

ления «пасхальных яиц» (намеков и «внутренних» шуток, понятных лишь знатокам канона) в текстах фанфиков: «Я надеюсь, что читатель улыбнется, когда найдет их. Конечно, вы можете написать оригинальную художественную литературу, но какие пасхальные яйца можно оставить там? Кто их найдет? Кто вообще будет их искать?» (С. 446. Перевод наш. – Л.П.). Это высказывание многое может рассказать об интеллектуально-эстетическом и эмоциональном потенциале фанфикшн, который, позволяя создавать интертекстуальные связи совершенно особого свойства, обеспечивает возможность достижения глубокой эмоциональной связи между членами фандома. Той связи, к которой искусство, обладающее способностью представлять как форма не-одинокости, стремится приблизиться.

В заключение необходимо отметить, что все вышеизложенное – лишь краткое введение в сложную проблему, заявленную в теме доклада, и ограниченный объем позволяет обсудить лишь некоторые ее аспекты.

DOI: 10.17223/22220836/36/35

К.С. Смердова

ФАНАТСКОЕ КИНО КАК ПЕРЕРАБОТКА КУЛЬТУРНЫХ СМЫСЛОВ

Фанатские кино является визуальным аналогом фанфикш и снимается на некоммерческой основе фанатами для других фанатов. Феномен стал возможен благодаря появлению дешевых цифровых видеокамер, компьютерной анимации и программ редактирования изображения. Цифровые технологии облегчают компоновку и переработку элементов существующего фильма в материал для фан-творчества. Интернет позволяет любителям обмениваться техническими ресурсами, также доступен ряд онлайн-руководств, которые обучают любителей тонкостям воссоздания элементов, характерных для определенных киновселенных. Фан-фильмы могут сопровождаться собственными трейлерами, постерами, документальными фильмами и видео того, что происходило за кадром. По словам Генри Дженкинса, подобные маркетинговые стратегии являются маркерами современного любительского кино, указывая на то, что кинолюбители «пришли к пониманию того, что „высокий“ кинематограф зависит как от искусства повествования, так и от искусства рекламы и маркетинга». Мы являемся свидетелями трансформации культуры любительского кино «от ориентации на домашние фильмы к общедоступности, от небольшого круга зрителей к широкой аудитории, от освоения технологии к освоению механизмов рекламы и продвижения, и от сосредоточения на документировании к сосредоточению на присвоении, пародийности и диалогичности» (Jenkins H. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. 1992).

Благодаря цифровым технологиям у фанатов появилась возможность воссоздавать и пародировать приемы мейнстрим-кинематографа. Для пародийных фан-фильмов свойственно объединение нескольких популярных текстов. Пародируя клише и условности популярных текстов, фанаты демонстрируют кинематографическую и культурную грамотность. По мне-

нию Дженкинса, фанаты обращаются к пародии, чтобы согласовать конфликтующие намерения: воспроизвести голливудскую стилистику и легитимизировать свой собственный любительский статус. «Тем не менее их пародия почти всегда доброжелательна и не содержит прямого политического заявления» (Jenkins H. *Textual Poachers...*). Фан-фильмы зачастую делаются с почтением к автору исходного текста и являются выражением «преемственности и последовательности» (Hills M. *From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom*. 2017). Фанатская деятельность – это процесс, который включает в себя не только отбор и отклонение артефактов популярной культуры, но также осмысленное использование их в качестве творческих ресурсов (Fiske J. *The Cultural Economy of Fandom*. 2017). Таким образом, фан-кино нужно понимать не просто как пассивное потребление, а как активное производство. Важно отметить, что производство не обязательно означает создание продукта, но предполагает создание культурной ценности и значений. Так, в основе теории Г. Дженкинса лежит идея «текстового браконьерства». Следуя данной идее, из различных элементов, извлеченных из текста, фанаты производят значения, отличные от значений, заложенных авторами, профессиональными критиками и киноведами. Браконьерство, как правило, используется в качестве способа обработки текста, но фанаты также могут использовать его как возможность заявить о своей причастности. Согласно Дженкинсу, фанатская деятельность стирает границы между производителями и потребителями, зрителями и участниками, коммерческим и домашним ремеслом... медиафандом становится частью культуры партиципации, которая трансформирует опыт потребления в производство новых текстов, новой культуры и нового сообщества (Jenkins H. *Textual Poachers...*).

Мотивацию создателей фан-фильмов и их аудитории Дженкинс объясняет следующим образом: «Они удовлетворяют желания фанатов, фокусируясь на тех аспектах нарратива, которые сообщество хочет изучить» (Jenkins H. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. 2006). Вследствие этого для фанатских фильмов характерны определенные модели в работе с каноном: изучение взаимоотношений между персонажами; альтернативный взгляд на события; экранизация нарративов, не вошедших в коммерческое кинопроизведение; группировка персонажей из других киновселенных; изменение жанра исходного текста. Стоит отметить, что фанатские фильмы, в отличие от фанфикшн, не включают в себя фетишизм и насилие. Специфический жанр фанфикшн «слэш» (в центре истории гомосексуальные отношения, которые могут носить жестокий характер) неприемлем для фан-фильма, в ином случае содержание подобного характера было бы отнесено к порнографии (Jyme Mariani. *Lights! Camera! Infringement? Exploring the Boundaries of Whether Fan Films Violate Copyrights*. 2016). Так, например, представители Lucasfilm Ltd. решительно настроены против фильмов, которые содержат откровенно сексуальный характер, и в то же время благосклонно относятся к незротическим историям, поощряя их через участие в фестивалях фан-кино. Свою позицию они объясняют так: «Поскольку вся сага „Звездных войн“ имеет рейтинг PG (13+), любая фан-продукция должна соответствовать дан-

ному рейтингу» (Brooker W. Using the Force: Creativity, community and «Star Wars» fans. 2003).

На Западе крупные продюсерские компании внимательно следят за деятельностью фандомов. Правообладатели придерживаются различных подходов в отношении фан-фильмов: от осуждения и установления правовых санкций до молчаливого одобрения и признания их в качестве неофициальной части вымышленного мира, вдохновившего на создание фильма (при условии, что они не претендуют на материальные выгоды). Беспрецедентную политику ведет вышеупомянутая Lucasfilm Ltd. Они выбрали стратегию «включения и сдерживания» (Brooker W. Using the Force...), предлагая фанатским кинематографистам бесплатное веб-пространство на официальном сайте «Звездных войн», а также спонсируя фестивали фан-кино (при условии, что весь контент, размещенный фанатами, становится интеллектуальной собственностью Lucasfilm). Фестивали вроде Star Wars Fan Film Awards и онлайн-просмотры работ победителей позволяют любителям и начинающим кинематографистам получить доступ к рекламе и ажиотажу, вызванным выходом нового эпизода «Звездных войн», что, в свою очередь, обеспечивает освещение в СМИ как основного фильма, так и фанатского. Это также позволяет кинопроизводителям использовать фанатские кинодвижения в качестве промоутирующей силы.

В то время как Lucasfilm ищет способы регулирования производства фан-фильмов, сами фанаты находят новые пути приобщения к текстам «Звездных войн». Например, вскоре после выхода «Скрытой угрозы», ряд поклонников, разочарованных картиной, выпустили собственные версии эпизода, используя кадры оригинальной ленты. Созданный фанатом Майком Дж. Николсом фильм лишен сцен и диалогов продолжительностью в двадцать минут, которые многие фанаты сочли раздражающими, бессмысленными или нежелательными. Главным образом, версия Николса делает акцент на повествовании, а не на спецэффектах. В этой связи текстовое браконьерство фанатов напоминает реставрацию. Следовательно, его правка – это нечто большее, чем скромная фанатская переработка разочаровавшего фильма. Поклонник этим действием указывает на несостоятельность режиссера. Подобный подход является распространенным: браконьерами часто движет желание защитить франшизу от ее создателя (Jenkins H. Textual Poachers...). По словам Джонатана Грея, созданные фанатами паратексты работают как «текстывделители», указывая специфический путь через текст (Gray J. Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts. 2010). Фан-монтаж деконструирует текст, чтобы избавиться от навязанных смыслов. Показательно, что большинство вырезанных Николсом сцен были ориентированы на детей. На более глубоком уровне – это критика того, что сиквелы фильмов создаются для заработка на подрастающем поколении, а не для фанатов. Из чего можно заключить, что уникальность фанатского редактирования заключается в том, что это единственная форма фан-фильмов, использующая цифровые технологии для изменения голливудского продукта в фанатских целях и подрывающая методы коммерческого производства.

Однако по большому счету фан-фильмы не являются антагонистами мейнстрим-кинематографу, напротив, поклонники пытаются дополнить нарратив, устранить пустоты, возникшие из-за текстовой наполненности, рас-

крыть недостаточно развитый потенциал. Фанаты хотят демократизации, именно поэтому, по мнению Дженкинса, новшеством для современной культуры является не фанатская деятельность, а реакция медиа-корпораций и увеличение числа законов об интеллектуальной собственности. «[Фанаты] хотят стать медиапроизводителями, а медиапроизводители хотят сохранить свое традиционное доминирование над медиаконтентом» (Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers...).

DOI: 10.17223/22220836/36/36

А.О. Теплякова

ЦИФРОВОЙ DIY: ЭПОХА СИМУЛИРОВАННОЙ КРЕАТИВНОСТИ¹

Культура DIY («Do It Yourself» – «сделай сам») – явление, связанное с самостоятельным производством вещей в области, где существуют профессиональные практики.

Если в середине XX в. основной причиной существования DIY были экономические трудности населения, связанные с дефицитом продуктов, то в современности на первый план выходят психологические и экзистенциальные причины, связанные со стремлением индивида к самовыражению, удовлетворением своих потребностей через творчество, преодолением рутины в повседневности.

Более сотни тысяч высокопросматриваемых видео с тегом DIY на видеохостинге Youtube, 50 млн постов с хештегом DIY на фотохостинге Instagram, маркировка «сверхпопулярность» запроса «DIY» по аналитике Google Trends, сайты и сообщества, посвященные DIY, свидетельствуют не просто о популярности данной темы, но и об изменении социального и потребительского поведения.

В таком огромном потоке информации возникает вопрос о шаблонности, копировании и отсутствии индивидуальности, которая казалось бы должна была стать основополагающей. Д.С. Мартьянов отмечает, что локомотивом производства уникального продукта является ограниченный класс «креативщиков», а креативные функции основной массы просьюмеров (потребителей-производителей) «сведены к минимуму, а главная миссия выражается в распространении новых материалов креаторов и поддержании созданных креаторами паттернов, – рутинной работе по фиксации в сети событий повседневности, проверке и заполнению общественных виртуальных энциклопедий, оценке деятельности креаторов – поддержании легитимации сетевой социальной структуры» (Структура и дискурс виртуальной элиты 2.0 в России. Монографическое исследование / под ред. Д.С. Мартьянова. СПб. : ЭлекСис, 2017. С. 52).

Анализируя наиболее популярные видео с тегом DIY на видеохостинге Youtube, можно заметить, что, во-первых, большая часть из них имеет однотипное оформление видео. Превалирующие цвета яркие: желтый, розовый, голубой, салатовый; акцидентные и декоративные шрифты, снапшоты с

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00237).