он будет представлять тот или иной фандом. Если маленькая команда представит яркий и интересный контент, то и она имеет шансы быть замеченной.

### **3.3. Социальное время как структурообразующий фактор**

Фандомная Битва активно развивалась в течение шести лет, совершенствуя свою структуру и организацию. Взаимодействия прошлого породили коллективный опыт, на основе которого появились и эволюционировали нормы и правила сообщества, поведенческие паттерны, оформилась система знаний вокруг виртуального сообщества. На этом развитие сообщества не останавливается: изменения правил и организации происходят каждый сезон в качестве реакции не только на внутренние процессы, но и на внешнюю «оффлайновую» среду. У мероприятия имеются перспективы и возможности дальнейшего развития - со слов информантов, имеющих опыт в организации Битвы, каждый сезон решаются вопросы, связанные с улучшением её функционирования. Социальное время является важным ресурсом социальной структуры ФБ.

Изначально в 2011 году ФБ задумывалась как ежегодное летнее мероприятие, однако по завершении второй игры (2012-2013гг.) многим участникам не захотелось ждать ещё год до следующей, и было решено создать Зимнюю Фандомную Битву, которая и заняла практически весь временной промежуток между Летними ФБ. Не все команды и участники идут на обе Битвы каждый год: большинство предпочитает получать удовольствие от процесса Битвы, а не облагать себя непосильной нагрузкой. Тем самым фанаты, скорее, самостоятельно удвоили для себя возможность быть вовлеченными в интересное для них событие: не получилось принять участие в Летней ФБ – не придется ждать целый год до следующей, ведь можно принять участие в Зимней. Возможно, только, что за другую команду, но, как показывает исследование, это не является препятствием, а лишь умножает шансы на приобретение нового опыта.

*[Информант 12]: "Я сейчас устал уже, хожу только на Зимние. А раньше - нонстопом: Летняя, Зимняя, Летняя, Зимняя..."*

Если проследить, как менялось количество участников каждого сезона Битвы из года в год, можно сделать вывод об огромном скачке популярности после самого первого её проведения: в 2011 году в игру вступили 33 команды, а в 2012 году – 150, что почти в пять раз больше<sup>98</sup>. На данный момент можно отметить тенденцию небольшого снижения интереса к Битве. Пиком популярности ЛФБ стал 2013 год, а ЗФБ – 2015 год. ЗФБ стала даже популярнее среди участников, чем ЛФБ. С 2013 года, когда она была создана, количество команд, участвующих в ней, в целом, выросло, в то время как на ЛФБ – понизилось. Не все команды, собранные на этапе набора, вступают в игру, и не все из вступивших доходят через все квесты до финала. В этом вопросе ЗФБ отличается меньшим разрывом между начальным и конечным количеством команд.

**Таблица 1. Количество команд-участников по годам**

<i>Года</i>	<i>Количество команд ЛФБ*</i>	<i>Количество команд ЗФБ</i>
<i>2011</i>	<i>(33) 29</i>	-
<i>2012</i>	<i>(150) 148</i>	-
<i>2013</i>	<i>(238) 198</i>	<i>(134) 126</i>
<i>2014</i>	<i>(202) 161</i>	<i>(247) 243</i>
<i>2015</i>	<i>(155) 133</i>	<i>(273) 271</i>
<i>2016</i>	<i>(164) 139</i>	<i>WTF Kombat - (224) 191, WTF Battle – (56) 53</i>
<i>2017</i>	<i>Еще не началась</i>	<i>WTF Kombat – (206) 195,</i>

98 См. Таблицу 1.

*\* В скобках указано количество команд, начавших игру, без скобок – количество дошедших до конца.*

Для многих участников Фандомная Битва разделяет год на две части и во многом организует для них распределение социального времени. За счёт своей временной растяжимости (циклы активности ЛФБ – с мая по октябрь, ЗФБ – с ноября по март, и это не считая того, что к каждому сезону начинают готовиться заблаговременно) ФБ доминирует среди прочих фандомных и мультифандомных фестивалей и конкурсов. Альтернативным мероприятиям трудно «вклиниться» в промежуток между Летней и Зимней Битвами, а проведение их во время идущей полным ходом ФБ грозит тем, что фанаты предпочтут её менее масштабным и менее известным конкурсам. С другой стороны, среди информантов были индивиды, характеризующие себя как весьма (гипер)активных в творческом плане, и они успевают участвовать не только в обеих Битвах, но и в других играх.

*[Информант 23]: «...помимо ФБ и ЗФБ успеваю поучаствовать только в двух мероприятиях...»*

*[Информант 10]: «...мужа немного раздражало, когда я жила на ФБ в режиме "едва одна закончилась, другая началась"».*

Фандомная Битва строго структурирована на временные промежутки. Определенному сроку соответствует тот или иной этап игры: на набор отводится месяц, затем почти полтора месяца отводится участникам на подготовку материала. Потом начинается этап выкладок, и на каждый уровень установлены конкретные даты. После выкладки каждого уровня начинается голосование за него, и каждый этап голосования также имеет свой первый и последний день. Также до определенного времени требуются выслать списки деанона, причем если команда этого не сделает, то она будет снята с конкурса, а ее выкладки удалены из сообщества.

*[Информант 23]: «Фандомная Битва - мероприятие долгое и изматывающее. <... > Бесконечный конвейер, в котором у каждого есть дела, и их надо делать прямо сейчас».*

*[Информант 4]: «ФБ серьезно съедает временной ресурс».*

Как можно судить по словам информантов, в других фандомных фестивалях отсутствует такое серьезное отношение к срокам: они легко продляются по просьбам неуспевших и их

пропуск не карается строгими мерами. Во многом такая жесткая система сроков обусловлена тем, чтобы была равномерная нагрузка на сервера ресурса Diagu.ru. Для этого даже этап каждой выкладки разделен на два дня. Тем не менее, в особо интенсивные часы сайт всё равно «подвисает», чем затрудняет процесс и нервирует команды. Однако организаторы постарались свести к минимуму подобные казусы.

Как следует со слов информантов, лишь ближе к середине игры работа ведется в интенсивном режиме, а именно когда начинаются выкладки. До этого момента предполагается, что команда набирает материал. Установленные организаторами дедлайны мотивируют участников, однако зачастую эта мотивация «нападает» на них в последний момент.

*[Информант 6]: «Очень редко можно встретить авторов, пишущих заранее. Обычно вдохновение спускается на них дня за три до дедлайна, особенно, если им в голову пришел макси на 10+ тысяч слов. И это, в общем-то, нормально, все мы творческие люди».*

*[Информант 31]: «Больше всего времени уходит именно перед выкладками, в остальное время полегче. Бывает так, что всю ночь ты пишешь тексты, и потом еще полдня до выкладки и больше ничем не занимаешься вообще».*

*[Информант 21]: «Как капитан, могу ответственно заявить, что день выкладки - самый плодотворный для фикрайтеров. На них снисходит вдохновение, и они могут дописывать тексты до без пяти полночь, уверяя, что успеют».*

Как правило, свои дедлайны устанавливаются и внутри каждой команды: например, приносить свои работы не позднее, чем за три дня до выкладки, чтобы их успели вычитать, проверить и завести в верстку. К подобной дисциплине участники вынуждены были привыкнуть, даже если это плохо соотносится с их собственным тайм-менеджментом. Однако строгость внутренних сроков у разных команд может варьироваться – от нескольких суток до нескольких часов до выкладки. Скорее всего, это зависит от того, централизован ли контроль контента в команде или этим занимается каждый участник самостоятельно. В случае хорошей сплоченности коллектива участники чувствуют ответственность не только за свою собственную работу, но и за то, что делают сокомандники. Порой игрок ради команды готов даже в сжатые сроки научиться тому, чего не делал раньше никогда, только чтобы закрыть выкладку и не вылететь из Битвы. Ни у одного из опрошенных респондентов система дедлайнов не вызывала возмущения или

отторжения, а наоборот лишь понимание и одобрение. Участники осознают важность временной организации такого масштабного мероприятия, поскольку без четких правил в этом отношении игра превратилась бы в хаос.

*[Информант 23]: «...меня очень радует, что на Фандомной Битве за опоздание на минуту команду наказывают, не засчитывая выкладку. Это помогает лучше организовывать своё время, что, в свою очередь, очень полезно в хобби, на которое время обычно выкраиваешь».*

Лишь для одного информанта ФБ никак не повлияла на организацию времени:

*[Информант 4]: «Времени и сил ФБ уделяла не больше, чем написания текстов «для себя». То есть объективно это довольно много – с учетом моего графика. Я люблю писать. Субъективно ничего не менялось. Пишу я для ФБ или не для ФБ, - времени уйдет одинаково».*

Существует также тенденция приносить работы для грядущего сезона заранее, даже пока игра ещё не началась. Это говорит о том, что участники осознают грядущие перспективы и стремятся свести к минимуму стрессы, связанные с ограничением времени. Они учитывают внешние предсказуемые и непредсказуемые факторы в виде рабочих, семейных и личных дел, которые могут возникнуть в ходе Битвы и отвлечь от неё, заняв временной ресурс.

Как уже было упомянуто, ничто так не вдохновляет на творчество, как дедлайны. В этом плане ФБ оказывает на большинство участников очень стимулирующее влияние. По словам многих информантов, большая часть написанных ими работ была создана именно для ФБ. Потому что, когда нет чётких сроков, возникшая идея может так и не превратиться в фанфик или арт, или превратиться когда-нибудь гораздо позже, ведь на это нужно время. На Битве же нельзя выкладывать незавершенный фанфик, а дедлайны стимулируют не только создание контента, но и генерирование идей. Существует также и обратная связь, когда не Битва мотивирует писать работы, а написанные работы мотивируют на участие в Битве, поскольку участники не хотят, чтобы работы «пропадали зря». На ФБ гораздо больше шанс, что их заметят, прочитают и прокомментируют. В этом проявляется не только обусловленность Битвой социального времени для участника, но и всей его творческой деятельности.

В период дедлайнов участники могут буквально работать на износ целыми часами и сутками, хотя и подобная вовлеченность не всегда может быть обусловлена сроками.

*[Информант 3]: «Иногда я сажусь и не могу встать до тех пор, пока меня не отпустит идея. Самое страшное, что со мной случалось - я параллельно писала два текста, и за двое суток я в общей сложности написала 18 тысяч слов. Я была в состоянии полного неадеквата, я не спала все эти двое суток, я вообще не понимала, что я творю, что я пишу, что я делаю. Это был, конечно, офигенный опыт, но я надеюсь, что он никогда не повторится. Но я просто не могла перестать».*

*[Информант 11]: «Однажды это было почти 10 часов подряд. <...> Убиться бы, казалось... Но своеобразное удовольствие я всё равно получила».*

Для некоторых участников даже комфортнее работать в условиях более поэтапно разбитых дедлайнов: например, на ЛФБ выкладки делятся по размеру текстов, а на ЗФБ – все тексты выкладываются разом, и это требует больше самостоятельности в формировании своего расписания, что для кого-то может быть затруднительно.

Важным аспектом является также географическое местоположение участников одной команды, которое может оказаться очень разнообразным. Это значит, что объединенные виртуальным сообществом люди могут находиться в разных часовых поясах, и они вынуждены подстраиваться друг под друга и маневрировать, чтобы успешно работать вместе.

Участники могут вписывать Фандомную Битву в свою повседневную оффлайновую деятельность, например, в перерыв между занятиями в университете или работой, по дороге в транспорте. Иногда это происходит в ущерб основной занятости и даже здоровью – они могут писать до глубокой ночи, когда на следующий день вставать рано утром, или же занимать творческим процессом рабочее время.

*[Информант 26]: «Мне кажется, что если у тебя на работе есть тот, что периодически приходит с оочень сонными глазами и синяками под ними, то можно сразу определить, что этот человек играет на Фандомной Битве. И скорее всего он капитан, верстальщик или бета. Потому что у нас в команде, например, это и есть те, кто сидят до посинения, до последней секунды».*

Поскольку с временным ресурсом связан и трудовой ресурс, участники могут сильно уставать от Битвы эмоционально и физически. Реальная жизнь с её делами и



заботами есть у всех; у всех есть друзья, семья, работа, личная жизнь, у некоторых информантов есть дети. Поэтому готовность уделять игре значительную часть времени наблюдается не у всех:

*[Информант 9]: «В последние пару лет я уделяю ФБ не очень много сил и времени, в основном читаю. Все силы уходят на реальные дела. А когда сил было чуть больше, я вкладывалась в ФБ больше, чем в работу и учебу. Не только по времени, больше по эмоциям. Хотя и по времени тоже – особенно когда надо было ответить к одной выкладке четыре миди. Больших миди».*

Из слов информантов мы сделали вывод, что в процессе Битвы практически все время участники уделяют именно созданию контента, а на ознакомление с работами других команд времени не остается, только если это не чтение в рамках бартера<sup>99</sup>. Поэтому участники специально откладывают интересные их выкладки на потом, чтобы неспешно насладиться чужими произведениями, не заботясь о собственных. А визитки команд помогают выбрать интересующий контент.

*[Информант 18]: «У меня плохая память, и я вечно забываю, что собиралась прочитать, поэтому ФБ в этом плане очень хороша — как напоминалка. Если нехватка времени, с этим, конечно, хуже, но, по крайней мере, я отложу что-то на почитать, а так у меня часто не доходят руки пойти и поискать себе фики».*

Исходя из полученной информации мы сделали вывод, что в пределах Фандомной Битвы возможно столкновение монохронической временной организации игры, опосредованной системой дедлайнов и санкций за их нарушение, и полихронического восприятия времени её участниками. С одной стороны мы имеем творческий процесс, который сложно встроить в какие-либо рамки, а с другой – необходимость упорядочить всевозможные проявления креатива для всеобщего удобства и направить их в нужном направлении. Фандомная Битва представляет собой уникальный феномен того, как несколько тысяч людей фактически заключили между собой социальный договор, систематизировав огромный творческий потенциал во имя обоюдного интереса *участия*, причем без какого-либо корыстного мотива. Учитывая добровольный характер иерархизации сообщества ФБ и тенденцию к универсальности каждого участника, полихроническое восприятие времени участниками остаётся возможным в пределах собственных команд, однако доминирует, тем не менее, монохроническое.

<sup>99</sup> Бартером на ФБ называется договоренность между командами о чтении и комментировании выкладок друг друга. В таком случае каждой команде гарантирован фидбэк.

### 3.4. Социализация, социальные нормы и контроль

Практически не вызывает сомнений, что все участники Фандомной Битвы до того, как стали её участниками, уже занимались фанатским творчеством, поэтому особенности норм, правил и ролевых требований в фанфикшн-сообществах были ими уже освоены. С электронной грамотностью и информационной культурой у информантов, по всей видимости, также не было проблем, поэтому как пользователи Интернета и как участники фандома они были уже социализированы. Кроме того, многие из них также уже усвоили и нормы поведения в интернет-блогах и сетевых дневниках, и в частности онлайн-ресурса Diary.ru, который является площадкой для ФБ: большая часть информантов уже имели на тот момент свой онлайн-дневник и были активными пользователями сервиса Diary. Наше исследование помогло раскрыть специфику социализации этих же индивидов именно как участников Фандомной Битвы.

*[Информант 1]: «Как на нудистский пляж – людей посмотреть, себя показать».*

Социализация участников ФБ может проходить быстрее или медленнее в зависимости от того, насколько индивид готов принять нормы сообщества и включиться в активную интеракцию. Участие в Битве – дело совершенно добровольное, и многие информанты изначально просто следили за ходом ФБ, не принимая участия, но обдумывая такой вариант. *Наблюдение со стороны* за делами сообщества, прежде чем вступить в него, можно назвать одной из характерных черт социализации на ФБ. Второй чертой можно назвать *социальное давление* референтных групп: так как информанты уже являлись фандомными людьми, мероприятие подобного масштаба не могло пройти для них незамеченным: информация о Битве транслировалась на многих площадках, особенно на Diary.ru, рекламируя её и вызывая ощущение, что неучастие в ней означает отстранение от жизни мультифандома.

*[Информант 20]: «ФБ все это время навязчиво мозолила глаза в новостной ленте. Знакомые и незнакомые люди тут и там делились впечатлениями, рассказывали забавные истории, приглашали приходить, читать, смотреть... потом, когда очередная ФБ заканчивалась, в огромном количестве появлялись фанфики и рисунки по самым разным фандомам – знакомым и не очень, известным и невесть откуда взявшимся...»*

*[Информант 24]: «Все фандомное сообщество моего фандома крутилось тогда на дайри, и все, кому не лень, шли на фандомную битву».*

Вступление в ФБ происходило либо по приглашению друзей и знакомых, которые уже принимают в ней участие, либо по собственной инициативе индивида. Третьей характерной чертой можно назвать *постепенное включение* в деятельность сообщества. Многие из информантов вспоминали свою неуверенность и сомнения в себе, своих способностях и собственном творчестве, которые беспокоили их в первое время участия. На то, чтобы освоиться в новых условиях, участникам требовалось определенное время. Кто-то называл свои первые фандомы и команды по ним «альма-матер», обозначая тем самым начало своей социализации, и описывал путь от «монофандомности» к мультифандомности, когда благодаря ФБ круг их интересов и предпочтений значительно расширился. Многие начали следить за какими-то командами только потому, что в них играют их друзья.

*[Информант 18]: «В первое свое участие внимательно ознакомилась с правилами битвы, всегда боялась по ошибке деанонить раньше времени и подставить команду. С тех пор читаю только изменения в правилах и каждый раз, когда собираюсь писать рейтинговые фики, тщательно прочитываю то, что касается этой части (нет некрофилии, педофилии и т. д.)».*

*[Информант 7]: «На первой битве я сначала просто приносила тексты, никуда не вмешиваясь. Отчасти из-за растерянности (все-таки первое мероприятие такого масштаба), отчасти из-за неуверенности, так как сомневалась в качестве приносимого контента и считала, что еще не заслужила права высказывать свое мнение. Но ко второй половине битвы уже немного освоилась и начала участвовать в обсуждениях. Теперь я отвечаю за несколько текстовых выкладок и чувствую себя равноправным членом орг-состава».*

Как и в любом сообществе, на ФБ правила и нормы делятся на гласные и негласные. Интересно, что официальные правила многие информанты независимо друг от друга относили к главному сообществу ФБ и сообществу выкладок, а неофициальные – к сообществу Инсайда. Объяснить это можно тем, что Инсайд считается площадкой для свободного выражения любого мнения, хотя в нем также есть обязательные правила. Кроме того, помимо норм всего сообщества Битвы, имеют место быть и нормы, принятые в отдельных командных коллективах, - как правило, установленные капитаном, но во

многим зависящие и от персональных качеств членов команды. Поэтому, попадая в другую команду, индивид может перестроиться под принятые в ней устои и в какой-то степени социализироваться заново, либо отвергнуть их. Социализация внутри малой виртуальной группы не менее важна, чем социализация внутри всего сообщества.

*[Информант 30]: «Я очень чувствительна к внутреннему моральному закону компании, и буквально не могу рта раскрыть, пока не пойму, как тут принято».*

*[Информант 7]: «...в последствии мы с основным костяком команды участвовали во множестве внутрифандомных мероприятий <...> Без этой спонтанно сформировавшейся команды я вряд ли ходила бы на какие-либо фесты».*

*[Информант 3]: «Каждый год я думаю, что видела уже все, но прихожу вновь, знаколюсь с новыми командами и понимаю, что нет, не все».*

Тем не менее, включение в процесс игры и усвоение ее правил происходит тем быстрее, чем выше готовность и инициативность участника.

Рассмотрим ключевые официальные нормы и правила сообщества ФБ, прописанные организаторами и позволяющие функционировать всей социальной структуре Битвы:

1. Запрет на деанонимизацию раньше окончания конкурса. Все работы выкладываются от имени командного логина, и авторство конкретных произведений запрещено разглашать до самого конца Битвы в целях достижения непредвзятости при голосовании.

2. Предоставление готового контента в положенное время и в положенном количестве. Работы обязательно должны быть закончены, соответствовать тематике уровня и рейтингу, достигать по количеству организационного минимума (минимального количества работ) и не превышать организационный максимум. Они должны быть выложены в конкретно установленную дату и оформлены согласно правилам оформления.

3. Отсутствие плагиата. Запрещено использовать работы других авторов, выдавая их за свои.

4. Отсутствие запрещенного контента. Это правило обусловлено российским законодательством, потому что ресурс Diary.ru попадает под закон о средствах массовой информации и может быть заблокирован в случае его нарушения.

*[Информант 29]: «Как-то одну из моих работ сняли за нарушение правила о запрете некрофилии. Оказалось, что описать маньяка-некрофила без пропаганды и приукрашивания, а исключительно с целью вызвать у читателя отвращение, тоже нельзя. Зато за счёт этого скандала в выкладки нашей команды три дня валом валил народ. Антиреклама – тоже реклама».*

5. Уникальность контента. Любые работы на Битве должны быть либо созданы исключительно для нее, либо нигде не выставляться ранее или во время игры.

6. Система возрастных рейтингов и предупреждений. Выкладки делятся по рейтингам на две группы: низкий рейтинг (G – PG-13) и высокий рейтинг (R – NC-17). И тот, и другой обязательно должен быть представлен каждой командой. У многих участников есть предпочтения в рейтинге, и такая система позволяет выбирать интересные им работы.

7. Запрет на использование российских медиаперсон. Это правило было введено только в 2016 году, однако стало острым вопросом для соответствующей части игроков.

*[Информант 9 ]: «Я люблю играть по правилам. Вне зависимости от того, нравятся они мне или нет – они есть, значит, их надо соблюдать. И я это делаю».*

Все перечисленные правила были названы информантами в качестве самых важных и незыблемых. Они устраивают участников, хотя некоторые моменты у кого-то могут вызывать возмущение или непонимание, однако всё равно соблюдаются.

*[Информант 2]: «Это было обидно, мы очень пытались отстоять, но не особо вышло. Впрочем, оргов тоже можно понять, претензий нет».*

Тем не менее, некоторые правила могут плавно обходиться без нарушения – система отличается относительной гибкостью, и отчасти благодаря фактору субъективности организаторов. В некоторых случаях эти правила вместе с фандомным каноном слишком сильно сковывают команды, а порой правила и вовсе противоречат друг другу: например, команды по фандому «Гарри Поттера» или «Дома, в котором...» должны предоставлять высокорейтинговый контент, тогда как персонажи оригинальных произведений по большей части являются несовершеннолетними. Авторы вынуждены делать персонажей совершеннолетними и прописывать это в шапках, однако право воспринимать героев взрослыми или нет всё равно остается за читателями: в конце концов, фанфикшн является интерпретативной практикой.

*[Информант 28]: «Это такая традиция — ворчать на правила что ФБ, что феста, но соблюдать их».*

Правила практически не меняются из сезона в сезон, только дополняются или уточняются с целью улучшения работы механизма Битвы. Нарушение официальных норм карается строго: от снятия конкретной работы или выкладки и баллов за них до дисквалификации команды. Причем снятие целой выкладки уже влечет за собой выбывание команды из конкурса. Если правило нарушено, то санкции последуют незамедлительно. Пусть мероприятие и носит любительский и добровольный характер, но такая система обеспечивает самосохранение сообщества. Согласно С.В.Бондаренко, на ФБ социальный контроль осуществляется методом саморегуляции. Государство регулирует сообщество только косвенно: этот контроль осуществляется посредством подстраивания правил Битвы под законы РФ. Саморегуляция проявляется не только «сверху» - со стороны организаторов и модераторов, - но и «снизу», то есть самими участниками. Поскольку они заинтересованы в участии в игре, они тщательно следят за тем, чтобы не нарушать её правила.

*[Информант 30]: «Я в целом хорошо отношусь к любым прописанным правилам и законам, они многое упрощают. Я не склонна возмущаться только потому, что лично меня что-то не устроило. Конкретно правила ФБ мне нравятся своей продуманностью, да и отношение админов к участникам видится мне стабильно хорошим и беспристрастным».*

Заинтересованность некоторых участников и вовсе выходит за пределы своей команды: по словам одного из организаторов, ФБ – это система, которая поддерживается за счёт доносов. Сложно определить, что волнует «доносчиков» больше: безукоризненное соблюдение правил, обеспечивающее выживание сообщества, или же удаление с помощью этих правил неудобных кому-то команд. В ходе исследования мы столкнулись с разными точками зрения по этому поводу, однако можно утверждать с уверенностью, что система доносов действительно работает и позволяет осуществлять централизованный контроль за контентом, несмотря на то, что информация о нарушениях может оказаться ложной.

Таким образом, по модели С.В. Бондаренко, механизм саморегуляции в виртуальном сообществе ФБ является адаптивным, поскольку организаторы (формальная структура) и сами участники (неформальная структура), как правило, сотрудничают в вопросах контроля и тем самым увеличивают функциональность всей социальной

структуры. Механизм действует эффективно, так как выработана чёткая система мер по отношению к нарушителям, участники осознают важность правил и норм для того, чтобы сообщество развивалось в поддерживаемом всеми направлении и реализовывало свои цели, и выполняют для этого то, что от них требуется. Тем не менее, при возникновении трудноразрешимых противоречий запускается и процесс трансформации и эволюции социальной структуры сообщества, успешность которого зависит от того, найдётся ли компромисс между жесткостью мер социального контроля и свободой действий акторов.

Ещё больший исследовательский интерес представляют неофициальные нормы и правила Фандомной Битвы, сложившиеся за годы её существования и во многом обусловленные нормами всего мультифандомного творческого сообщества.

1. По словам одного из информантов, нормы ФБ – это «обычные правила человеческого коллектива». Под этим подразумевалась преимущественно всяческая помощь и поддержка, которая должна оказываться участникам своей команды. Сплоченность команды является нормой, и внутренний климат внутри неё ценится высоко.

2. С предыдущим правилом связано и следующее. «Не выносить сор из избы» означает оставлять все внутрикомандные противоречия в пределах команды. Нормой считается заботиться об имидже своей команды, а демонстративные разборки на общих площадках скажутся на нём отрицательно.

3. За пределами команды также принята взаимная вежливость к другим участникам и читателям. Не приветствуется создание конфликтных ситуаций, грубости, переход на личности и т.д. Подобные вещи весьма пагубно отражаются на репутации не просто отдельных участников, а всей команды.

4. Бартер – взаимное комментирование командами выкладок друг друга по договоренности – не является официальным правилом, но широко распространен на Битве. При этом нормой является оставлять под работами друг друга только положительные отзывы, критика в рамках бартера является отклонением. Это распространяется и на обычные комментарии читателей не в бартере.

5. Поскольку обусловленность Битвы сроками является легитимной со стороны участников, то нормой считается заблаговременное формирование выкладок из уважения

к дедлайнам. Плохим тоном считается принести свою работу за пять минут до выкладки, и, в конце концов, ее просто могут не взять.

6. В целом, игра по правилам уже является негласным правилом Битвы. Не только потому, что нарушение официальных правил строго наказывается, но и потому, что эффективном функционировании Битвы заинтересованы абсолютно все участники.

7. Не принято выносить информацию о ФБ за её пределы и рекламировать мероприятие где-либо, кроме Diagu.ru. Это говорит о тенденции к закрытости сообщества для широкой общественности. Во многом это связано с тем, что на Битве значительную часть занимает контент такого содержания, характер которого в России совсем не приветствуется (слэш-контент).

*[Информант 26]: «Народ сейчас очень пуганный, чего только сейчас не запрещают. Я знаю, что, например, в этом году Комбат разрекламировали на просторах контакта <...>, и народ очень здорово на это разозлился на Инсайде».*

8. Моветоном считается также выкладывать контент низкого качества. Сюда относятся сделанные «на коленке» работы, неотредактированные тексты, «поехавшая» вёрстка и просто откровенно плохие произведения. Выкладывая нечто подобное, команда проявляет неуважение к своим читателям и к другим участникам. Поэтому нормой считается хотя бы минимальный контроль качества.

9. Порицается также «ботоводство», или создание множества аккаунтов-фейков для голосования за свою команду, т.е. нечестное голосование. Это достаточно трудно отследить и практически невозможно пресечь. Тем не менее, подобные практики вызывают у участников волну возмущения – особенно у тех, для кого результат конкурса важнее участия в нём.

Естественно, неофициальной санкцией за любое из перечисленных нарушений является общественное порицание. Оно имеет место быть и в случае обнаружения плагиата, что карается и официальными мерами. Особенно сильным порицание бывает в случае не только нарушения правил, но и отрицания своего проступка или обвинения неповинных людей.

Таким образом, наряду с официальным контролем при помощи санкций наблюдается и активная интериоризация социальных норм и ценностей сообщества, осуществляющая социализацию индивидов как участников Фандомной Битвы.



Отдельный интерес заслуживает сообщество «Инсайд», который воспринимается участниками несколько обособленно от Главного сообщества и Сообщества выкладок. Сообщество Инсайда за прошедшие годы также успело сформировать собственную культуру и нормы.

*[Информант 30]: «Инсайд порождает тысячи извращённых правил поведения».*

*[Информант 6]: «Пожалуй, страшнее самих правил и наказаний за них только одно – инсайд и его анонимность. Люди злые. Люди всегда злые, и никто этого не скрывает. Инсайд больше похож на сточную канаву, чем на место анонимного обсуждения творчества».*

В этом сообществе могут обитать не только участники идущего сезона, но и участники предыдущих игр, и просто читатели. Именно на Инсайте принято высказывать все свои недовольства и негативные суждения обо всём, что происходит на Битве. Флёр анонимности позволяет делать это практически безнаказанно. У многих команд отношение к Инсайду настороженное и не очень одобрительное. Никогда нельзя предугадать реакцию его аудитории на то или иное сообщение, поэтому приходится продумывать каждое своё слово и очень рисковать, выставляя себя «на суд общественности», даже если ты пишешь анонимно. В некоторых командах даже принято выделять такую обязанность, как просмотр Инсайда и отстаивание в его рамках чести своей команды. В некоторых командах, напротив, вовсе запрещено капитаном проявлять на Инсайте какую-либо активность, особенно от лица команды, и тем более – вступать в конфликты. Другие команды могут даже рекламировать себя на Инсайте тем или иным образом, поскольку там это не запрещено правилами, – это называется «форсить команду», и многими участниками форс также был обозначен как моветон. Во многом Инсайд демонстрирует последствия анонимности толпы, когда безнаказанность притупляет чувства солидарности и взаимоуважения, высвобождая искренность и зачастую агрессию.

*[Информант 34]: «...негласные правила – например, на бартер писать только хорошие отзывы, что впоследствии вылилось в странную традицию вообще не писать плохих отзывов под выкладкой, вместо этого отрываясь на инсайте, или традицию обзоров, когда кто-то читает подряд много команд и приносит свои впечатления на тот же инсайд».*

С другой стороны, для участников он может расцениваться как отдушина, где можно «выпустить пар» по поводу и без и вернуться в «цивилизованное» Главное сообщество. Основной стратегией поведения на Инсайте, со слов информантов, является стремление «не перегибать палку» - сдержанность в суждениях и попытка сохранить нормы Главного сообщества. Боязнь порицания на Инсайте может быть притуплена, если не раскрывается название команды или ник анонима, а может быть, наоборот, обострена, если речь «анонов» идёт про конкретного человека или команду. Некоторые информанты, однако, оговаривались, что мнение, высказанное на Инсайте, автоматически не следует рассматривать всерьёз.

При всем при этом Инсайд является отнюдь не бесполезным агрессивным сборищем людей. На наш взгляд, он выполняет две крайне важные функции для сохранения всего сообщества:

1. «диагностирует» слабые места социальной структуры; критика на нём подсказывает организаторам, что нужно исправить для улучшения функционирования всего механизма. Орги, в свою очередь, могут использовать это, проявляя инициативу «сверху»: например, создавая голосования по поводу нововведений.

2. компенсирует свободу действий, во многом ограниченную официальными правилами и негласными нормами основных сообществ ФБ.

Фандомная Битва также породила особый сленг, который уже частично использовался в данной работе. Сленговые слова и выражения обозначают некоторые регулярно повторяемые феномены и родились в ходе спонтанных обсуждений в тредах. Историю возникновения некоторых из них уже сейчас довольно сложно проследить. Как и любой сленг, сленг Фандомной Битвы актуален только в рамках самой игры и среди её участников. Примеры сленга: «уточка» - жалующиеся на все люди, «стюардесса» - всем надоевшая тема обсуждений, «фиалки» - участники, не переносящие «жёсткого» контента с высоким рейтингом, «раскурить идею», «укур» - совместное с командой придумывание и развитие замыслов, которые превратятся в контент, и т.д.

Некоторые негласные нормы порой могут приобретать ритуальный характер. Это, например, «кричалки», которые начинают любой тред обсуждений и представляют собой названия тех или иных команд с восклицательными знаками и сопутствующие им одобрительные высказывания. Таким образом выражается поддержка этим командам от читателей либо от её собственных участников. Также во время каждого сезона на Инсайте

создаются треды определенной тематики: тред для новичков (где они рассказывают о себе), тред рекомендаций лучших работ, тред жалоб и сетований, тред обзоров, тред поддержки и тому подобное. Некоторые участники в качестве «обряда посвящения» называют первые комментарии к работе участника, пришедшего впервые на Битву, или первое «пропесочивание» его или команды на Инсайте и первое голосование.

*[Информант б]: «...если после прочтения инсайда ты все еще готов творить, тратить на это свое время и силы, то ты, считай, прошел боевое крещение. Такое же крещение проходишь после голосования».*

Бартер тоже можно назвать своего рода традицией, вызванной, однако, потребностью акторов в фидбэке. А норма оформлять выкладки в соответствии с правилами породила традицию делать оформление красивым и даже брать для этого специального человека в команду. Для некоторых команд, проживающих в одном городе, может быть традицией регулярные встречи, чтобы вместе что-то создать, выложить или просто отметить окончание очередного сезона. Подобные традиции и ритуалы, которыми обросло виртуальное сообщество, раскрывает перед нами его идентичность.

### 3.5. Контент и творчество как структурообразующие факторы

И создание, и представление контента в виртуальном пространстве Фандомной Битвы является цельным креативным процессом, в который в большей или в меньшей степени включены все члены команды. Контент является целеполагающим элементом сообщества и связующим звеном для всех участников ФБ. Под контентом в данном контексте мы будем понимать любое информационное наполнение сообщества. В связи с этим имеет смысл разграничить контент по его направленности:

1. **первичный** – все продукты творчества акторов комьюнити, созданные для ФБ, или, иными словами, содержание всех выкладок по всем уровням: тексты, визуал, аудио и т.п. (представлен преимущественно в Сообществе выкладок);
2. **вторичный** – контент, продуцируемый в основном организаторами и частично участниками, куда относятся все своды правил, FAQ, подведение итогов и другие организационные элементы (представлен в Главном сообществе, Сообществе капитанов, Сообществе «Офис»);
3. **третичный** – все суждения, мнения, впечатления пользователей, оставленные к первичному и вторичному контенту (представлен комментариями к ним либо соответствующими постами на Инсайте).

Каждый из этих видов контента является в одинаковой мере структурно важным для функционирования сообщества и тесно связан с другими. Кроме того, каждый из них является уникальным креативным продуктом, созданным в рамках ФБ и для ФБ. Его циркуляция в рамках сообщества представляет собой процессы социального обмена: акторы создают свой контент и потребляют контент других. Команды обмениваются своим первичным контентом с другими; авторы производят творческие продукты и получают взамен отзывы на них (третичный контент) или, наоборот, создают тексты, опираясь на пожелания читателей; обратная связь на вторичный контент появляется в виде качественной игры участников и их реакции, выраженной тем или иным образом внутри сообщества.

*[Информант 30]: «Создание текстов и коммуникации для меня сейчас довольно тесно связаны, так что не могу сказать, что важнее. Наверное, как раз сам творческий процесс и важен. Когда придумываешь что-то - обсуждаешь - пишешь. Когда кто-то вкидывает идею - в обсуждении рождается ещё несколько - в итоге несколько человек пишут свои истории. Или когда уже написал - а потом в комментариях разворачивается дискуссия - и вот у тебя ещё пять идей на следующие тексты. Это динамика».*

Отличительной чертой сообщества ФБ от других виртуальных фанфикшн-сообществ является превалирование межличностной коммуникации над безличной, несмотря на правила деанона и предпочтение многих акторов быть анонимными. На ФБ сильно активизированы коммуникативные процессы вокруг любого контента, и в большинстве случаев тот или иной текст является ответом на другой текст, тогда как в обычных фанфикшн-сообществах коммуникация может закончиться просто на этапе публикации работы. Также взаимодействие на ФБ во многом гиперперсонализировано. Участники Битвы не просто испытывают общность, но и идентифицируют себя соответствующим образом, то есть они имеют общие идеализированные представления о других акторах комьюнити. Благодаря виртуальной коммуникации, в которой время воспринимается иначе<sup>100</sup> и отсутствуют практически все элементы личной коммуникации за исключением речи, участники имеют возможность гибко управлять собственным имиджем и имиджем своей команды.

*[Информант 27]: «Многие современные авторы делают упор на сюжет и забывают о красоте текста, а если вспоминают о ней, то случается какой-то*

---

<sup>100</sup> Если в личной коммуникации акторы взаимодействуют одновременно, то в виртуальности они могут реагировать не сразу, имея возможность обдумать свои сообщения.

*безудержный коллапс стилистических ошибок. Фанфикшен же бесконечно развивается, и взаимодействие автора с читателем, мгновенный отклик – все это позволяет исправлять какие-то ошибки прямо на ходу».*

Специфика контента Фандомной Битвы заключается в том, что все процессы вокруг него, связанные с созданием, распространением и потреблением, носят коллективный и динамический характер.

Творческий процесс производства и представления контента на Фандомной Битве можно охарактеризовать следующим образом:

- Эмоциональная вовлеченность способствует максимальной творческой отдаче и глубокому погружению в придуманную реальность. Участники способны не просто преобразовывать спонтанное вдохновение в произведения, но также дисциплинировать себя и производить то, к чему у них не возникает естественной тяги – например, писать в другом жанре или рейтинге, или про других персонажей. При этом они не относятся к этому как к тяжелой ноше и предпочитают быть открытыми новым граням своего креатива. Многие информанты употребляли по этому поводу в позитивном ключе слово «челлендж».

*[Информант 3]: «Иногда я сажусь и не могу встать до тех пор, пока меня не отпустит идея. Самое страшное, что со мной случалось - я параллельно писала два текста, и за двое суток я в общей сложности написала 18 тысяч слов. Я была в состоянии полного неадеквата, я не спала все эти двое суток, я вообще не понимала, что я творю, что я пишу, что я делаю. Это был, конечно, офигенный опыт, но я надеюсь, что он никогда не повторится. Но я просто не могла перестать».*

*[Информант 19]: «Мало творчества, много упорного труда, так что бесцельно я на такое не способна, только ради великой идеи, вот как типа необходимость выкладки текста в рамках конкурса».*

*[Информант 3]: «У меня такая фишка, что, когда пишу про персонажа, я невольно им проникаюсь, я не могу писать про персонажа, который мне не нравится. Соответственно, если я сажусь писать нелюбимый пейринг, я, по крайней мере, на то время, что я пишу текст, начинаю его шипперить».*

- Стремление к совершенствованию, улучшению своих работ и работ сокомандников проявляли практически все информанты. Многие видели главное значение командной

работы именно в контроле качества контента. Забота о качестве и, соответственно, репутации команды стала одной из причин появления «универсалов» - членов группы, которые участвуют во всех этапах составления выкладок.

*[Информант 27]: «ФБ – это мотивация сделать лучше. За два года я стала писать лучше и больше, и немаловажной оказалась критика и подсказки команд. Думаю, сама я доходила бы до этого в разы дольше».*

*[Информант 26]: «Помощь команды именно в том, чтобы сделать твою работу лучше: вычитать, ответить, сказать свое мнение».*

Все участники очень ценят в работах бережное отношение к «матчасти» и стараются тщательно её изучать, поскольку это тоже вопрос качества контента. Речь не только о том, насколько хорошо автор ориентируется в деталях канона, но и о том, как он разбирается в тех вопросах, которые поднимает в своем тексте. Некоторые авторы очень сильно этим озабочены и штудируют вдоль и поперек информацию в сети. К примеру, если автор берется писать о конкретном психическом заболевании, то ему обязательно нужно разбираться в его симптоматике, влиянии на организм, последствиях и т.п. Возможно, это связано с перестраховкой от случаев, когда специалист или знаток этой области наткнётся на фанфик и раскритикует автора. В том, чтобы содержание фанфика не противоречило внутренней логике канона, и наблюдается тот феномен, о котором писала Н. Попова: фикрайтеры «пишут, чтобы сохранить», и чем больше ты прилагаешь усилий к сохранению «канонности» своей работы, тем она ценнее.

- В общих чертах креативный процесс на Фандомной Битве можно описать как «постоянный мозговой штурм»: происходит непрерывная компиляция идей – своих и чужих, новых и старых, - они смешиваются и перестраиваются, в них затесываются отсылки и «пасхалки», в результате чего генерируется нечто иное, как внутрикомандный хэдканон<sup>101</sup> и фанон<sup>102</sup>, что становится творческим концептом команды. Нельзя сказать, что это происходит у всех команд без исключения, но встречается достаточно часто. Сокомандники могут «заимствовать» оригинальных персонажей или сюжеты друг у друга, дополняя, описывая с другой точки зрения. Для некоторых команд этот внутрикомандный

---

<sup>101</sup> Хэдканон – то, что не было упомянуто в каноне, но и не противоречит ему.

<sup>102</sup> Фанон – общие для фанатского сообщества идеи и концепции, сложившиеся по поводу канона. Фанон является настолько значительной частью фандома, что теми, кто плохо знаком с оригиналом, некоторые широко распространённые элементы фанона даже могут быть ошибочно восприняты как канон.

фанон может не только удачно интегрироваться в канон, но и в определенных моментах затмевать его, казаться логичнее и органичнее.

*[Информант 3]: «Когда ты не успеваешь придумать какую-то деталь, а уже есть готовая деталь, почему бы ей не воспользоваться? <...> Когда ты можешь не только использовать деталь, но еще и сделать кому-то приятно, вернув его идею, сделав ему реверанс, - почему бы и нет».*

Кто-то лучше проявляет себя на этапе придумывания и вдохновляет остальных, у кого-то, напротив, туго с идеями, и он лучше и охотнее развивает чужие, и пока одни активно их обсуждают, кто-то доводит замыслы до реализации. В итоге получившаяся работа (или работы) может лишь косвенно отражать начальную идею, но без коллективного брэйншторма её не было бы вовсе. Уровень «Визитка», где команды рассказывают о своём фандоме и концепте, также является групповым творчеством.

*[Информант 12]: «Важнее всего - командный упор».*

*[Информант 2]: «Совместное раскуривание идей в фандоме – это тоже классно. Это обеспечивает куда более глубокое погружение в образы, в атмосферу».*

*[Информант 29]: «Один раз один из наших авторов принёс стих, который мне очень понравился. Отправлять его во внеконкурс, где его не стали бы читать вообще, я не хотела, а низкорейтинговая выкладка, куда он подходил, уже прошла. Тогда я просто написала текст под этот стих, чтобы можно было вставить его в эпиграф».*

Потому практика создания текстов всегда сопряжена с коммуникацией в фанфикшн-сообществе. Многие информанты высказались в пользу превалирующей важности непосредственно их личного творчества, однако мало кто отрицал огромную роль всей совокупности коммуникативных процессов. Коммуникация посредством текста не только позволяет узнать и обсудить чужое видение персонажей и канона, но и понять что-то о самом авторе.

*[Информант 3]: «Текст - это собственно тоже средство коммуникации. Я пишу, чтобы показать, за что я люблю персонажей, как я их вижу, и если после этого со мной обсуждают - то вот, в общем-то, и коммуникация».*

*[Информант 31]: «Если бы у меня не было коммуникации с фикрайтерскими сообществами, я бы все равно продолжала писать».*

*[Информант 30]: «Возможно, я бы вообще бросила писать, если бы не фандомные тусовки. Но и не факт, что мне было бы интересно общаться на фандомные темы, если бы я не писала».*

- В фанфикшн-сообществе широко распространена практика написания работ по заявкам. На ФБ для этого даже создаются отдельные треды, где потенциальные читатели просят «добавить» им произведений с тем или иным сюжетом, персонажем, пейрингом, жанром и т.д. Многие авторы именно там черпают для себя идеи и наработки.

*[Информант 5]: «По заявкам люблю писать, по ним ты понимаешь, чего хочет читатель».*

*[Информант 26] (о соотношении творчества по своим идеям и по заявкам): «По количеству фанфиков - больше по заявкам, по объему - больше своего».*

*[Информант 30]: «Возможно, раньше мне нужна была какая-то “индульгенция” для творчества, типа если кто-то это уже придумал, значит, я могу спокойно написать. А сейчас наоборот - больше хочется креативить на своей волне».*

Для команд по маленьким фандомам зачастую мотивацией творить является отсутствие или малое количество уже созданного фандомного контента. Такая же мотивация у поклонников непопулярных пейрингов, персонажей, жанров и т.д.

*[Информант 28]: «Хочешь что-то прочитать, но никто не написал? Напиши сам».*

*[Информант 16]: «Не подсаживайтесь на редкие пейринги, по ним мало фичков, и вы умрете».*

- В рамках ФБ создаётся масса качественного контента, и порой его настолько много, что оно превышает оргмаксимум. Чтобы работы не пропадали зря, участники часто перенаправляют их во внеконкурсное участие. Это же случается, если некоторые произведения не вписываются в концепт команды. Это свидетельствует о том, что создание контента имеет смысл только в совокупности с его представлением и потреблением другими участниками.

*[Информант 1]: «Тексты нужны, чтобы их читали. Без читателя текст не имеет смысла. Точнее, теряет его часть».*



Поскольку контент для Битвы должен быть уникальным и нигде ранее не публиковаться, у участников-старожилов наблюдается нежелание публиковать свои новые работы вне рамок ФБ. Это также является причиной того, почему на Фандомной Битве может быть «излишек» контента.

С другой стороны, часто контент создается ради количества, а его качество не всегда высоко.

- Участие в Фандомной Битве оказывает влияние на другие сферы жизни, не только в отношении затрачиваемого времени, но и улучшая определенные навыки и умения. Одной из информанток Битва придала достаточную уверенность в своих силах для того, чтобы она сменила нелюбимую работу на любимую. Жизнь «оффлайн» также может влиять на творчество участников, в основном вдохновляя, подсказывая сюжеты и идеи для произведений. В работах участников может находить отражение их другие увлечения или профессиональные интересы. А на уровне «спецквест» командам даются задания, где они должны каким-либо образом обыграть какие-либо продукты культуры, не имеющие никакого отношения к фанфикшену.

*[Информант 34]: «Но вот, что ФБ делает – так это даёт стимул начать делать что-то новое: люди начинают новые проекты, пробуют свои силы в новых видах творчества. Иногда это выливается и в нефандомную жизнь (мне известно, что люди начинали писать свои книги, учились верстке сайтов, улучшали знания иностранных языков). Лично я сейчас беру уроки живописи».*

Встречаются случаи, когда в ФБ участвуют супружеские пары или близкие родственники, ещё больше интегрируя Битву для этих участников в контекст повседневности.

*[Информант 16]: «Моя мама - главный шиппер в семье».*

Таким образом, творческий процесс определяется совокупным вдохновением от оригинального произведения и вдохновением «со стороны». Нередки случаи, когда участники вдохновлялись творчеством других фанатов, и именно это, а не канон, порождало новые тексты. Как правило, с идеями у авторов проблем гораздо меньше, чем с их осуществлением. Они возникают спонтанно и копятся, тогда как на их реализацию нужны ресурсы в виде времени и сил. У всех участников свои стратегии и способы написания: одни вынашивают сюжет неделями и месяцами, и лишь потом садятся его

реализовывать, другие, вспыхнув идеей, сразу погружаются в её оформление, третьи составляют план по каждому произведению и действуют пункт за пунктом. Однако всех их объединяет бартовское удовольствие от текста – и в процессе чтения, и в процессе написания, а также желание и даже потребность творить.

*[Информант 18]: «У меня так получается, что, несмотря ни на что, на все «нет» и «лень», я все равно не могу не писать».*

*[Информант 14]: «Невозможно жить и не творить ничего. Оно само вылезает, вот хоть ты тресни. Невозможно держать это в себе и нужно куда-то выплеснуть. Даже если нигде не опубликуешь».*

*[Информант 32]: «Если текст рождается – он рождается. Это естественно и для этого не надо ничем вдохновляться. Вот если кто-нибудь расскажет, как заставить себя не придумывать тексты, я буду ему страшно благодарна».*

Потребление контента на ФБ характеризуется избирательностью. «Всеядность» при таком изобилии не представляется возможной, а кроме того, у участников есть свои вкусы и предпочтения, и они не всегда определены принадлежностью того или иного контента к фандому. Факторы, влияющие на выбор читателей и его оценку текста:

- Цельность сюжета и текста, логическое построение и отсутствие сюжетных дыр;
- «Вхарактерность», узнаваемость персонажей;
- Эмоциональная наполненность текста, выраженная в описании отношений и чувств героев;
- Наличие главной мысли, пронесенной через весь текст;
- Оригинальность идеи и авторского видения;
- Живость, увлекательность текста;
- Богатство языка;
- Рекомендации знакомых и друзей.

В различных комбинациях эти факторы составляют для разных участников «качество текста». Можно сказать, что участники предъявляют к фанфикшену такие же требования, как к обычной литературе. Многие информанты также выражали мнение, что фанфикшн – не суррогат и не вторичен, а является полноправным литературным жанром.

*[Информант 6]: «Писать о чужом своими словами, пусть и грамотно, всегда проще, чем выдумывать свое. Но высший пилотаж, который я ценю у хороших авторов и*

*старюсь воспитывать в себе, если берусь за фандом, - писать все же о своем, хоть и на чужих условиях».*

Фанфикшн для участников – не только способ связи с каноном и возможность «высказаться» о нём с помощью текста, показав свою точку зрения, но также способ развиваться и расти над собой, вдохновляясь любимыми персонажами и авторами-единомышленниками. Очень часто информантами употреблялись слова «самовыражение», «саморазвитие», «самосовершенствование», «самореализация» и т.д. Фанфикшн облегчает поиск себя «творческого» и является для участников способом что-то сказать миру. Он также способствует эмоциональной разрядке. Наконец, важна и его эскапистская составляющая – возможность отвлечься от реального мира, время от времени погружаясь в выдуманный и вновь и вновь встречаясь с его героями. Также среди информантов распространено восприятие фанфикшена как тренировки перед написанием самостоятельного оригинального произведения.

*[Информант 11]: «Сам по себе фанфикшен для меня не так важен, для меня важнее творчество как таковое. Пусть я пишу и рисую не очень, пусть руки кривые и растут не из того места, но я живу, творю, существую. Поэтому периоды застоя не очень приятны».*

*[Информант 33]: «Чтение дало мне понимание о многих аспектах человеческих характеров. Хоть, в большинстве своем, фанфики - это сказки, но им веришь. А значит в дальнейшем учитываешь модели поведения героев фанфика в жизни. Иногда это помогает, особенно если твой круг общения мал. Написание дало мощное развитие».*

*[Информант 34]: «Я использовала своё творчество в фандоме как лекарство для своего русского, сам фандом – как удовольствие, а лучших его творцов как учителей и повод для восхищения и стремления к совершенству».*

*[Информант 9]: «Фанфикшен для меня – источник радости. Я отдыхаю в пространстве этих текстов; это возможность не расставаться с любимыми персонажами и за рамками канона».*

*[Информант 13]: «Мы по пятьдесят тысяч раз читаем, как два человека влюбляются снова и снова, и это должно надоесть, но не надоедает. Мы снова и снова погружаемся в любимый канон, переосмысленный другими людьми, а когда канон закончился, то это не повод отчаиваться, потому что сотня таких же, как ты*

*придумали двести альтернативных концовок, и сам ты можешь написать себе двести первую, если канон тебя не устраивает».*

### **3.6. Формирование коллективной идентичности**

Особенности социальной стратификации, социализации, социальных норм и социального времени, а также специфика контентообразования в виртуальном сообществе ФБ позволяют нам сделать важные выводы об идентичности участников. Мы выделили следующие типичные черты участников ФБ, через которые проявляет себя коллективная идентичность всего сообщества:

- Организованность, или организованная фандомность. Ни у одного альтернативного виртуального мероприятия не присутствует столь чёткая дисциплина, прописанные правила и нормы и система регулирования. Поскольку эта система легитимизирована участниками, то возвращенная на ней организованность акторов является важной характеристикой их идентичности как участников Битвы.

*[Информант 9]: «Я люблю играть по правилам. Вне зависимости от того, нравятся они мне или нет – они есть, значит, их надо соблюдать. И я это делаю».*

- Осознание одновременной территориальной разобщённости и ментального единства. Участники, находясь в разных уголках страны или даже мира, ощущают свою причастность к тому, что объединяет их друг с другом в виртуальности, и этому чувству общности не подвластны географические пределы. Например, информант 3 рассказала, что у её «родной» команды есть традиция – коллективно одновременно запустить один и тот же фильм, сидя командой в скайпе, и смотреть его вместе, комментируя, обсуждая, дожидаясь прервавшихся и т.д.
- «Командность», или стремление к сохранению и поднятию имиджа и репутации своей команды, забота о внутреннем климате внутри коллектива, взаимная поддержка и помощь. Это особенно важно командам, созданным ради фандома, потому что от сохранения команды зависит и сохранение фандома. Интересно, что в случае особой сплоченности команды и близких отношений между её членами, индивид может не приносить ничего для них в конкретном сезоне, но всё равно числиться участником и идентифицировать себя как участник.

*[Информант 5]: «Я ощущаю себя и частью своей команды, и частью большой команды увлеченных людей, и мне это нравится, потому что в целом я командный игрок».*

*[Информант 32]: «...после деанона друг друга поздравлять не в личку, а прямо в посте деанона, чтобы всем было видно именно команду, которая вместе радуется общим достижениям <...> к деанону каждому члену команды дарить именную ачивку, а читателям и комментаторам – «безымянные» ачивки, но чтобы им тоже было приятно».*

- Обусловленность дедлайнами всей деятельности на ФБ; важность сроков порой болезненно завышена.
- Сленг, о котором уже ранее было упомянуто в контексте социализации. Сленг, родившийся на Фандомной Битве, имеет тенденцию порой выходить за её пределы.
- Мультифандомность (в той или иной степени). Под ней подразумевается включённость в жизнь сразу нескольких фандомов, причем их количество стремится к бесконечности, а участие не обязательно должно характеризоваться стабильностью. К примеру, участник мог в начале играть за одну команду по какому-либо фандому, остыть к нему и перейти в команду другого фандома, параллельно взяться за третий, при этом следить за своей старой командой как читатель и знакомиться с работами любимых команд. Фандомность очень подвижна и непостоянна, и не только на Битве, однако именно здесь можно наблюдать сосредоточение её динамики.
- Наличие предпочтительных интерпретаций канона и умение от них абстрагироваться. Речь уже не столько об индивидуальных прочтениях того или иного актора, сколько об интерпретациях, согласованных внутри команды (внутрикомандные фаноны и хэдканоны). Как правило, у команды есть варианты определённых прочтений канона, которые она транслирует посредством творчества своих членов. Тем не менее, участники готовы адекватно воспринимать и иные интерпретации у других команд – они не просто толерантны к ним, но и открыты новому. Особенно важно умение абстрагироваться на бартере. Тем не менее, от конфликтов на почве интерпретаций полностью никто застрахован. Таким образом, выбирая то или иное прочтение и команду, участник идентифицирует себя с ними, ощущая себя частью интерпретирующего сообщества.

*[Информант 20]: «Раньше я их просто стороной обходила, а тут сталкиваюсь с ними в лоб. А они неправильно моего любимого персонажа интерпретируют, гады».*

- Добровольность, идейность. Никто из нескольких десятков сотен участников Битвы не получает никакой материальной выгоды. Если для творчества фанатов в принципе характерна бескорыстность, то на ФБ бескорыстны в том числе и модераторы, и капитаны, и все, кто занимается организацией мероприятия.
- «Универсальность» участников – тенденция участников со временем брать на себя всё больше разноплановых задач для обеспечения функционирования команды. Среди информантов часто встречалось высказывание о том, что после первой битвы каждый участник «становится ветераном».
- Зависимость от Битвы – шутовское отношение к ФБ как к болезни, которой никак не избежать, или даже как к наркотику, тягу к которому не невозможно перебороть.

*[Информант 27]: «Она теперь как насморк – каждую зиму и до весны. А при неудачном стечении обстоятельств растягивается и на лето».*

- Повышенная креативность, желание и потребность творить для своего фандома и только для ФБ.
- Отношение к ФБ преимущественно как к игре, но отношение бережное, ответственное и честное; участники помнят, что Битва – не тяжкая ноша, а приятный досуг, удачность которого зависит от них самих.
- Относительная закрытость и настороженность к чужакам и новичкам. Вне пределов ресурса, закрытых групп в социальных сетях и личных чатов мероприятие редко обсуждается. В самом сообществе приняты собственные способы маркировки.

*[Информант 23]: «...кричалки, составленные из наиболее ярких воспоминаний с разных ФБ, как бы демонстрируют сплочённость и преемственность, “мы все помним, а ты помнишь?”, маркеры свой-чужой».*

- Особое отношение к Инсайду (как правило, неодобрительное), у которого сформировался собственный «менталитет».

*[Информант 31]: «Всем нам хочется принадлежать к определенной группе, называть себя "мы" и чувствовать гордость, что ты делаешь для это "мы" что-то полезное. <...> удовольствие от причастности к чему-то большему, обладающему своими правилами, своей культурой, своим народным творчеством, так сказать. Это круто, это весело, с этим связано много историй, это занимает большую часть года. Возможно, в некотором роде так себя чувствуют спортсмены, которые играют от сезона к сезону...»*

*[Информант 34]: «Наше сообщество очень разное – шумное, творческое, бурное, немного сумасшедшее, но как правило полное любви. Для меня это – неременный атрибут того круга общения, который я выбираю. Мы любим свои каноны, их создателей, доброжелательно следим за их жизнью...»*

*[Информант 19]: «Мне приятно ощущать себя частью такого масштабного явления как ФБ, причем, если не самой активной частью, то в любом случае частью, сопричастной процессу».*

Таким образом, идентичность участника Фандомной Битвы имеет смысл операционализировать на следующие категории:

1. фандомная идентичность;
2. командная идентичность;
3. идентичность исполняющего определенные функции (творца произведений, организатора и т.п.);
4. идентичность пользователя ресурса Diary.ru.

Каждая из этих категорий структурно важна для всего сообщества и формирует его коллективную идентичность. Само собой разумеется, что для участия в ФБ необходимо обладать навыками пользования онлайн-ресурса, на котором она проходит. Подавляющее количество участников ведут на Diary.ru дневники и посещают другие сообщества на сервисе. Поэтому нормы ресурса, его структура, специфика функционирования и другие особенности являются трафаретом для сообщества Фандомной Битвы и определяют многие структурно-организационные моменты (например, правила поведения и оформления). Идентификация себя как актора определенной функциональной направленности позволяет участникам социализироваться в команде и найти в ней своё место. Участник может менять вид своей деятельности от команды к команде или от сезона к сезону, или расширять круг своих задач, становясь универсалом и идентифицировать себя соответствующим образом. Поскольку игра в ФБ не одиночная, а командная, то для участников имеет большое значение идентифицировать себя с коллективом, с которым он идет бок о бок в процессе игры. Часто игроки вступают в несколько команд за один сезон, и в разных командах процесс участия протекает различно: могут различаться организация и дисциплина, контроль контента, состав команды, личностные качества участников и характер их сработанности. Степень идентификации участника с той или иной командой будет зависеть от того, как он

социализируется в ней и насколько комфортно будет себя ощущать в качестве её члена. В случае если участник играет с определенной командой не один сезон, то и идентифицирует себя в первую очередь с ней, а потом уже с остальными командами, в которых он участвует. Тем не менее, идентификация себя как участника сразу нескольких команд – совсем не редкость на ФБ, так же, как и идентификация себя как приверженца нескольких фандомов. Не редки также случаи, когда командная и фандомная идентичности совпадают, особенно в случае, когда команда создается для маркировки существования очень маленького фандома. Фандомная идентичность в редких случаях может отсутствовать и компенсироваться за счёт остальных составляющих.

Фандомная идентичность представляет особый интерес. Несмотря на то, что в современных исследованиях «фандом» нередко трактуется как любое интерпретативное сообщество вокруг какого-либо объекта, сегодня под фандомом понимается обычно сообщество людей, объединенных увлечением каким-либо продуктом (преимущественно популярной) культуры – как правило, фильмом, сериалом, книгой, комиксом, игрой и так далее. Сюда же относят фандом по реально существующим людям, как правило, участвующих в создании тех самых продуктов культуры – музыкальным группам, актерам, артистам (особым моментом здесь является нахождение этих людей «на виду», т.е. чтобы они давали интервью, фотографировались, участвовали в шоу, в общем - давали фанатам то, что называется «матчастью»). Однако в контексте Фандомной Битвы мы столкнулись с трудностями в операционализации понятия «фандом» вообще.

Уже само название «Фандомная Битва» подразумевает то, что между собой будут соревноваться отдельные фандомы, которые представляют команды, состоящие из поклонников того или иного канона. На деле же структура оказывается гораздо запутаннее. В Битве могут участвовать команды от одного и того же фандома, но играющие за некоторую его часть – «ложноножки», и тогда выходит, что фандом соревнуется не только с другими фандомами, но и сам против себя. Команды-ложноножки могут сосредоточиться на конкретном пейринге, на персонаже, на месте или времени действия, на группировке персонажей по какому-либо признаку, на артефакте и так далее. То же касается и других команд: кто-то пишет по всей вселенной канона, кто-то – по пейрингу, кто-то – по персонажу, кто-то – по жанру... Получается, что нет единой системы критериев, по которым создается команда. Наряду с ложноножками от монстрофандомов играют те команды, которые создавались в основном с целью обозначить существование своего фандома. В этом случае фандом начинается с команды, сосредотачивается в ней, а



порой на ней и заканчивается (если умирает команда, то умирает и фандом). А есть команды, у которых и вовсе нет одного определенного фандома, и они объединены лишь общей тематикой: команды «Ретро», «Флафф», «Стипанк», «БДСМ», «Асексуалы», «Античность» и тому подобные. Эти команды либо создают работы, используя своих оригинальных персонажей, либо произвольно заимствуют персонажей из других фандомов и вписывают их в рамки своей темы. Что и говорить о командах вроде «Соционики», где персонажами являются не персонажи фандома (таковых попросту нет), не оригинальные персонажи и даже не реальные люди, а 16 соционических типов личности!

Появление такого дикого смешения можно списать на недостатки организационного характера, однако мы связываем такую ситуацию с явлением мультифандомности. Дело в том, что фандом становится еще более динамичной и непостоянной сетью, чем предполагает большинство. Меняется сам концепт фандома. Колеблются не только его внешние границы, но и границы внутренние. Мы полагаем, что сегодня следует различать фандомы как глобальные сообщества вокруг того или иного объекта культурного производства и потребления, и фандомы как более локализованные сообщества вокруг определенной части этого объекта. Возьмем, к примеру, глобальный фандом “Marvel”. Это целая вселенная, внутри которой создано множество историй и персонажей, многие из которых даже не пересекались между собой. Кроме того, мы говорим здесь, по крайней мере, о киновселенной и о комиксвселенной – объекты, различаемые не только по способу подачи текста, но и по сюжетной составляющей. И есть, соответственно, фанаты того и фанаты другого, которые не всегда являются одни и теми же людьми. И отношения к кино и к комиксам будут разными. Таким образом, появляется кино-фандом и комикс-фандом “Marvel”.

Например, на Фандомной Битве есть команда Тони Старка. К какому же фандому в традиционном понимании они будут относиться: «Марвел», «Мстители» или просто «Железный человек»? Кино-версия, комикс-версия или мультипликационная версия? Конечно, это будет зависеть уже от конкретного случая и выбора автора. Однако есть общий и главный элемент, и это – конкретный персонаж Тони Старк. У него есть фанаты, и часть этих фанатов собрала команду. Таким образом, получается, что у Тони Старка как конкретного героя есть свой фандом.

Все это наталкивает нас на идею о многоуровневости понятия «фандом». Изучив состав команд на ФБ, мы выделили следующие уровни *фандомности – характеристики, обозначающей идентификацию себя как участника определенного фандома/фандомов*:

- Уровень мультифандома. Сюда относятся все сборные команды, не имеющие привязки к одному конкретному канону, но объединенные общей тематикой: например, команды «Ретро», «Античность», «Детская классика», «Фемслэш», «Фэнтези», «Советская научная фантастика» и т.п. Тематика может быть самой разной: эпоха, стиль, жанр, кинк<sup>103</sup> и многое другое. Сборные команды сочетают в себе первичное (создание оригинальных вселенных и персонажей) и вторичное творчество (заимствование канонов уже созданных вселенных). Это означает, что в ходе одной Битвы тот или иной элемент какого-нибудь канона может засветиться не только в команде по своему фандому, но и в команде сборной. Или же команды по конкретному фандому не будет в сезоне, но, например, какой-то персонаж из него покажется в работе сборной команды. Можно сказать, что в подобных сборных фандом – это и есть мультифандом в ракурсе определенной тематики.

- Уровень вселенной одного канона. Это не всегда монстрофандом, потому что канон может не пользоваться широкой популярностью и иметь относительно небольшой круг поклонников. Сюда могут относиться и фандом “Marvel”, и фандом «Дозоров» Сергея Лукьяненко, и фандом аниме “Owari no Seraph”.

- Уровень конкретного канонного произведения. Сегодня это не редкость, когда авторы канона настолько плодовиты, что создают несколько (порой – множество) различных произведений, объединенных одной вселенной. Действие в них может перекликаться друг с другом, а может и нет, может происходить в одно время, но в разных местах, или в одном и том же месте, но в разное время; порой они могут объединяться в одно произведение. Эти произведения по отношению друг к другу называют приквелами, сиквелами, мидквелами, спин-оффам, кроссоверами и так далее. Пример - канонные, но всё же отдельные произведения по вселенной Толкина: «Сильмариллион», «Хоббит» и трилогия «Властелин колец».

- Уровень ложноножек. На этом уровне создаются команды, играющие за интересующую их часть канона или фанона. Как правило, являются ответвлениями от крупных фандомов. Такие фандомы могут складываться вокруг персонажа (команда “Tony

---

<sup>103</sup> Кинк – («странность, ненормальность, отклонение») разновидность фанфикшена, предполагающая наличие сексуальных действий нестандартного экзотического характера, которые могут шокировать читателя.

Stark”, “Obi-Wan Kenobi”, “Moriarty”), пейринга (“Starbucks”, “Dramione”), жанровой направленности (“Harry Potter Slash”) и т.д.

В нашу линейную модель не вписывается способ подачи материала канона, потому что сегодня информация транслируется с самых различных медиа-площадок. Аспект трансмедийности делает нашу схему трехмерной. Один и тот же канон может обыгрываться в кино, комиксах, сериалах, мультсериалах и играх, зачастую от разных создателей, но каждая из этих интерпретативных подач будет считаться оригинальным произведением, несмотря на то, что порой они противоречат друг другу.

В связи с трансформацией понятия фандома можно заметить также тенденцию подмены понятий, когда вместо слова «команда» употребляется термин «фандом». Даже в правилах Битвы можно заметить такие казусы: из п.6.2. Голосование за работы по квестам: «Действует ограничение: одна оценка – один фандом».<sup>104</sup> По уточненной у организатора информации, это действительно некорректная формулировка, оставшаяся со времен, когда на ФБ были запрещены ложноножки. Тем не менее, участники понимают ее в соответствии с замыслом и проблем с этим не возникает, а организаторы не спешат исправлять этот пункт. Кроме того, в ЛФБ в начале названия каждой команды, согласно правилам, должно фигурировать слово “fandom”. И хотя это всего лишь требования к оформлению, мы склонны полагать, что это оказывает на участников некоторое влияние в плане восприятия ими понятия фандома. Иными словами, мы нашли лишнее подтверждение тезису Генри Дженкинса о том, что фандом превратился в универсальную категорию.

Интересной особенностью является и то, что в ФБ могут участвовать «нефандомные» люди, или те, кого в Битве привлекает именно элемент соревновательности, командного духа или возможности проявить себя, но не фандомности. Обычно это те участники, которые вступают в сборные команды, чтобы иметь возможность писать «ориджиналы», либо это «беты» или «гаммы», которые расценивают фанфики вне зависимости от содержания лишь как тексты, нуждающиеся в редакции. Это скорее исключение, чем правило, однако наталкивает на мысль о том, как на Битве могут гармонично сочетаться нефандомность одних акторов и мультифандомность других, представляя собой два полюса одного понятия – «фандомности».

---

<sup>104</sup> Режим доступа (только для зарегистрированных пользователей): <http://fandom-kombat.diary.ru/p212418751.htm>

Таким образом, переход от командной к фандомной идентичности получается максимально сглаженным, а порой отсутствует вовсе, поскольку эти категории могут совпадать.

*[Информант 9]: «Я почувствовала себя частью чего-то, что больше, чем я. А для меня очень важно чувствовать себя частью чего-то».*

*[Информант 20]: «ФБ представлялась мне этаким карнавалом, нескончаемым праздником и, конечно, оплотом человеческих заблуждений. Так уж сложилось, что я человек начитанный, любопытный и всегда открытый новому. Иными словами, мультифандомный».*

*[Информант 12]: «Всегда открываешь для себя что-то новое в ФБ. Новые грани падения на дно».*

Касательно конфликтов, в которых наиболее ярко выражается групповая идентичность по мнению С.В.Бондаренко, можно выделить, на наш взгляд, следующие крупные разногласия:

- солидарность большинства участников ФБ относительно вопроса нечестного голосования с помощью ботов. Несмотря на то, что негодование направлено на конкретные команды и порой организаторов, неспособных пресечь такое нарушение, конфликт на данный момент не разрешен до конца и возникает регулярно каждый сезон. Демонстрируя своё коллективное возмущение, участники отстаивают свою групповую идентичность, выражающуюся в стремлении к честной игре и осознании своего права на это;

- конфликты между командой и фандомом, за который она играет: видение команды и её подача контента может не удовлетворить других фандомных людей и повлечь за собой последствия. В данном случае команда может проявлять не только свою командную идентичность, но и групповую идентичность сообщества ФБ, показывая тем самым, что контент, вызвавший противоречия, создан именно для неё.

В рамках Битвы участники чаще идентифицируют себя по описанным выше четырём категориям. Например, индивид может демонстрировать свою идентичность как фикрайтера и заместителя капитана внутри команды, отвечая на комментарии под работами представлять идентичность команды, при взаимодействии с соперниками показывать себя как представителя фандома, а в своём личном дневнике свободно писать о

впечатлениях от Битвы, чувствуя себя обычным пользователем ресурса. За пределами ФБ участники в контексте своей причастности к Битве скорее продемонстрируют совокупную коллективную идентичность сообщества, а уже потом при необходимости уточнят подробности.

### **3.7. Воспроизводство культуры участия в виртуальном сообществе Фандомной Битвы и выход за пределы виртуальности**

Сообщество Фандомной Битвы характеризуется сильными внутренними связями, наличием организации и социальной структуры. Контент производится и распространяется свободно, однако регулируется внутренними нормами. Между участниками существует сильная социальная связь, имеет место иерархия и система неформального наставничества. Участие в Битве насыщено активной коммуникацией, глубокой эмоциональной вовлеченностью, компетентностью по отношению ко всему, что связано с оригинальными культурными продуктами и фандами по ним. Таким образом, культура участия воспроизводит себя во всех аспектах деятельности сообщества. Главной особенностью её является игровой аспект, который делает деятельность участников сообщества особенно интерактивной.

*[Информант 10]: «ФБ немножко похоже на войну. Так вот это правда. Это игра против поля, против обстоятельств, неписца, усталости и всего на свете. Это игра с простыми правилами, где для победы нужно лишь немного усилия и чемодан травы (в метафорическом смысле)».*

Мы будем рассматривать проявление культуры участия в процессе фанатского творчества виртуального сообщества Фандомной Битвы в четырёх осях отношений: «фанат – фанат», «фанат – фандом», «фанат – канон» и «фанат – создатель канона».

#### **1. Отношения «ФАНАТ – ФАНАТ»**

Фанатское творчество расценивается многими информантами именно как связь друг с другом, то есть с другими фанатами – потребителями исходного продукта. Другие фанаты представляются гораздо более живыми, реальными, осязаемыми личностями, нежели далекие создатели оригинальных произведений. Эта связь строится на межличностном взаимодействии между собой участников, команд, читателей и организаторов. В процессе такой коммуникации фанаты как никогда близко

взаимодействуют со своими единомышленниками. Общность интересов и ценностей вдохновляет их, укрепляет коллективную идентичность, даже если коммуникация происходит через анонимные аккаунты. Фандомная Битва строится на синтезе индивидуального и коллективного, и межличностные взаимодействия являются минимальными звеньями этой системы. Творчество берет начало во многом из таких взаимодействий, и оно же порождает их в дальнейшем. Значительная часть произведенного контента на ФБ создается совместными усилиями нескольких человек. Обратная связь в виде отзывов читателей – это то, для чего идёт на Битву большая часть участников, потому что именно благодаря фидбэку у них создаётся и укореняется ощущение нужности своего творчества, своей состоятельности как авторов. Взаимодействия в команде являются основополагающими для Битвы, ведь без команд не получится игры. Чем выше включённость всех участников в процесс внутрикомандной деятельности, тем ценнее для них это взаимодействие. Когда команда уже сформировалась, солидарна в своих видениях канона и толерантна к иным интерпретациям, её сплоченность проявляется в обсуждении организации совместной работы, вопросов оформления выкладок и другие структурные моменты, то в такие моменты и воспроизводится культура участия. Нередко встречалось сравнение своей основной команды с семьёй, крепким тылом, который всегда прикроет спину, с которым «и в огонь, и воду». Участники могут быть вовлечены в игру и коммуникации в сообществе, но при этом не приносить собственных произведений, и их не будут считать «рыбодебилами», потому что они все равно вносят вклад в командную работу, ощущают себя её членами и осознают свою возможность что-то создать для неё самостоятельно. Кроме того, они могут косвенно поучаствовать в создании тех или иных работ на этапе генерирования идей. Поэтому сокомандники даже не могут представить себе команду без них. С другой стороны, процесс совместного творчества может быть затруднен, поскольку двум или более индивидам нужно сработаться, «притереться» друг к другу, а это затрачивает и личностный, и временной ресурс. Немалое количество участников предпочитает творить в одиночестве и приносить в команду готовые работы. Потому, если даже сам процесс создания контента носит индивидуальный характер, то межличностное взаимодействие выходит на передний план в процессе получения обратной связи – не только от читателей, но и от тех, кто в команде отвечает за контроль качества. Важнейшим аспектом межличностного взаимодействия является атмосфера, сложившаяся в группе. Коллективное творчество даёт участникам выйти за свои рамки и сделать то, что каждый из них не смог бы сделать по отдельности; Фандомная Битва, собрав этих людей воедино,

стала предпосылкой и площадкой для создания работ, не появившихся бы без неё вовсе. А само фанатское творчество позволяет понять других людей, отражая их устремления, желания и мысли. Открытие для себя новых фандомов, новых жанров, новых авторов тоже происходит зачастую в процессе межличностного взаимодействия. Создание личных чатов на других ресурсах позволяет участникам не терять связь с сообщниками и оставаться в дискурсе Битве, формально находясь за её пределами. В более широком плане связь фанатов может проявляться в сходстве мыслей, выраженных посредством творчества – например, когда один автор находит в чужой работе отражение собственных идей, ощущая себя частью единого информационного поля.

*[Информант 21]: «Люди - вот что главное для меня в битвах».*

*[Информант 3]: «На ФБ у меня есть чувство, что если я это напишу, это будет кому-то нужно. <...> Я могу сколько угодно генерировать идеи и оставлять их у себя в голове, но на ФБ я их действительно напишу - ради команды, ради фандома, ради читателей... и ради себя».*

## **2. Отношения «ФАНАТ – ФАНДОМ»**

В отличие от межличностных взаимодействий между фанатами, коммуникация внутри фандома переходит в гиперперсональную форму. Другие участники расцениваются не как отдельные личности с индивидуальными чертами и качествами, а как представители того или иного фандома и проявляющие его идентичность. Быть частью фандома для фанатов означает быть не пассивными потребителями, а креативными, то есть пропускать через себя то, что они потребляют, и на выходе отдавать проработанный, осмысленный и переосмысленный продукт, дополненный новыми смыслами, раскрытый под новым углом. Когда что-то создается как обратная связь на оригинал, мы говорим о фандомной деятельности, поскольку под фандомом мы понимаем любое интерпретативное сообщество, образованное поклонниками какого-либо культурного объекта.

ФБ во многих аспектах можно назвать движущей силой фандомной активности. Значительная часть русскоязычных фандомов существуют благодаря Битве или даже были созданы ради неё, и, следовательно, породили огромное количество работ, которые теперь составляют фандомный бэкграунд. Участие в Фандомной Битве рассматривается многими информантами как возможность во всеуслышание заявить о своей любви к тому или иному фандому, обогатить его и поспособствовать распространению. Именно во время

Битв в огромном количестве фандомов стремительно повышается активность и в несколько раз увеличивается продуцирование контента. В остальное время деятельность в фандомах, особенно некрупных, может осуществляться весьма вялотекуще или не осуществляться вообще. Для каждого фандома Битва – это возможность продемонстрировать свои лучшие стороны, своих творцов. ФБ ценится тем, что на ней представлены всевозможные виды фанатского творчества на любой вкус, а для определённой части участников особенным удовольствием в ФБ видится возможность все систематизировать.

*[Информант 9]: «Частью масштабного виртуального явления я себя чувствую, когда думаю про фандом в целом, не только про ФБ. ФБ я для себя определяю как ещё один вид фандомной активности, а не что-то отдельное. В любом случае, ощущения захватывающие».*

*[Информант 23]: «ФБ очень большая, реально ощущаю себя каплей в море, хотя то, что за мной стоит команда и я как бы её представитель, помогает чувствовать себя большой каплей».*

Особенно интересны случаи, когда именно на Битве рождается новый фандом. Благодаря популярности мероприятия и сосредоточенности на нём значительной части фанатских сообществ велика вероятность найти заинтересованных людей, которые могут этому поспособствовать. По одиночке поклонники могут выкладывать свои работы на других ресурсах, далеко не всегда рассчитывая на фидбэк. На ФБ же вероятность быть замеченным и получить отклик возрастает в разы – в силу того, что находятся единомышленники, заинтересованные в создании и продвижении фандома. Конечно, стать популярнее фандомных монстров у них вряд ли получится, но это и не ставится участниками как самоцель. Их главной задачей является обозначить своё существование как фаната и автора, а также существование сообщества в целом, что формирует и укрепляет их собственную идентичность как представителей определенного фандома, а теперь ещё и команды. К примеру, один из информантов рассказал, что на основе его команды и еще нескольких людей образовался официальный фан-клуб группы, за фандом которой они шли на Битву. Для многих таких участников куда важнее внутрикомандная активность, нежели взаимодействие за пределами группы единомышленников. Однако, будет ли жить новый фандом в виде команды дальше, зависит лишь от самих участников. Как правило, именно они как основатели фанатского сообщества и являются его «костяком», без которого фандом рассыплется на разрозненные вспышки фанатской



активности. Тем не менее, порой в таких ситуациях удаётся зародить инициативность вне команды, что даже после распада команды даёт фандому шанс на дальнейшее активное существование. Хотя для некоторых участников подобный опыт уже считается успешным, если они «остаются на страницах истории» и их работы сохраняются в архивных каталогах, где их сможет найти любой желающий.

*[Информант 30]: «Пару раз мне приходилось заводить фандомы самой, потому что до меня по ним никто не писал. Но на ФБ находились люди, которым было понятно и интересно».*

Несмотря на то, что определенная часть сообщества ФБ играет за результат, остальные просто приходят для участия. Среди многих информантов ФБ перестала считаться конкурсом, хотя бы потому, что система голосования заведомо неэффективная. На Битву приходят за откликом на своё творчество и за рекомендациями новых работ, авторов и фандомов. ФБ сравнивают с праздником, ярмаркой, карнавалом. Это мероприятие, поддерживающее не только отдельные фандомы, но и весь русскоязычный мультифандом в целом, хотя и не все участники ощущают причастность к масштабному явлению. Мультифандомность, как ни странно, способна порождать парадокс: несмотря на видимое изобилие контента, он во многом однообразен. Она способствует появлению того, что можно обозначить как кроссфандомные клише – стили, сюжеты, жанровые трафареты, кочующие из одного фандома в другой, и по сути огромная часть произведений похожи друг на друга по своей сути, а меняются лишь персонажи и миры. Конечно, избежать подобного попадания в клише помогает талант и опыт автора. Однако для мультифандомного человека всегда существует риск пресыщения и разочарования. Нам встретилась и другая точка зрения – о том, что фанфикшена много не бывает, и не хватает даже всего того, что производится на Фандомной Битве. Повышенная креативность участников ФБ идёт рука об руку с крайне высоким уровнем потребления, граничащим с перепотреблением.

Участники склонны разграничивать фандом, сконструированный фанатами и их творческой деятельностью, и фандом как статичное хранилище канона – таким, каким его создал автор. Во втором случае это уже и не фандом в настоящем смысле слова, потому что исключает возможность креативного прочтения и переосмысления оригинала. Коммуникация фаната с фандомом неизбежно порождает интерпретативные практики, бесконечный «отклик чего-то на что-то», и именно благодаря участию в этих практиках фанат ощущает себя причастным к сообществу.

*[Информант 15]: «То самое чувство, когда из-за кроссоверной заявки начал играть в игру...»*

*[Информант 34]: «То, что существует такая штука, как фандом, я обнаружила в 2009 году, и не могла не присоединиться. К тому моменту я жила в США, и ощущала, как растворяется мой русский. И фандом, необходимость писать, стали моим спасательным кругом».*

### **3. Отношения «ФАНАТ – КАНОН»**

Под каноном мы понимаем оригинальный текст, транслируемый официальными создателями культурного продукта. Канон является единым для всех фанатов, и к нему относятся бережно и уважительно. Канон читается в любом случае, даже если в своем фанатском творчестве автор переворачивает его с ног на голову. Случается также, что фанат любит канон именно таким, как он есть, и не нуждается в его переосмыслении посредством фанфикшена – в таком случае креативная динамика почти отсутствует, и читатель является просто читателем. Он способен воспринимать продукты фанатской культуры в том случае, если они не противоречат канону. Это значит, что у фаната есть свой способ видения канона, но он не нуждается в отдельном выражении. С взаимодействия фаната и канона зарождается очаг фандомной активности. Канон уже давно не является нерушимым монументом. В реалиях фанатской культуры канон уже не является собственностью создателей. Это не вопрос авторских прав, которые, безусловно, им принадлежат. Это вопрос свободы интерпретаций, с помощью которых фанаты осуществляют присвоение канона. Зачастую сложно уловить грань, где канон переходит в хэдканон, а затем и в фанон, потому что для многих фанатов эта грань зыбка и даже не воспринимается. В каждом интерпретативном сообществе границы между оригинальным текстом и текстом придуманным, переосмысленным могут сдвигаться, расширяться, растекаться и стираться вовсе. Присваивая канон, фанат обеспечивает себе полное погружение в вымышленную вселенную, ведь теперь он может в полной мере ощутить себя её со-творцом. Канон является фундаментом, на котором фанат строит свой интерпретативный мир. Такое близкое, практически интимное взаимодействие с оригинальным текстом обеспечивает беспрецедентную вовлечённость в процесс современного трансмедиа-чтения.

*[Информант 12]: «Ты настолько часто пишешь, говоришь об этих чуваках, что они уже для тебя как живые, часть твоей жизни, что они как будто где-то там вот*

*существуют в параллельной вселенной. Настолько они близко к сердцу, настолько они - твое, живое. Такое ощущение, что ты даешь им жизнь».*

Фанатам важно продолжать контактировать с персонажами канона уже после его прочтения, посредством собственной креативной деятельности, и чем чаще это происходит, чем больше возникает углов, под которыми можно взглянуть на них, и ситуаций, в которые их можно поставить, тем ближе читатель приближается к канону. Персонажи воспринимаются практически как живые люди, реально существующие в параллельной вселенной, к которой у фаната есть ментальный доступ. Именно фанат делает их живыми. Он не может творить отстранённо, не проникаясь характером героя, его проблемами, его чувствами, - происходит идентификация фаната с ним, пропускание через себя, становление себя на его место, что вызывает вполне реальный эмоциональный отклик. В процессе написания особенно ярко проходит проживание истории вместе с персонажем, и в этот момент главной целью для автора является выразить то, что он чувствует вместе с ним, таким образом, чтобы донести до читателей именно своё восприятие.

На Фандомной Битве, как правило, создание собственных фанатских текстов сопряжено с чтением других. Какие-то каноны могут впечатлять, но не вдохновлять на создание какого-то креатива по ним, особенно, если его и так достаточно. В других случаях авторы воспринимают чужие тексты не как обособленные работы, а как часть фандомного массива, и это также влияет на их творчество. Работы сокомандников позволяют развить командное и индивидуальное видение канона.

Сегодняшняя реальность такова, что многие фанаты воспринимают любой канон только с позиций возможностей фанона. Они с самого начала настроены на прочтение оригинала в том или ином ключе. В процессе первого прочтения канона они ищут элемент, за который можно зацепиться и от которого оттолкнуться, начав процесс индивидуальной интерпретации. Фанон видится им как будто важнее канона, однако не стоит забывать, что без второго первый не существовал бы вовсе. Встречаются также случаи, когда домыслы и догадки фанатов, выраженные в их творчестве, подтверждаются авторами оригиналов, и тогда фанон переходит в канон.

#### **4. Отношения «ФАНАТ – СОЗДАТЕЛЬ КАНОНА»**

Информанты считают, что с создателями оригинальных произведений их связывает преимущественно любовь к вымышленному миру, наличие фантазии и желание создавать.

Большинство охарактеризовали эту связь как одностороннюю. Фанфикшн рассматривается ими в основном как способ коммуникации фанатов друг с другом, чем с авторами канона. Тем не менее, и те, и те работают над вымышленным миром, но разными способами. Связь видится ими в том, что они ставят себя на место создателей и стараются сохранять их канонный мир в своём творчестве, при этом дополняя или переосмысливая его, стараясь быть достойными авторами для этой вселенной.

*[Информант 3]: «Если можно так сказать, мы играем в создателей канона».*

*[Информант 30]: «Мне нравится быть в стороне и заниматься чем-то вроде игры в куклы. Я не стремлюсь познакомиться с автором куклы или сделать собственную, мне и так неплохо».*

Фанфикшн видится «лакмусовой бумажкой для оригинала»<sup>105</sup>, потому что он демонстрирует, как справляются фанаты с той пищей для размышлений, что даёт им канон. Когда творчество порождает творчество, это означает, что в начальном продукте была суть и содержание, что он эмоционально насыщен, что на его создание было потрачено много труда, времени, сил и эмоций. Некоторые информанты, однако, действительно воспринимают фанфикшн как полемику с создателями канона.

*[Информант 23]: «Мне кажется, фанфикшен - это в общем разговор, прежде всего с читателем, о разных проблемах, как тех, которые поднимал создатель канона, так и о тех, которые интересуют лично автора фанфика».*

*[Информант 22]: «Я не вижу глобальных различий между одним человеком, который пишет фанфики, вдохновившись книгой или фильмом, и командой из пятидесяти-двадцати-пятидесяти человек, которые делают то же самое: разница только в объемах».*

Однако нередки случаи, когда косвенная связь превращается в прямую, и сами создатели оригинальных продуктов так или иначе откликаются на творчество фанатов или вовсе принимают в нём участие. Они могут общаться по этому поводу в социальных сетях и делиться ссылками, рассказывать об этом на конвентах. Многие участники ФБ выразили мнение, что пределом внимания любого фандомного человека было бы сделать то, что привлекло бы внимание создателей канона, и такие случаи случаются сегодня всё чаще. Реакция может быть как позитивной, так и негативной, хотя значительная часть

---

105 Информант 13.

современных авторов оригинальных произведений также склонны воспринимать фанфикшн как еще одну медиа-площадку, которую невозможно искоренить и которая может быть полезна им самим. Часто негативная реакция оказывается связана с жанром слэш, причем дело касается преимущественно российских авторов. Положительная реакция, конечно, вдохновляет фанатов, однако негативная не расстраивает их настолько, чтобы они перестали творить. Значительная часть информантов выразила равнодушие по отношению к возможности того, что их работы увидит автор канона. Для многих участников прямая связь с создателями практически невозможна в силу фактора иностранного языка. Ещё любопытнее феномен, имеющий место только на Фандомной Битве: когда русскоязычные авторы делятся информацией про команды по их произведениям в своих блогах или самих книгах, читают их работы или даже самолично принимают участие в ФБ, устраивая настоящую сенсацию после деанона. Среди информантов также встретилась автор, которая играла за команду по собственной игре.

*[Информант 31]: «Я сталкивалась, когда автор сам участвовал в ФБ, было очень смешно, потому что тому автору говорили, что он пишет ООС, и это было очень забавно на самом деле со стороны наблюдать, зная, кто этот человек».*

*[Информант 10]: «Дело в том, что в первый раз команду собирали по моей игре. Большинство моих "фиков" написаны по моим же произведениям».*

Подобное стирание грани между оригиналом и фанатским творчеством, которое производит сам автор совместно с фанатами, на наш взгляд, можно назвать апогеем культуры участия. Другой вопрос, получает ли автор из этого какую-то материальную выгоду: кто-то из авторов может издать в последствии свои фанфики, превратив их в канон, кто-то предпочтет оставить их в «естественной среде обитания». Такого права выбора у фанатов, в отличие от авторов, уже нет.

Существует также мнение о том, что фанатское творчество пагубно влияет на творчество автора, поскольку оно отражает мысли, эмоции и впечатления фанатов, и это невозможно не учитывать при создании канона, который нужно будет им продавать. Канон должен существовать независимо от того, что думают о нём фанаты, иначе он потеряет свою аутентичность. Тем не менее, многие нынешние производители массовой культуры уже привыкли ориентироваться на активность фанатов и манипулировать ей с помощью фансервиса, проявляющегося в самом каноне и в на других официальных медийных площадках и на который поклонники любят очень живо и воодушевленно реагировать.

*[Информант 34]: «Я считаю, что фанфикшен из спутника большой литературы и кинематографа превращается в его соавтора и симбионта. А, в общем, поживём-увидим».*

Выход за пределы виртуальности не оказался важным аспектом участия в Фандомной Битве. Он оценивается участниками по-разному: для кого-то он является полноценной частью фандомного общения, для кого-то – приятным, но необязательным дополнением к нему, ещё кто-то относится к нему равнодушно и предпочитает не распространять свою фанатскую деятельность оффлайн. У некоторых информантов деятельность на ФБ тесно связана с личной и семейной жизнью: они творят вместе с супругами или родственниками, дают им первыми прочесть свои произведения. Часто у команд есть традиция собираться и создавать что-то вместе, будь то фики, задания на челлендж и оформление выкладки. В целом командные собрания постоянным коллективом более популярны у информантов, чем общие сходки, на которых собираются незнакомые участники разных команд и фандомов, что не всем интересно. Также многие информанты предпочитают отдельные встречи с друзьями-участниками, и не редко такие встречи перерастают в близкую дружбу. Главным препятствием для встреч является географическая разобщенность, однако многие готовы её преодолевать, и если представляется шанс и возможность встретиться нескольким участникам в одном городе, то они с большой вероятностью ей воспользуются.

*[Информант 9]: «Несколько раз видела на инсайте предложения большой сходки, но они меня не заинтересовали. Для обсуждения ФБ у меня есть друзья, мне не нужно для этого идти знакомиться с кем-то новым».*

*[Информант 21]: «Развиртуализированы мы только с тремя товарищами. С одной девушкой, с которой мы познакомились еще на фикбуке и прошли практически все битвы бок о бок, мы успешно встретились и подружились. Она стала моей лучшей подругой, свидетельницей на свадьбе. С ней мы общаемся везде, где можем, ездим друг другу в гости, проверяем тексты на наличие ошибок и подкидываем идеи для текстов».*

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Фанфикшн сегодня стал значимой литературной и социальной практикой, объединяющей фанатов со всего мира на локальных виртуальных площадках, на которых осуществляется интенсивная коммуникация посредством обмена различного рода медиатекстов. В условиях трансмедийности современной культуры её производители и потребители в симбиотическом союзе создают цельные продукты, бесконечно дополняя их новыми текстами, произведенными различными способами. Производство фанатского креатива происходит в виртуальных сообществах, создающихся на добровольной основе самими фанатами. Участники этих сообществ объединены общими интересами к культурному продукту и разделяют общие ценности. Функционирование виртуальных фанфикшн-сообществ осуществляется благодаря их социальной структуре, которая конструируется и воспроизводится самими участниками на благо всего коллектива.

Мы рассмотрели явление фанфикшена через теоретические концепции Ролана Барта о чтении как креативном потреблении и Мишеля де Серто о чтении как практике браконьерства. Их идеи помогли глубже изучить феномен культуры участия. Мы обобщили теории западных и отечественных исследователей фанфикшена, чтобы применить их по отношению к полученному нами конкретному эмпирическому материалу. С помощью категорий социальной структуры в киберпространстве, описанными С.В. Бондаренко, мы рассмотрели виртуальное сообщество мероприятия «Фандомная Битва».

Подводя итоги исследования, выделим ключевые элементы социальной структуры данного сообщества. Мероприятие «Фандомная Битва» функционирует с помощью нескольких основных подсообществ и множества мелких. Каждое подсообщество структурирует основные аспекты деятельности участников. Все подсообщества связаны друг с другом в единую сеть, которую мы называем виртуальным сообществом Фандомной Битвы. Социальная стратификация в сообществе характеризуется высокой динамичностью. Её можно рассматривать в двух основных аспектах: место участника в функционировании всей ФБ, место фандома/команды среди других. В процессе игры каждый участник имеет возможность занимать практически любое место, всё зависит от его способностей и инициативности. Команды более ограничены в плане вертикальной мобильности, и это свидетельствует о том, что условия игры изначально являются неравными, потому что фандомы могут очень различаться по своей известности и количеству поклонников.

Социальное время является для участников важным ресурсом, который в значительной степени влияет на организацию их деятельности на Битве. Для многих участников Фандомная Битва разделяет год на две части и во многом организует для них распределение социального времени, за счёт чего доминирует среди прочих фандомных и мультифандомных фестивалей и конкурсов. ФБ строго структурирована на временные промежутки, в течение которых проходит тот или иной этап игры. Легитимизированная система дедлайнов – один из основополагающих принципов организации всего виртуального сообщества. Мы сделали вывод о доминировании монохронического восприятия времени на игре.

Сообщество ФБ имеет чёткие правила и нормы, которые строго регулируются не только со стороны организаторов, но и со стороны самих участников. Нормы сообщества делятся на гласные, то есть прописанные организаторами, и негласные. Сообщество Инсайда заслуживает отдельный интерес, поскольку воспринимается участниками несколько обособленно от остальных. За прошедшие годы оно также успело сформировать собственную культуру и нормы. У многих команд отношение к Инсайду настороженное и не очень одобрительное. Также ФБ породила собственный сленг, особые традиции, и ритуалы. Участники в большинстве своем одобряют систему социального контроля на ФБ, осознавая его структурную важность для всего мероприятия. Таким образом, социальная структура сообщества поддерживается адаптивным механизмом саморегуляции. Социализация участников зависит от того, насколько индивид готов принять нормы сообщества и включиться в активные интеракции.

Создание, представление и потребление контента на ФБ являются креативными коллективными динамическими процессами. Контент является целеполагающим элементом всего сообщества. Мы выделили первичный (продукты творчества), вторичный (организационный) и третичный (фидбэк по первому и второму) типы контента, каждый из которых в одинаковой мере структурно важен для функционирования сообщества и связан с другими. Практика создания контента всегда сопряжена с коммуникациями в сообществе.

Фанфикшн для участников – не только способ связи с каноном и возможность «высказаться» о нём с помощью текста, показав свою точку зрения, но также способ развиваться и расти над собой, вдохновляясь любимыми персонажами и авторами-единомышленниками. Он также способствует эмоциональной разрядке. Наконец, важна и



его эскапистская составляющая – возможность отвлечься от реального мира, время от времени погружаясь в выдуманный и вновь и вновь встречаясь с его героями.

Идентичность участника ФБ мы рассмотрели по четырем её категориям: фандомная идентичность, командная идентичность, идентичность исполняющего определенные функции и идентичность пользователя Diary.ru. Всё вместе формирует коллективную идентичность сообщества. Особенное внимание было уделено вопросу фандомности и фандомной идентичности и сделаны выводы о многоуровневости понятия «фандом»: уровень мультифандома, уровень вселенной одного канона, уровень конкретного канонного произведения и уровень ложноножек. Учитывая аспект трансмедийности, данная схема приобретает трехмерность. Мы подтверждаем тезис Г. Дженкинса о том, что фандом превратился в универсальную категорию.

Выход за пределы виртуальности не является структурно важным для жизни сообщества, но расценивается как дополнение к ней, обеспечивающее большую включённость и укрепление коллективной идентичности. На всех уровнях социальной структуры сообщества происходит активная коммуникация, которая характеризуется глубокой вовлеченностью участников. Воспроизводство культуры участия мы рассмотрели в четырёх осях отношений: «фанат – фанат», «фанат – фандом», «фанат – канон» и «фанат – создатель канона». Особенностью виртуального сообщества ФБ является его игровой характер, и вся социальная структура основывается на принципе игры. Это соответствующим образом направляет активность участников, вовлекая их не только в творческие процессы, но и в многочисленные интеракции вокруг них, что конструирует многогранную идентичность сообщества. Таким образом, гипотеза эмпирического исследования была подтверждена.

Делая заключение, вспомним, что характеризует Фандомную Битву как виртуальное сообщество:

- ФБ использует общий для всех канал коммуникации на базе ресурса онлайн-дневников (блогов), обеспечивая взаимодействие каждого со многими;
- ФБ фактически имеет систему членства (каждый участник в Битве имеет свои права и обязанности и номинально фиксируется организаторами);
- ФБ характеризуется общностью целей и интересов участников, которые выражаются в участии в фандомной жизни и поиске единомышленников.

Сообщество ФБ не обязывает участников обособляться от участия в альтернативных группах и мероприятиях. Тем не менее, она является наиболее популярным и масштабным событием – как по количеству участников, так и по затрачиваемому на него времени, – поэтому в какой-то мере вынуждает многих игроков сосредотачиваться только на деятельности внутри ФБ, что во многом определяет их идентичность.

Хотя бы только потому, что ФБ номинально является соревнованием, и многие участники относятся к ней именно так, то обмен контентом в любом случае оказывается сопряжен с конкуренцией и конфликтами: как между командами, так между отдельными пользователями. Любой контент может вызывать оживленные споры: не только креатив, созданный участниками, но и их мнения и впечатления, высказанные в комментариях или в сообществе Инсайда. Именно в контексте конкуренции возникают недовольства пользователей, касающиеся нечестной системы голосования; конкуренцией обуславливается и популярность системы доносов на тот или иной контент, который не всегда оказывается противоречащим правилам Битвы. С другой стороны, именно ради обмена контентом и результатами взаимодействия с ним и создано это виртуальное сообщество, и это является его основной целью, помимо, конечно, непосредственно создания этого контента. Таким образом, две эти стороны социальных интеракций в равной мере представлены на Фандомной Битве и сосуществуют друг с другом, обеспечивая функционирование социальной структуры сообщества.

Что касается отношений собственности, то с юридической точки зрения права владения на подсообщества ФБ имеют лишь их владельцы (те, на чье имя оформлено сообщество). Владельцы могут даже не иметь отношения к Битве или ее организации, тогда как всю работу в ней выполняют орги. У организаторов, в свою очередь, больше прав на ресурс, чем у обычных участников, и больше власти соответственно. По форме собственности ресурс является негосударственным. Материальную выгоду со всего сервиса Diary.ru могут получать только его основатели.

Отсюда следует и то, что ФБ не является сообществом «общего интереса», построенного на коммерческих принципах. Общих интересом для всех участников, от организаторов до рядовых игроков, является сохранение сообщества и защита его от внешних факторов (в частности, законодательства). Этому интересу способствуют все по мере своих сил. Фандомная Битва является сообществом «общих ценностей», где приняты

правила и нормы фанфикшн-культуры и соревновательности, а главной ценностью для всех участников является свобода творчества и самовыражения.

ФБ является открытой для новых участников и не имеет фиксированного количества акторов, однако доступ к тому или иному контенту может быть ограничен какой-либо категории пользователей. Принцип членства может наблюдаться в коллективе организаторов, в коллективе капитанов, в отдельно взятой команде. В контексте всей Битвы вопрос членства скорее является вопросом идентичности.

ФБ однозначно является сообществом интерактивного взаимодействия с контентом, ориентированным на эмоциональную коммуникацию. Информация в сообществах ФБ обычно касается только организации самого процесса Битвы. Творчество участников является вторичной информацией, которая несет в себе эмоционально проработанную интерпретацию первичной (оригинальных произведений). Поэтому контент, производимый игроками в ходе ФБ, всегда является чувственно наполненным и направленным на получение такого же отклика.

Наконец, по количественному составу участников ФБ является макросоциальным сетевым сообществом, состоящим из малых групп, которыми являются командные коллективы игроков. Система подсообществ, отвечающих за определенные аспекты функционирования всей Битвы, также подтверждают макросоциальный характер сообщества ФБ.

Мы рассматривали Фандомную Битву преимущественно как фанфикшн-сообщество, потому что именно практика фикрайтерства была основным ракурсом нашего исследования. Тем не менее, мы пришли к заключению, что данное мероприятие имеет смысл изучать и в других аспектах фанатского творчества, в частности, визуального, поскольку оно, в отличие от фанфикшена, в силу мультязычности имеет свою специфику в процессах как его создания, так и восприятия и оценивания. Также перспективным направлением может стать изучение отдельных этапов игры и их особенностей, например, этапа «Челлендж» как благодатной площадки для формирования новых оригинальных видов креативной деятельности, связанной не только с фанатским творчеством, но и с общемировым культурным достоянием. То, что сегодня создают фанаты наряду с производителями в глобальном медиа-пространстве, способствует образованию и развитию новых форм ментальной работы над окружающим миром, а также уникальных культурных практик, требующих понимания и изучения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Антипина, Ю.В. Жанровые особенности фанатской прозы: (на примере фанфикшена по творчеству братьев Стругацких) // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2011. - № 13. - С. 21-25.
2. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. - М.: Прогресс, 1989. - 616 с.
3. Барт, Р. О чтении // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр. С. Н. Зенкина. - М.: Изд-во им. Сабашниковых. – 512 с.
4. Барт, Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. - 512 с.
5. Бондаренко, С.В. Социальная общность киберпространства. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/c5544a701b75c0b7c3256d570040b854>
6. Бондаренко, С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. – Ростов-на-Дону, 2004. - 320 с.
7. Борисов, С.Б. Рукописный девичий рассказ. / Сост. С.Б. Борисов. — М.: ОГИ, 2002. – 520 с.
8. Булдакова, Ю. В. Фан-фикшн: научное осмысление маргинального жанра / Ю. В. Булдакова. – Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журнал. – 2015. – № 7 (20). – URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2348>.
9. Бурцева, Е. А. Жанры сетевой литературы / Е. А. Бурцева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14665>.
10. Бурцева, Е. А. Литературный герой как основная примета литературной эпохи / Е. А. Бурцева // Филологические науки в России и за рубежом: материалы II междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, ноябрь 2013 г. – СПб.: Реноме, 2013. – С. 1-6.
11. Буссе, К. Канон, контекст и консенсус: новый подход к пониманию фанфикшена // Балт. филол. курьер. - Калининград, 2007. - № 6. - С. 345-360.
12. Васильева, Н.И. "Литература" фанфикшн как пример современного мифотворчества // Experimenta Lucifera : сб. материалов V Поволж. науч.-метод. семинара по пробл. преподавания и изучения дисциплин клас. цикла. - Н. Новгород, 2007. - Вып. 4. - С. 140-143.

13. Васильева, Н.И. Фольклорные архетипы в современной массовой литературе: романы Дж. К. Роулинг и их интерпретация в молодежной субкультуре : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.03 / Васильева Наталья Игоревна. – Н. Новгород, 2005. – 243 с.
14. Воронина, Т. Метафоры пространства и его освоения в дискурсе авторов фанфикшн-текстов / Т. Воронина // Уральский филологический вестник. Серия «Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива». – 2012. – № 2. – С. 61-66.
15. Гаджиев, А. Сетелитература: история, типология и поэтика русской сетевой литературы: тезисы лекций / А. Гаджиев. – Баку: Мутарджим, 2012. – 76 с.
16. Главное сообщество Фандомной Битвы: “Fandoms vs. Fandoms”. - Режим доступа: <http://fandom-kombat.diary.ru/> (доступно зарегистрированным пользователям).
17. Горалик, Л. Как размножаются Малфои: жанр «фанфик»: потребитель массовой культуры в диалоге с медиа-контентом // Новый мир. - 2003. - № 12. - С. 131-146. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://magazines.russ.ru/novyi\\_mi/2003/12/goralik.html](http://magazines.russ.ru/novyi_mi/2003/12/goralik.html)
18. Гудков, Л.Д., Дубин, Б.В., Страда В. Литература и общество: введение в социологию литературы / Л.Д. Гудков, Б.В. Дубин, В. Страда - М.: РГГУ, 1998. – 80 с.
19. Гудова М. Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ: дис. ... доктор философских наук: 24.00.01 / Гудова Маргарита Юрьевна. - Екатеринбург, 2015. - 329 с.
20. Денисова, А. И. Фанфикшн как субкультура и феномен массовой литературы / А. И. Денисова // Аналитика культурологии. – 2012. – № 24. – С. 141-143.
21. Дженкинс, Г. Как Хизер научилась писать: медийный ликбез и «поттеровы войны» // Балтийский филологический курьер. – 2007. - № 6. - С.327-345.
22. Еремеева, С. О множественности миров. Гарри Поттер и узники философской комнаты: порядок фантастического в современной российской культуре // НЛО. – 2003. - № 64; [Электронный ресурс]. - URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/64/er39.html>.
23. Ефимова, Н. И. Британский культурный мир в современной английской литературе и самодетельном творчестве русских читателей / Н.И. Ефимова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2012. – № 5. – С. 34-39.
24. Зенкин, С. Полезность словесности (Заметки о теории, 24) // Новое литературное обозрение. - 2011 - № 109 - С. 313-322.

25. Калиниченко, Н. Отражения отражений // Если. - 2012. - № 11. - С. 263-268; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/408345>
26. Каллистратидис, Е. В. Лексические инновации с общим значением «текст» в речевых практиках русскоязычной интернет-субкультуры fan fiction / Е. В. Каллистратидис // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10 (28). – С. 81-84.
27. Кононова, А.С. Восприятие и переработка творчества Джейн Остен во второй половине XX - начале XXI века : (экранизация, мэшапы, фанфики) // Вестн. Полоцкого гос. ун-та. Сер. А, Гуманитар. науки. - 2012. - № 10. - С. 25-29.
28. Коробко, М. А. Соотношение канона и фанона (на материале фандомов «Шерлок», «Мерлин», «Сверхъестественное») / М. А. Коробко // Вестник Брянского государственного университета. Педагогика. Психология. История. Право. Литературоведение. Языкознание. Экономика. Точные и естественные науки. – 2015. – № 2. – С. 254-256.
29. Корчагин, С. С. Транслатологическая специфика локализации экранного текста в телесериале «Шерлок» / С. С. Корчагин, А. К. Кравченко // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: LVI Междунар. науч.-практ. заочная конф.; [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sibac.info/conf/philolog/lvi>.
30. Костюрина, Н. Ю. Фанфикшн как предмет научного исследования в российском гуманитарном знании // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2016. - № 1-2 (25). – С. 63-67.
31. Лапудев, А. В начале был Холмс, и Холмс был у Дойла... // Иностран. лит. – 2008. - № 1. – Рец. на кн.: Гарсиа Б. Завещание Шерлока Холмса / Б. Гарсиа ; пер. с фр. Ю. Воркуевой. - М.: Гелеос, 2007; [Электронный ресурс]. – URL: <http://magazines.russ.ru/inostran/2008/1/la16.html>.
32. Ларионова, Н.С. Увлечение фанфикшн как форма эскапизма современной молодёжи // Современ. исслед. социал. проблем. – 2011. – Т. 8, № 4. – С. 320-324.
33. Лебёдушкина, О. Бегство от "нельзя" : детские книжки как взрослое чтение // Дружба народов. – 2008. - № 2; [Электронный ресурс]. – URL: <http://magazines.russ.ru/druzhba/2008/2/le12.html>
34. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Пер. с англ. А. Широкановой. - М.: Новое литературное обозрение, 2014. - 456 с.

35. Попова, Н. Освобожденный читатель. Фанфикшн как форма литературного опыта // Литература. – 2015. – № 87; [Электронный ресурс]. – URL: <http://litteratura.org/criticism/1222-natalya-popova-osvobozhdennyu-chitatel.html>
36. Попова, С. Н. Лингвостилистика фанфикшн (на материале англоязычных сайтов, посвящённых творчеству Дж. Р. Р. Толкина): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Попова Светлана Николаевна. – М., 2009. – 187 с.
37. Прасолова, К. А. Слэш: проблемы дефиниции / К. А. Прасолова // Вестник РГУ им. Канта. Вып. 8. Серия «Филологические науки». – Калининград: Изд-во РГУ им. Канта, 2008. – С. 100-106.
38. Прасолова, К.А. Фанфикшн: литературный феномен конца XX — начала XXI века (творчество поклонников Дж. К. Роулинг). Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.03. / Прасолова Ксения Андреевна. - Калининград, 2009. – 253 с.
39. Рыков, Ю.Г. Виртуальное сообщество как социальное поле: неравенство и коммуникативный капитал / Ю. Г. Рыков // Журн. социологии и социал. антропологии. - 2013. - № 4. - С. 44-60.
40. Рыков, Ю.Г. Интернет-коммуникация: тренд современного развития // Современная социологическая методология - от теории к практике: сборник статей по итогам II Ежегодной Социологической школы. - СПб.: ООО «Северная Нива», 2012. - С. 251-260.
41. Самутина, Н. В. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение. – 2013. - т. 12 № 3. – С. 137-195.
42. Самутина, Н.В. Культура соучастия (participatory culture) в цифровом подполье: коммуникативные практики русскоязычных фандомных сообществ // По мат. конф. "Независимые от кого? Альтернативные СМИ, малые издательства и блоггеры в России". – 2015. – 4 с.
43. Серто, М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / Мишель де Серто, пер с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 330 с.
44. Скуратов, А. Б. Локальные Интернет-сообщества крупного российского города: социально-стратификационный анализ / Автореф. дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Скуратов Алексей Борисович. - Екатеринбург, 2009. – 18 с.
45. Страусс, А., Корбин, Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 256 с.

46. Федорова, Т. В. Социокультурный феномен фанфикшн / Т. В. Федорова // Книга в современном мире: проблемы чтения и чтение как проблема: Междунар. науч. конф., посвящённая 150-летию воронежской областной универсальной научной библиотеки им. И. С. Никитина, Воронеж, 25-27 февр. 2014 г. – Воронеж: ВГУ, 2014. – С. 276-279.
47. Царева А. В. У истоков Интернета: принцип маргинальности как условие творчества / Ценностно-нравственные проблемы российского общества: самореализация, воспитание, средства массовой информации. – СПб: Изд-во С.-Петербург. ун-та. 2008. – 320 с.
48. Царева, А.В. Человек в сети: смена веб-поколений // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2012. - Т. XV. № 5 (64). – С. 36-54.
49. Черняк, М. А. «Розовый роман» в контексте современной массовой литературы: тенденции развития жанра / М. А. Черняк // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2015. – № 6. – С. 101-106.
50. Четина, Е. М. Фандомы и фанфики: креативные практики на виртуальных платформах / Е. М. Четина, Е. А. Ключикова // Вестник пермского университета. – 2015. – № 3 (31). – С. 95-104
51. Чупринин С. Еще раз к вопросу о картографии вымысла // Знамя. – 2006. - № 11; [Электронный ресурс]. – URL: <http://magazines.russ.ru/znamia/2006/11/ech19.html>.
52. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности/ В.А. Ядов. — 3-е изд., испр. — Москва: Омега-Л, 2007. — 567 с.
53. 10 правил эффективного творчества Остина Клеона // Theory&Practice, 2011; [Электронный ресурс] – URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/2512-10-pravil-effektivnogo-tvorchestva-ostina-kleona>.
54. Bacon-Smith, C. Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth. - Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992. - 352 p.
55. Busse, K., Hellekson, K. Fan fiction and fan communities in the age of the Internet // Ed. Busse K. and Hellekson K. - McFarland, NC, 2006. – 296 p.
56. Cawelti, J. Adventure, mystery, and romance: formula stories as art and popular culture. - Chicago: University of Chicago Press, 1976. – 344 p.
57. Derecho, A. Archontic Literature: A definition, a history and several theories of fan fiction // Fan fiction and fan communities in the age of the Internet, ed. Busse K. and Hellekson K. McFarland - Jefferson, NC, 2006. – P.61-78



58. Felski, R. *Uses of literature*. - Oxford: Blackwell, 2008. – 162 p.
59. Fiske, J., 1992. *The cultural economy of fandom*. // Lewis, L. A., ed. 1992. *Adoring audience: fan culture and popular media*. - London: Routledge. Ch.2. – P. 30-49
60. Grossberg, L. *Is there a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom*. // Lewis, L. A., ed. 1992. *Adoring audience: fan culture and popular media*. - London: Routledge. – P. 50-68.
61. Jasper, J.M. *Art Of Moral Protest: Culture, Biography, And Creativity In Social Movements*. - Chicago, IL: The University of Chicago Press, 1998. – 530 p.
62. Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture Media Education for the 21st Century* // The MIT Press, 2014. - 145 p.
63. Jenkins, H. *Convergence culture: where old and new media collide*. - N. Y.: New York University Press, 2006. – 336 p.
64. Jenkins, H. *Textual poachers: television fans and participatory culture*. - N. Y.: Routledge, 1992. – 352 p.
65. Jenkins, H. *The future of fandom* // *Fandom: Identities and communities in a mediated world* ed. Gray J., Sandvoss C, Harrington C.L. – New York: New York University Press, 2007. - P. 357-364.
66. Jones, S. G. *The sex lives of cult television characters* // *Screen*. - 2002. - Vol. 43. № 1. - P. 79-90.
67. Maximova O.B. *Social Aspects of Internet Communication: Virtual Community and Communication Personality* // *Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Сер. Социология*, 2011. - №1. - С. 24–33.
68. Penley, C. *Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture* // *Cultural studies*, ed. Grossberg L., Nelson G., and Treichler C.A. - Routledge-New York, 1992. - С. 479-500.
69. Pugh S. *The democratic genre: Fan fiction in a literary context*. Seren - Bridgend, UK, 2005. 288 p.
70. Rheingold, H. *Virtual community*. - 2nd ed. - L.: The MIT Press, 2000. – 447 p.
71. *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. // Lisa A. Lewis. – L.: Psychology Press, 1992. – 245 p.
72. Walther, J. B. *Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction* // *Communication Research*. – 1996. - № 23. – С. 3-43.

### Приложение 1. Гайд глубинного интервью

*Добрый день! Большое спасибо, что Вы откликнулись на предложение поучаствовать в моем исследовании. Я пишу магистерскую диссертацию на тему «Культура участия в виртуальных сообществах фанфикшена (на примере Фандомной Битвы)», и Ваш рассказ поможет мне изучить основные аспекты участия в фанфикшн-культуре. Мы поговорим о Вашем опыте участия в Фандомной Битве, какое место она занимает в Вашей жизни и какое оказывается влияние на Вас.*

- Пол - \_\_\_\_\_
- Возраст - \_\_\_\_\_
- Семейное положение - \_\_\_\_\_
- Уровень образования - \_\_\_\_\_
- Профессиональную принадлежность - \_\_\_\_\_

#### Блок 1. Идентичность фанатского сообщества

- Как давно Вы участвуете в Фандомной Битве? Как и когда Вы оказались ее участником? Что стало основной причиной этого?
- Расскажите вкратце, что Вы знаете об истории ФБ?
- Какие есть альтернативы ФБ и почему Ваш выбор остановился именно на ней?
- Перечислите, пожалуйста, названия основных фандомов, которые Вас интересуют на ФБ.
- Расскажите о правилах и нормах, принятых в сообществе Фандомной Битвы? Какие из них регламентированы официально, а какие родились негласно и соблюдаются всеми, несмотря на то, что нигде не зафиксированы? Устраивают ли Вас принятые в ФБ правила и нормы? Соблюдаете ли Вы их? Какими санкциями карается их нарушение (начиная с общественного порицания в комментариях и заканчивая баном)?
- Какие есть ритуалы в сообществе ФБ («обряд посвящения», суеверия и т.п.)?
- Можете ли Вы выделить какие-то особенные черты или качества, присущие только участникам ФБ и Вам в частности? Какие?
- Пересекается ли Ваша деятельность в ФБ с другими сферами Вашей жизни (семейной, учебной, рабочей и др.) и в чем? Возникают ли в связи с этим какие-то сложности или, напротив, воздействие только позитивное?

#### Блок 2. Место участника в структуре сообщества

- Расскажите, что для Вас Фандомная Битва? Для чего вы участвуете в ней? Как данное мероприятие позволяет Вам реализовывать себя, свои цели и внутренние потребности? Как для вас соотносится ФБ и ваше увлечение фанфикшеном? Сколько времени и сил Вы уделяете этому мероприятию?
- Опишите в общих чертах то, как организовано мероприятие ФБ. (Важно именно Ваше восприятие его организации)
- Не секрет, что в подобных виртуальных сообществах обязательно присутствует гласная или негласная иерархия (лидеры и те, кто более пассивен, кто прислушивается к мнению и кто его высказывает). Как бы Вы охарактеризовали иерархию в ФБ? Как Вы к ней относитесь? Какое место Вы сами в ней занимаете?
- Абсолютно все, что Вы и другие участники ФБ делают в рамках данного мероприятия, является частью рабочего процесса Вашего виртуального сообщества. Каково Ваше место в обеспечении функционирования всего механизма Фандомной Битвы (чтение/написание фанфиков, руководство командой, административные функции, организационная работа и т.п.)?
- Удовлетворяет ли Вас Ваша роль и почему? С какими трудностями Вы сталкиваетесь, выполняя свои функции, и как их решаете?
- Менялось ли Ваше место в сообществе ФБ на протяжении всего времени, что Вы в ней участвуете? Как?
- Что важнее на Фандомной битве – победа или участие? Почему?
- Как Вы ощущаете себя, будучи частью такого масштабного виртуального явления?

### Блок 3. Стратегии поведения участников сообщества

- Расскажите, как соотносится в пределах ФБ индивидуальное и коллективное творчество? Нравится ли Вам работать в команде и почему? Какие возможности дает командная работа для а) всей ФБ, б) Вашей команды, в) лично для Вас? Опишите подробно по каждому пункту.
- Как строится Ваше общение с другими участниками ФБ? В чем специфика взаимодействия а) с членами Вашей команды, б) с другими командами, с модераторами/администраторами, б) с анонимными гостями? Опишите подробно по каждому пункту.
- Опишите, как и почему Вы ведете себя в следующих ситуациях:
  - читая работы других авторов (оставляете отзыв, пишете в личку, никак не комментируете и т.д);

- общаясь с модераторами по организационным вопросам/по непосредственно самим фанфикам;
- в случае конфликта с членами Вашей команды/другой командой/модератором/анонимным гостем;
- в процессе общения с Вашей командой.
- Используете ли Вы непосредственно в своих произведениях какие-то отсылки к Вашему взаимодействию с участниками ФБ, которые поймёт только «инсайдер»? Если да, то какие и с какой целью?

#### Блок 4. Выход за пределы виртуальности

- Выходит ли участие в ФБ за пределы виртуальности (сходки, фестивали, квартирники и т.п.)? Как часто? С какой целью (целями) происходят такие встречи?
- Посещаете ли Вы такие встречи? Почему?
- Как общение в реальности влияет на Вашу коммуникацию с теми же людьми в виртуальности? Приведите примеры из жизни, если таковые есть.
- Какой тип общения (реальный или виртуальный) Вы цените больше, если говорить об участниках ФБ? Почему?

#### Блок 5. Значение фанфикшна в Вашей жизни

- Опишите как можно подробнее процесс лично Вашего творческого поиска и создания произведения. Расскажите, как и чем Вы вдохновляетесь при создании произведений? Откуда рождается очередной замысел, идея? Что происходит чаще: Вы принимаете и развиваете чужую идею (заявку) либо придумываете все от начала и до конца? Почему?
- Какое значение для Вас имеет фанфикшн? Какие у Вас предпочтения в жанрах, рейтингах и др.? Что для Вас самое важное в своих текстах и текстах других фикрайтеров?
- Что важнее для Вас: практика создания текстов или коммуникация в фанфикшн-сообществе? Или что-то иное (если да, то что?) Почему?
- Расцениваете ли Вы фанфикшн как обратную связь с создателями тех продуктов культуры, фанатами которых являетесь и по которым пишете фанфики? Обоснуйте, пожалуйста, Ваш ответ.
- Что, по Вашему мнению, связывает лично Вас и все Ваше сообщество (участников конкретных фандомов, а также участников Фандомной Битвы) с создателями оригинальных произведений, по которым Вы пишете? Как и в чем Вы видите эту связь,

где она проявляется? Сталкивались ли Вы с ответной реакцией на Ваш или не Ваш фанфикшн со стороны создателей оригиналов? Если да, то какова была эта реакция и каковы Ваши ощущения и действия по этому поводу, как это повлияло на Вас?

## Приложение 2. Вопросник для рефлексивного отчёта

*Уважаемый фикрайтер!*

*Большое спасибо, что Вы откликнулись на предложение поучаствовать в моем исследовании. Я пишу магистерскую диссертацию на тему «Культура участия в виртуальных сообществах фанфикшена (на примере Фандомной Битвы)», и Ваш рассказ поможет мне изучить основные аспекты участия в фанфикшн-культуре. Я прошу Вас написать небольшой рефлексивный рассказ о себе как участнике Фандомной Битвы и фанфикшн-сообщества вообще, опираясь на предложенные мной вопросы. Все вопросы направлены на то, чтобы Вы более полно представляли, что я хочу от Вас ~~услышать~~ прочитать. Не обязательно отвечать на каждый вопрос отдельным предложением или абзацем, главное – чтобы ответ на него **был** в Вашем рассказе. Я хотела бы получить от 2 страниц печатного текста, и чем подробнее вы напишите, тем лучше. Думаю, написать подобный рассказ для Вас как для фикрайтера не будет проблемой и станет также полезным опытом саморефлексии. Нет никаких ограничений в плане оформления текста художественными и речевыми приемами, выражения всей полноты ваших мыслей, идей и чувств. Я прошу Вас только соблюдать в рассказе приблизительную структуру вопросника для того, чтобы при анализе мне было проще соотносить с ним Ваш текст. Потому я обращаюсь к Вам не как к респондентам, а как к моим коллегам и сообщникам по интересам. Еще раз благодарю за отклик и желаю вдохновения!*

*В начале рассказа укажите, пожалуйста, Ваши:*

- *пол,*
- *возраст,*
- *семейное положение,*
- *уровень образования,*
- *профессиональную принадлежность.*

### Блок 1

- Как давно Вы участвуете в Фандомной Битве? Как, когда и почему Вы оказались ее участником?
- Участвуете ли Вы где-то еще, кроме ФБ, как читатель и участник?

- Расскажите о самых существенных правилах и нормах, принятых в сообществе Фандомной Битвы (официальных и неофициальных).
- Какими санкциями карается их нарушение (начиная с общественного порицания в комментариях и заканчивая баном)?
- Соблюдаете ли Вы их? Устраивают ли Вас они?
- Какие есть ритуалы в сообществе ФБ («обряд посвящения», суеверия и т.п.)?
- Можете ли Вы выделить какие-то особенные черты или качества, присущие только участникам ФБ и Вам в частности? Какие?
- Пересекается ли Ваша деятельность в ФБ с другими сферами Вашей жизни (семейной, учебной, рабочей и др.) и в чем? Возникают ли в связи с этим какие-то сложности или, напротив, воздействие только позитивное?

## Блок 2

- Расскажите, что для Вас Фандомная Битва? Для чего вы участвуете в ней? Как данное мероприятие позволяет Вам реализовывать себя, свои цели и внутренние потребности?
- Как для вас соотносится ФБ и ваше увлечение фанфикшеном? Сколько времени и сил Вы уделяете этому мероприятию?
- Опишите в общих чертах то, как организовано мероприятие ФБ. (Важно именно Ваше восприятие его организации)
- Не секрет, что в подобных виртуальных сообществах обязательно присутствует гласная или негласная иерархия (лидеры и те, кто более пассивен, кто прислушивается к мнению и кто его высказывает). Как бы Вы охарактеризовали иерархию в ФБ? Как Вы к ней относитесь? Какое место Вы сами в ней занимаете?
- Абсолютно все, что Вы и другие участники ФБ делают в рамках данного мероприятия, является частью рабочего процесса Вашего виртуального сообщества. Каково Ваше место в обеспечении функционирования всего механизма Фандомной Битвы (чтение/написание фанфиков, руководство командой, административные функции, организационная работа и т.п.)?
- Удовлетворяет ли Вас Ваша роль и почему? С какими трудностями Вы сталкиваетесь, выполняя свои функции, и как их решаете?
- Менялось ли Ваше место в сообществе ФБ на протяжении всего времени, что Вы в ней участвуете? Как?
- Как Вы ощущаете себя, будучи частью такого масштабного виртуального явления?

- Расскажите, как соотносится в пределах ФБ индивидуальное и коллективное творчество? Нравится ли Вам работать в команде и почему? Какие возможности дает командная работа для а) всей ФБ, б) Вашей команды, в) лично для Вас? Опишите по каждому пункту.

### Блок 3

- Выходит ли участие в ФБ за пределы виртуальности (сходки, фестивали, квартирники и т.п.)? Как часто? С какой целью (целями) происходят такие встречи?
- Посещаете ли Вы такие встречи? Почему?
- Как общение в реальности влияет на Вашу коммуникацию с теми же людьми в виртуальности? Приведите примеры из жизни, если таковые есть.

### Блок 4

- Опишите как можно подробнее процесс лично Вашего творческого поиска и создания произведения. Расскажите, как и чем Вы вдохновляетесь при создании произведений?
- Какое значение для Вас имеет фанфикшн (и чтение, и написание)?
- Что для Вас самое важное в своих текстах и текстах других фикрайтеров?
- Что важнее для Вас: практика создания текстов или коммуникация в фанфикшн-сообществе? Или что-то иное (если да, то что?) Почему?
- Что, по Вашему мнению, связывает лично Вас и все Ваше сообщество (участников конкретных фандомов, а также участников Фандомной Битвы) с создателями оригинальных произведений, по которым Вы пишете? Как и в чем Вы видите эту связь, где она проявляется?
- Сталкивались ли Вы с ответной реакцией на Ваш или не Ваш фанфикшн со стороны создателей оригиналов? Если да, то какова была эта реакция и каковы Ваши ощущения и действия по этому поводу, как это повлияло на Вас?



### Приложение 3. Таблица информантов

№ <sup>106</sup>	Пол	возраст	Семейное положение	Уровень образования	Сфера занятости
Информант 1	женский	29	Не замужем	Высшее	Архитектор инженер
Информант 2	женский	28	Не замужем	Высшее (архитектор), высшее (социальный педагог-консультант)	Переводчик, репетитор, фрилансер
Информант 3	женский	26	Не замужем	Высшее (юридическое)	Ассистент продюсера
Информант 4	женский	37	замужем	Высшее (экономическое)	Работник соц.службы, фрилансер
Информант 5	женский	19	Не замужем	Неоконченное высшее (медицинское)	Репетитор, студент
Информант 6	женский	24	замужем	высшее	Переводчик, преподаватель иностранных языков
Информант 7	женский	31	Разведена, находится в отношениях	Высшее (психология), высшее (менеджмент)	Автомобильная промышленность
Информант 8	женский	39	Разведена, есть ребенок	Высшее	Бухгалтер
Информант 9	женский	27	Не замужем	высшее	Корректор/редактор
Информант 10	женский	25	замужем	высшее	Геймдизайнер (создание компьютерных игр)
Информант	женский	19	Не	Неоконченное	студент

11			замужем	высшее (физика)	
Информант 12	FtM-трансгендер	28	Не замужем (лесбийские отношения)	Высшее	Менеджер по работе с клиентами
Информант 13	женский	19	Не замужем	Неоконченное высшее (лингвистика)	студент
Информант 14	женский	21	Не замужем («лесбийский брак»)	Неполное высшее (музыкальное)	Музыкант, студент
Информант 15	женский	21	Не замужем	Неполное высшее (медицинское)	Студент
Информант 16	женский	22	Не замужем («лесбийский брак»)	Высшее (филологическое), неполное высшее (музыкальное)	Музыкант, студент
Информант 17	женский	29	Не замужем (гражданский брак)	Высшее	Специалист отдела снабжения
Информант 18	женский	26	Не замужем	Высшее (в аспирантуре)	биолог
Информант 19	женский	28	замужем	Высшее (экономическое)	Банковский служащий
Информант 20	женский	21	Не замужем	Неоконченное высшее (инженер)	студент
Информант 21	женский	24	замужем	Высшее (информационная безопасность)	Системный администратор

Информант 22	женский	25	Не замужем (гражданск ий брак)	высшее	Сельское хозяйство, ветеринарная медицина
Информант 23	женский	37	Не замужем (гражданск ий брак)	Высшее (педагогическое)	Фрилансер- текстовик
Информант 24	женский	20	Не замужем	Неполное высшее (политология)	Студент
Информант 25	женский	23	Не замужем	Неполное высшее (историческое)	студент
Информант 26	женский	21	Не замужем	Неоконченное высшее	Мастер маникюра, студент
Информант 27	женский	20	Не замужем («лесби- брак»)	Полное среднее	Дизайнер пре-принт
Информант 28	женский	46	Не замужем («лесби- брак»)	Высшее	Первый редактор, редактор-рецензент
Информант 29	женский	29	Не замужем («лесби- брак»)	Средне- специальное (программирова ние), неоконченное высшее (аудиоинжинири нг)	Веб-верстальщик, фрилансер
Информант 30	женский	25	Не замужем	Высшее (техническое)	Программист
Информант 31	женский	23	Не замужем	Высшее	Конетнт-менеджер
Информант 32	женский	36	Замужем	Высшее (кандидат наук)	Преподаватель вуза
Информант	женский	20	Не	Неполное	Студент

33			замужем	высшее (экология)	
Информант 34	женский	43	Замужем	Высшее (маркетолог)	Домохозяйка

#### Приложение 4. Наиболее информативный рефлексивный отчёт (Информант 20)

- Пол: женский;
- Возраст: 21 год;
- Семейное положение: не замужем;
- Уровень образования: неоконченное высшее;
- Профессиональная принадлежность: инженер.

Появление ФБ удачно совпало с моим настроением идти и творить, но отнюдь не она послужила толчком. Писать тексты я стала на волне вдохновения (и сейчас отнюдь не горю желанием перечитать тот, первый), продолжила – потому что так совпало. ФБ все это время навязчиво мозолила глаза в новостной ленте. Знакомые и незнакомые люди тут и там делились впечатлениями, рассказывали забавные истории, приглашали приходить, читать, смотреть... потом, когда очередная ФБ заканчивалась, в огромном количестве появлялись фанфики и рисунки по самым разным фандомам – знакомым и не очень, известным и неведомым откуда взявшимся...

ФБ представлялась мне этаким карнавалом, нескончаемым праздником и, конечно, оплотом человеческих заблуждений. Так уж сложилось, что я человек начитанный, любопытный и всегда открытый новому. Иными словами, мультифандомный. И мне всегда есть, что сказать, по тому или иному поводу. И вот такая сложилась ситуация: мне интересно почитать и посмотреть новенькое, я иду на ФБ, что-то с удовольствием для себя нахожу, комментирую, или прохожу мимо не интересного, но так или иначе обязательно наткнувшись на нечто возмутительное, от которого хочется убежать подальше. Или высказать автору наболевшее. Я закрываю вкладку браузера и во всеуслышанье объявляю ФБ злом локального масштаба, потому что там, на полностью анонимной площадке, можно наткнуться на людей с противоположным моему мнению. Раньше я их просто стороной обходила, а тут сталкиваюсь с ними в лоб. А они неправильно моего любимого персонажа интерпретируют, гады. И вообще, слишком синие занавески, слишком невкусные фломастеры. Думаю, то же самое скажет большинство тех, кто хоть раз с ФБ столкнулся. Признаюсь, мое мнение «сейчас» не сильно отличается от мнения «тогда», изменилось лишь мое положение в этой системе.

На четвертой Фандомной Битве я появилась уже как участник. Неожиданно собралась команда по моим любимым на тот момент книгам, и я поняла: судьба. Я ведь даже не была уверена, что кто-то об этих книгах слышал, а тут целая команда! Десять

человек, конечно, не полторы сотни, но хоть что-то! И я могу с ними не только поговорить, но и творить, творить на одной волне с единомышленниками.

ФБ открылась мне с совершенно новой стороны.

У нее есть свои правила, в том числе и негласные. Самое первое, что вспоминается: не выставлять Битву на суд широкой общественности. Фандомное творчество очень часто связано с порнографией, с теми явлениями, которые не приемлет современное российское общество, - гомосексуальностью, например. ФБ не нарушает законодательства, здесь нет и быть не может детской порнографии, но мало ли что и кому взбредет в голову? Другие правила, вполне гласные, связаны с анонимностью. Творчество выставляется от «лица» команды, но не человека. Нарушенная анонимность «карается» удалением работы из сообщества. Конечно, автор может выкладывать ее где угодно, но ФБ дает ощутимую возможность того, что твою работу прочитают, она кому-то понравится, и после окончания у автора появятся новые читатели.

Читатели появились и у меня – со-игроки и люди со стороны. И я поняла, что меня «затягивает». Мне хотелось, чтобы всем было так же здорово, и я стала комментировать чужие работы, которые мне понравились, стала больше читать. Как уже говорилось выше, я мультифандомный человек, мне в равной степени интересны команды по франшизе «Звездный Путь» и по «Гарри Поттеру», по холмсиане, по творчеству Стругацких и по книге «Дом, в котором...», сборные команды, пишущие и постапокалипсис, и космооперу, и по Викторианской Эпохе, и про Средневековье, и про Древнюю Японию... Фандом – это то, что нравится. И мне, и людям вокруг нравится многое и разнообразное. Сложно перечислить всё. В разное время я играла за команды по циклу книг «Институт Экспериментальной Истории», по вселенной «Людей в черном», за команду постапокалипсиса. Я писала фанфики и оригинальные произведения, слэш и джен. Я сочиняла стишки-пирожки и поэму гекзаметром, писала аналитические фандомные статьи и очень много сил потратила на бета-вычитку чужих произведений. На ФБ всякий может попробовать себя в непривычном качестве, оказаться лидером, или ответственным за что-то, чему-то научиться. Мне довелось рисовать и придумывать настольные игры. Это было здорово. А может быть, однажды ФБ поможет мне в моей профессиональной деятельности: у меня есть задумки, и я надеюсь их воплотить.

ФБ вытягивает много сил, поскольку у нее ограниченные сроки и есть определенные требования к работам (нельзя выкладывать незавершенный фанфик). И потому, что эти работы будут читать совершенно чужие люди, а мне хочется, чтобы мои работы нравились. То, что в обычном своем ритме я бы выложила, как сделаю,

невычитанное, незаконченное, с фактологическими ошибками, на ФБ приходится дописывать, доводить до логического конца, бетить, и все это в сжатые сроки, и хорошо, если у меня только одна команда, а у кого-то и по десять!

Первая ФБ меня совершенно вымотала, но я пошла на вторую. Почему? До первой ФБ мой текстовый «потолок» составлял 1300 слов, больше никогда не получалось. Тысяча слов может быть законченным произведением, а может быть оборванной сценой, но это всего лишь тысяча слов – три страницы в MS Word. После первой ФБ я внезапно поняла, что сумела написать один фанфик длиной в пять тысяч слов, и еще один – в семь тысяч, и это не считая прочего... Более того, это логически законченные произведения, я над ними работала, я читала материалы, подыскивая обоснования, я пыталась состыковать исторические события – и у меня это получилось! Я поняла, как должен выглядеть текст, многое узнала о правилах «хорошего тона» в текстах - им учат, да, но не там, где учусь я. Зато на ФБ всегда найдутся люди, которые расскажут, как надо, посоветуют, помогут. Могут даже сообща, всей командой, написать крупный текст. ...

В этом я вижу для себя еще один плюс ФБ – в командной работе и в возможности научиться работать с людьми. Спустя два года я вдруг «потеряла» свою застенчивость не только в сети Интернет, но и в реальной жизни. Я перестала бояться людей – до сих пор это было очень сильной проблемой, от которой я и сбегала в Интернет.

Еще ФБ снимает «розовые очки», и, пожалуй, это тоже «плюс». Начинаешь видеть недостатки – себя, своих работ, окружающих... или автора канона, которого до этого боготворил. Однажды одна моя команда решила рассказать автору книг, по которым мы творили, о ФБ. Действовали мы из лучших побуждений, чтобы для автора это не стало сюрпризом – кто-нибудь да рассказал бы. Отреагировал автор так, как мы и ожидали: «Не смейте писать про моих персонажей слэш, они нормальные мужики!» Да, мы собирались писать слэш – и таки сделали это. Но появление фандома на ФБ принесло автору новых читателей... Если для нас читатели – это обратная связь, то для писателя-профессионала – заработок и целевая аудитория. Возможно, он все же понял это, поскольку на следующий год просто пожелал удачи.

Иногда я думаю, может, это неправильно и заведомо провальный путь – начать с фанфикшена? Фанфикшен в умах знающих о нем людей, тесно связан с порнографией и низкопробной литературой. Порнографию я отрицать не могу, я сама пишу слэш, мне это нравится. Но я не назвала бы фанфикшен низкопробной литературой. Уровень многих авторов весьма высок, кто-то уверенно мог бы потягаться с профессионалами, с мэтрами

литературы. Просто они пишут не свои оригинальные произведения – они используют чужих персонажей и чужие миры, и не признаются литературой.

По прошествии трех лет с того момента, как я пришла играть на ФБ, я решила постепенно сменить поле деятельности, создавать свои миры, своих персонажей, свои произведения. Четыре года назад я была уверена, что у меня ничего не получится. Шесть лет назад даже и не задумывалась об этом. Когда-то я любила читать книги, а теперь надеюсь писать их.