Galactica Media: Journal of Media Studies. 2026. No 3 | ISSN: 2658-7734
Исследования кинематографа и массовой культуры | https://doi.org/10.46539/gmd.v8i3.753

Fan Studies in 1992: On the Theoretical and Methodological Frameworks and the Subject Field of the First Wave

Anton Yu. Golubev

National Research University Higher School of Economics (HSE University). Moscow, Russia.
Email: golubev.a[at]hse.ru ORCID https://orcid.org/0009-0007-9899-1381

Received: 29 March 2026 | Revised: 13 April 2026 | Accepted: 21 April 2026

Abstract

The article examines the theoretical and methodological orientations and substantive scope of Anglophone fan studies in 1992, treating them as part of the first wave of scholarship on fans and fandoms. It offers a reconsideration of the influential conceptualization of the first-wave fan studies advanced by J. Gray, C. Sandvoss, and C. L. Harrington. More specifically, it argues that the methodological approaches characteristic of fan studies in 1992 cannot be adequately reduced to Michel de Certeau's notion of "poaching." Likewise, the field's object of inquiry extended beyond fandom understood as a community of collective interpreters and included the intrapersonal motivations of individual fans. It further suggests that the conceptual boundaries of the first wave as a whole were drawn largely through the prism of Henry Jenkins's influential understanding of fandom as a participatory community. The study is of interest to the scholars in media studies, cultural studies, sociology of culture, and communication studies, as well as to the researchers of fan communities and popular culture.

Keywords

Fan Studies; Fandom; Fans; Fan Culture; Popular Culture; Media Studies; Cultural Studies; Henry Jenkins; Michel de Certeau; Participatory Culture

This work is licensed under a Creative Commons "Attribution" 4.0 International License
© 2026 Anton Yu. Golubev

Galactica Media: Journal of Media Studies. 2026. No 3 | ISSN: 2658-7734
Cinema and Popular Culture Studies | https://doi.org/10.46539/gmd.v8i3.753

Фан-исследования 1992 г.: к вопросу о теоретико-методологических установках и предметном поле первой волны

Голубев Антон Юрьевич

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). Москва, Россия. Email: golubev.a[at]hse.ru ORCID https://orcid.org/0009-0007-9899-1381

Рукопись получена: 29 марта 2026 | Пересмотрена: 13 апреля 2026 | Принята: 21 апреля 2026

Аннотация

Статья посвящена анализу теоретико-методологических установок и предметного поля англоязычных фан-исследований 1992 г. как части первой волны изучения фанатов и фандомов. Предлагается переосмысление концептуализации фан-исследований первой волны, предложенной Дж. Греем, К. Сандвоссом и К.Л. Харрингтон. В частности, в статье показано, что методологические подходы фан-исследований 1992 г. преимущественно не сводились к «браконьерской» оптике Мишеля де Серто, а предметное поле не было ограничено фандомом как сообществом коллективных интерпретаторов, но включало также внутриличностные мотивы отдельных фанатов. Кроме того, высказывается предположение, что концептуальные рамки всей первой волны были описаны на основе исследовательского взгляда Генри Дженкинса на фандом как партисипативное сообщество. Исследование представляет интерес для специалистов в области медиаисследований, культурологии, социологии культуры и коммуникации, а также для исследователей фанатских сообществ и популярной культуры.

Ключевые слова

фан-исследования; фандом; фанаты; фанатская культура; популярная культура; медиаисследования; культурология; Генри Дженкинс; Мишель де Серто; партисипативная культура

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0
© 2026 Голубев Антон Юрьевич

Введение

«Сейчас подходящий момент для фан-исследований сделать шаг назад, чтобы осмыслить пройденный путь, текущее состояние и определить направления развития в будущем» — так американский исследователь медиа Пол Бут начинает статью, приуроченную к двадцатилетию выхода основополагающих для англоязычных fan studies[1] работ (2013, p. 119). В 1992 г. были изданы «Предприимчивые женщины: телевизионный фандом и создание популярного мифа» Камиллы Бэкон-Смит (1992), сборник «Обожающая аудитория: фан-культура и популярные медиа» под редакцией Лизы Льюис (1992c) и «Текстовые браконьеры: телевизионные фанаты и культура соучастия» Генри Дженкинса (1992b), последняя даже была прозвана «библией для исследователей фанатов» (Ним, 2024, с. 36). Грядущая в 2027 году тридцать пятая годовщина с выхода данных работ представляется не менее подходящим поводом, чтобы вновь обратиться к исследованиям, с которых начались англоязычные fan studies.

За более чем тридцатилетнее существование фан-исследований предпринимались попытки каким-либо образом систематизировать имеющиеся работы, однако большей частью внимание сосредотачивалось на концептуальной рамке. Не вдаваясь в подробности, кратко перечислим основные из них.

Джонатан Грей, Корнел Сандвосс и К. Ли Харрингтон выделили три волны в развитии фан-исследований (2007, p. 1–10). Первая волна (Г. Дженкинс, К. Бэкон-Смит, авторы сборника под редакцией Л. Льюс и т. д.) черпала вдохновение в «браконьерской» оптике Мишеля де Серто (2013), поэтому фандом рассматривался не просто как сообщество увлеченных фанатов, а как коллектив интерпретаторов, совместными усилиями борющийся с доминирующей идеологией, транслируемой через СМИ. Соответственно, целью исследователей первой волны была поддержка угнетенных: борьба со стереотипными представлениями о фанатах и описание их партизанских тактик, — что по сути являлось целенаправленным политическим высказыванием (Gray, Harrington & Sandvoss, 2007, p. 2). Вторая волна (Ч. Делл (1998), Ч. Харрис (1998), М. Янкович (2002) и т.д.) стремилась выйти за рамки бинарного противостояния и обратилась к оптике социологии потребления, разработанной Пьером Бурдьё (1984). Исследователи второй волны все так же задавались вопросами власти и неравенства, но теперь уже смотрели на фандом не как на силу, противостоящую существующей социальной иерархии, а как на часть, инкорпорированную в нее, и, следовательно, поддерживающую существующее неравенство. Подход Бурдьё был использован, чтобы развенчать представления первой волны о поп-культуре как пространстве эмансипации (Gray, Harrington & Sandvoss, 2007, p. 6). Третья волна, с одной стороны,

1 Здесь и далее термины fan studies и фан-исследования используются синонимично.

на микроуровне сосредотачивается не на коллективном, а на индивидуальном, т. е. на фанатах, их мотивациях и личном отношении к фан-объектам; с другой стороны, на макроуровне отрицает подходы первой и второй волн и выходит за их концептуальные рамки, обращаясь к исследованию фанатов в контексте социальных, культурных и экономических преобразований современности. Иными словами, третья волна стала более разнообразной в концептуальном, теоретическом и методологическом плане (p. 8). Вышеупомянутый П. Бут предложил дополнить эти волны еще одной, четвертой: «метаповоротом, переходом к изучению самих фан-исследований» (2013, p. 121).

Польский культуролог Пётр Сиуда, безусловно, ознакомившийся с вышеизложенной концепцией трех волн, также предложил разделить фан-исследования на три волны, но несколько иным образом (2010, p. 87-99). По большей части, речь идет о тех же работах, о которых писали Дж. Грей, К. Сандвосс и К. Л. Харрингтон, но группируются они иначе, а потому и в отличие от Дж. Грея с коллегами П. Сиуда отмечает особенность деления фан-исследований на волны:

> «Волны, как и волны на воде, под влиянием различных факторов и условий могут быть длиннее или короче, быстрее или медленнее. Они могут накладываться друг на друга, а могут и не накладываться. То же самое можно сказать и о волнах исследований в области фан-культуры — они весьма разнообразны» (Siuda, 2010, p. 88).

Первая волна, названная автором «волной отклонения» (deviation wave) (Дж. Гулдинг (1985), С. Хинерман (1992) и т.д.), начинается в 1939 г., тогда же, когда был проведен первый Всемирный конвент научной фантастики, и характеризуется отрицательным отношением к фанатам, на которых смотрели сквозь призму стереотипов: девианты, асоциальные личности, неспособные вести нормальную жизнь, — которые нуждались в психиатрическом лечении (Siuda, 2010, p. 89). Вторая волна, «волна сопротивления» (resistance wave), начинается с 1992 г., когда вышли ключевые для фан-исследований произведения Г. Дженкинса, К. Бэкон-Смит и т.д., и характеризуется взглядом на фанатов под влиянием идей де Серто как на активных творцов, создающих собственную культуру, в противовес господствовавшим ранее убеждениям в пассивности фанатов, которыми манипулируют через произведения массовой культуры (p. 93). Третья волна, «волна преобладания» (mainstream wave), началась в 2006 г. с выходом «Конвергентной культуры» Г. Дженкинса (2006) и характеризуется отказом от взгляда на производителей как манипуляторов при одновременном отказе от взгляда на фанатов как борцов; теперь фандомы рассматриваются как активные потребители, которых производители «превозносят и чуть ли не возводят на пьедестал» (Siuda, 2010, p. 97), ведь они способны поддержать медиапродукт лучше любой рекламы.

Схожую логику развития фан-исследований, соотносящуюся с историей отношений производителей и фанатов, предлагают Линда Дуитс, Коос Цваан

и Стейн Рейндерс: «сопротивление» (fan resistance), «участие» (fan participation) и «возвышение» (fan exaltation) (2014, p. 1–3). На этапе «сопротивления» в 1990-е гг. фанаты воспринимались как маргиналы, находящиеся в оппозиции к производителям. На этапе «участия» в 2000-е гг. с развитием технологий граница между производителями и потребителями-фанатами начала стираться, благодаря появлению фандрайзинга, сотворчества и иных партисипативных практик. На этапе «возвышения» в 2010-е гг. с еще большим развитием мобильных технологий и Интернета культура соучастия становится нормативным стандартом, где каждый является фанатом и находится в авангарде развития медиа. Так, и фан-исследования проходят путь от зарождения до принятия основных концепций в академии и переосмысления границ предметного поля (Duits, Zwaan & Reijnders, 2014, p. 3).

Описанные выше концептуализации фан-исследований, очевидно, совпадают с историей развития самого фандома и имеют общую логику «от общественной стигматизации фанатов к нормализации фан-культуры и “фандомизации” повседневной жизни», как точно подмечает социолог, исследователь фан-культуры Евгения Генриевна Ним (2024, с. 38). При этом общими местами являются и недостатки предложенных подходов. Во-первых, сосредотачиваясь на концептуальной рамке фан-исследований, не разрабатываются и не предлагаются подробные критерии, на основе которых группируются исследования. Во-вторых, что является следствием первого, не до конца ясны концептуальные и хронологические границы волн; по логике, предложенной П. Сиудой, волны начинаются, пересекаются, но неясно, заканчиваются ли. В-третьих, что, возможно, является причиной первого и второго недостатков, авторы, концептуализирующие фан-исследования, не приводят качественного, сравнительного анализа описываемых работ хотя бы в том, что касается методологии и предметного поля фан-исследований. Отчасти это может быть обусловлено тем, что попытки каким-либо образом осмыслить историю фан-исследований предпринимаются в предисловиях к сборникам статей или в статьях, что не оставляет пространства для полноценного исследования, но в то же время не оправдывает и не снимает указанных противоречий.

Соответственно, цель статьи носит двоякий характер. С одной стороны, провести сравнительный анализ основополагающих фан-исследований 1992 г. для восполнения лакуны в имеющихся описаниях работ первой волны[1]. С другой стороны, уточнить и, возможно, частично оспорить положения существующих концептуализаций.

1 Здесь и далее, обращаясь к делению фан-исследований на три волны, мы будем иметь в виду систематизацию, предложенную Дж. Греем, К. Сандвоссом и К.Л. Харрингтон.

Методология фан-исследований 1992 г.: вдохновленные Мишелем де Серто?

Предпосылка Дж. Грея, К. Сандвосса и К. Ли Харрингтон относительно того, что первая волна черпала вдохновение в «браконьерской» оптике Мишеля де Серто (2007, p. 1–2), укоренилась в исследованиях о fan studies (Siuda, 2010, p. 93; Booth, 2013, p. 121; Ним, 2024, с. 37). Однако она представляется слишком сильным обобщением, чтобы быть правдой.

В первой главе «Текстовых браконьеров» Г. Дженкинс пишет:

> «Опираясь на работу Мишеля де Серто, автор предлагает альтернативную концепцию фанатов как читателей, которые присваивают популярные тексты и перечитывают их в соответствии со своими интересами, как зрителей, которые превращают просмотр телепередач в богатую и сложную культуру соучастия. С этой точки зрения фанаты становятся примером того самого “похищения” текстов, которое де Серто связывает с популярным чтением» (Jenkins, 1992b, p. 23).

Однако оптика де Серто преломляется в работе Г. Дженкинса, который был не во всем согласен с французским философом.

Мишель де Серто в «Изобретении повседневности» «восстает» против концепции потребления, согласно которой выгоду из культурного производства получает только элита, а удел массы — довольствоваться тем рационом симулякров, которыми их кормит социальная элита (2013, с. 279–280). Де Серто отмечает, что текст обретает значение только благодаря читателям, которые меняют и упорядочивают его через собственные коды восприятия, и таким образом, через вольные интерпретации, становится культурным оружием против элит, облеченных социальной властью (2013, с. 288–289). Разделив роли в культурном производстве на «земледельцев» (производителей) и «кочевников» (потребителей), де Серто отводит читателям роль путешественников-браконьеров, переходящих от одного взрощенного земледельцами текста к другому, что обусловлено ненадежностью чтения, не сохраняющего или почти не сохраняющего приобретенного (2013, с. 292). Так, по де Серто, ведется противоборство элит и массы, в котором элиты стремятся подчинить читателя своей «информации», а массы используют тактики сопротивления, создавая новые значения текстов, чтобы скрыть свое неподчинение имеющим социальную власть.

Г. Дженкинс использует «браконьерскую» оптику Мишеля де Серто для анализа фан-культуры, маргинализированной в обществе, и отмечает, что для дополнения концепции французского социолога изучение фанатов, лишенных доступа к средствам культурного производства и располагающих ограниченными ресурсами, особенно важно, ведь они представляют активное и громкое сообщество потребителей, подобное тем, кто влиял на сюжет романов Диккенса, выходивших частями, или требовал возвращение Шерлока Холмса, когда автор решил от него отказаться (1992b, p. 28–29). При этом

Г. Дженкинс не во всем соглашается с де Серто, дополняя и уточняя его концепцию на примере своего объекта исследования. Во-первых, утверждение де Серто, что «кочевники» в противовес «земледельцам» ничего или почти ничего не сохраняют, на примере фан-культуры оказывается ошибочным, поскольку a) смыслы, созданные на один раз и оттого отброшенные, характерны для индивидуального чтения, а фан-чтение — социальный процесс, в ходе которого созданные интерпретации формируются, закрепляются и меняются через обсуждения с другими фанатами; b) граница между читателями-кочевниками и писателями-земледельцами в фан-сообществе размывается, поскольку фанаты одновременно могут быть как читателями, так и авторами фан-контента (рассказов, песен, рисунков и т.д.) (Jenkins, 1992b, p. 45-46). Во-вторых, если за читателями литературы де Серто оставляет право сопротивления, ведь они могут преобразовывать тексты, то в отношении потребителей телевидения он разделяет общие предубеждения о силе воздействия технологий и отказывает им в таком праве (2013, с. 284), на что Г. Дженкинс возражает, приведя пример фанатских критических статей о сериалах и переписанных сюжетах, что также является способом интерпретации изначального медиатекста (1992b, p. 158). В остальном Г. Дженкинс разделяет взгляды де Серто и видит в фанатах активную аудиторию, ведущую борьбу с навязанными извне смыслами, «похищая» и присваивая себе произведения популярной культуры.

Однако, если, как видно из текста выше, Г. Дженкинс действительно черпал вдохновение в идеях де Серто, едва ли этот тезис возможно распространить на исследование К. Бэкон-Смит и сборник эссе под редакцией Л. Льюис.

В монографии К. Бэкон-Смит «Предприимчивые женщины: телевизионный фандом и создание популярного мифа», написанной на основе материала, собранного автором в 1980-е гг., нет ни одного упоминания Мишеля де Серто, хотя его «Изобретение повседневности» уже было написано и переведено на английский язык. Как отмечает сама К. Бэкон-Смит, она опиралась на методы этнографии, разработанные социолингвистами Деллом и Вирджинией Хаймс и культурным антропологом Клиффордом Гирцом (1992, p. 299), и в еще большей степени — на семинары Д. Хаймса и его принцип: «Если вы хотите узнать, что что-то значит в той или иной культуре, спросите», — поскольку большая часть его основных идей не была опубликована (Bacon-Smith, 1992, p. 304-305).

Исследование К. Бэкон-Смит можно разделить на две части: практическую и теоретическую, — где первая необходима для сбора материала, а вторая для его интерпретации. Говоря о практической части, К. Бэкон-Смит описывает три метода этнографического исследования, которые она использовала. Первый — тщательно прислушиваться к тому, как члены фан-сообщества разговаривают друг с другом и в особенности с самим этнографом

как новичком, которому нужно помочь освоиться в группе (при этом по мере сокращения дистанции научная этика требует напоминать сообществу, что их разговоры станут доступны более широкой аудитории, поэтому автор носила микрофон диктофона на ремне через плечо, а сам диктофон держала на видном месте) (p. 299–300). Второй — анализ не только произносимых слов, но и того, как слова связаны с действиями сообщества и как они друг на друга влияют (в частности, как словесная игра используется для проверки принадлежности к фан-сообществу) (p. 299-300). Третий — участие, чтобы понять, насколько этнограф понял то, что услышал и увидел в изучаемом сообществе (так, К. Бэкон-Смит после пяти лет исследования написала фан-рассказы и отправила их в редакцию фэнзина и местные сообщества, после чего ей дали обратную связь, и она поняла, что плохо усвоила эстетику изучаемой группы, зато получила конкретную информацию о совершенных ошибках, что дало новый виток исследованию) (p. 301).

Теоретической предпосылкой исследования стала гипотеза лингвистической относительности, известная также как гипотеза Уорфа — Сепира, согласно которой язык лежит в основе культуры, т. е. определяет мировоззрение и поведение человека (Уорф, 1960; Сепир, 1993). Однако К. Бэкон-Смит осознает неразрешенность проблемы влияния языка на культуру или культуры на язык, а потому предполагает, что речь скорее идет о взаимовлиянии языка и культуры (Bacon-Smith, 1992, p. 302). Соответственно, подмечая, что фандом активно генерирует нарратив (например, фанфикшн), автор поставила перед собой две задачи: 1) исследовать, как фанфики действуют как язык, и 2) исследовать, как фанфики действуют как повествование для организации опыта (p. 303). В ходе исследования сам нарративный процесс понимался так, как если бы все его произведения воспринимались авторами и аудиторией как истинное отражение культуры, отчего недостоверная информация воспринимается не как вымысел, а просто как плохая история, в которую не верится; а вера, в свою очередь, определяется принятыми в конкретном фан-сообществе представлениями о правильности, приемлемости, обусловленными принятым уровнем абстракции, необходимом для дистанцирования от социальной опасности в реальном мире (p. 303-304).

Итак, получается, что только одна основополагающая работа фан-исследований 1992 г. опиралась на идеи Мишеля де Серто? В сборнике эссе «Обожающая аудитория: фан-культура и популярные медиа» под редакцией Л. Льюис де Серто упоминается только один раз — опять же в тексте Г. Дженкинса (Jenkins, 1992a, p. 215). Теперь, обозначив этот факт, представляется лишним подробно анализировать теоретико-методологические установки всех авторов сборника, поэтому мы остановимся на трех «программных» эссе, составляющих его первую часть — «К определению фандома» (Defining Fandom). Джоли Дженсон в эссе «Фандом как патология: последствия характеризации» анализирует, как складывался патологический образ фанатов, и, используя

логику от обратного: чем «влюбленный» в свой объект исследования ученый отличается от «обожающего» свой фан-объект фаната? — не прибегает к какой-либо концептуальной рамке, предпочитая использовать аргументы ad misericordiam[1] (1992, p. 9–29). Джон Фиске в эссе «Культурная экономика фандома» (1992, p. 30–49), анализируя отличия популярной культуры от элитарной, обращается к идеям П. Бурдьё (1984), согласно которым культура рассматривается как экономика, в которой люди инвестируют и накапливают капитал. Наконец, Лоуренс Гроссберг в эссе «Есть ли в доме фанат? Аффективная чувствительность фандома» (1992, p. 50–65), по сути не соглашаясь ни с Г. Дженкинсом, ни с Дж. Фиске (соответственно, ни с Мишелем де Серто, ни Пьером Бурдьё) в том, какими характеристиками обладают фанаты и что / кто оказывает на них влияние, предоставляет критический анализ, близкий по духу к британским cultural studies (Hall, 1980, p. 128–138), добавляя акцент на аффективное состояние фанатов.

Таким образом, утверждение, что фан-исследования первой волны черпали вдохновение в идеях Мишеля де Серто, представляется слишком широким обобщением. Напрямую к де Серто обращается Г. Дженкинс, тогда как К. Бэкон-Смит и авторы сборника эссе под редакцией Л. Льюс руководствуются иными теоретико-методологическими установками[2]. Вернее было бы говорить, что авторы фан-исследований 1992 г. продолжили идти по пути, намеченному как Мишелем де Серто, так и поздними британскими cultural studies, а именно — «восстали» против духа времени и представлений о фанатах как пассивной управляемой аудитории, сложившихся в середине XX в. под влиянием идей Антонио Грамши.

Предметное поле фан-исследований 1992 г.: фанаты и фандомы

Унификация представлений о предметном поле фан-исследований 1992 г., от которых отсчитывают и начало первой волны, и самих фан-исследований, неизбежна при описании широкими мазками. От этого еще более актуальной становится необходимость рассмотреть, как авторы фан-исследований 1992 г. определяют предметное поле только зарождающейся и еще не признанной научной дисциплины.

1 Например: «…я считаю подобные обвинения в нездоровом поведении, основанные на моих предпочтениях, ошибочными и нелепыми, а также крайне оскорбительными… Уничижительная ассоциация фандома с патологией в применении к «нам», а не к «ним», выглядит крайне неуважительно» (Jenson, 1992, p. 23).

2 Стоит отметить, что Дж. Грей с коллегами пишут, что исследователи второй волны «нашли новый концептуальный лейтмотив в социологии потребления, разработанной французским социологом Пьером Бурдьё», а дальше отмечают, что обращение к индивидуальному у авторов третьей волны привело к появлению психоаналитических подходов в фан-исследованиях (2007, p. 6, 8). Однако обращение и к идеям П. Бурдьё и к психоанализу, соответственно, уже появляется в работах Дж. Фиске и С. Хинермана, авторов первой волны (Fiske, 1992; Hinerman, 1992).

Кого изучают авторы фан-исследований 1992 г.? Во введении к «Текстовым браконьерам» Г. Дженкинс отмечает, что современные (ему) cultural studies изучают разнообразные аудитории, но он сосредоточится только на одной группе, которую называет медиафандомом, состоящим из поклонников кино и телевидения (1992b, p. 1). Хотя само заглавие монографии К. Бэкон-Смит «Предприимчивые женщины: телевизионный фандом и создание популярного мифа» уже обозначает изучаемую группу фанатов, в конце работы в глоссарии автор уточняет определение фандома[1]: «термин, используемый членами связанных групп, которые идентифицируют себя по своему интересу к научной фантастике, научно-фантастическим и приключенческим телевизионным и кинофильмам, комиксам, японской анимации и костюмам» (1992, p. 309). И К. Бэкон-Смит, и Г. Дженкинс перечисляют широкую категорию произведений от телесериалов и голливудского кино до японского аниме (Jenkins, 1992a, p. 1), но в своих работах под медиафандомом они понимают преимущественно группу фанатов научной фантастики и изучают, в частности, фанатов сериала «Звездный путь» (Star Trek).

Несмотря на то, что первая часть сборника эссе под редакцией Л. Льюис называется «К определению фандома» (Defining Fandom), ее авторы не оказываются столь определенными в том, какую группу фанатов они изучают. Дж. Дженсон рассматривает, как в популярных и научных текстах представлены два образа фанатов: одержимый одиночка и истеричная толпа, — сосредотачивая свое внимание на музыкальных и спортивных фанатах, а потом и на самих ученых как фанатах своего объекта исследования (1992, p. 9, 12, 20). Дж. Фиске, хотя и рассматривает противоборство элитарной и популярной культур (к последней, конечно, относится фан-культура) и опирается на большой корпус уже проведенных фан-исследований, до поры обходится без примеров и конкретизации, о каких фанатах он пишет, и только к концу эссе становится понятно, что автор использует термины «фанаты» и «фандом» скорее как собирательные, отчего в эти категории попадают поклонники телепрограмм, музыкальных групп или исполнителей, спортивных команд, любовных романов, кино и т. д. (1992, p. 37-39, 41). Л. Гроссберг подмечает, что, если считать потребителей популярной культуры за активную аудиторию, то следующим шагом необходимо задаться вопросом: а что же тогда отличает фанатов от обычных потребителей? (1992, p. 53). Не сужая «фандом» до поклонников какого-либо определенного фан-объекта, Л. Гроссберг предлагает ввести понятие «аффективного восприятия» (affective sensibility), характерного для фанатов, которое заключается в количественном и качественном вложении эмоциональных сил в значимые для них продукты поп-культуры, через которые они конструируют свою идентичность (1992, p. 57–59).

Авторам первой части сборника, призванной определить, кто такие фанаты и что такое фандом, не удалось прийти к единому пониманию пред-

1 Примечательно, что в указанном глоссарии нет слова «фанат/ы» и определения к нему.

метного поля фан-исследований — это же наблюдается и в других текстах сборника. Кратко обозначим, что и кого изучали авторы последующих эссе. Во второй части сборника «Фандом и гендер» (Fandom and Gender) Шерил Клайн представляет полемическое автоэтнографическое эссе (1992, p. 69–83), в котором описывает общественное мужское отношение к женщинам-фанатам рок-звезд; а Барбара Эренрейх, Элизабет Хесс и Глория Джекобс описывают историю становления фанатов популярной музыки через призму женской сексуальности и показывают, как битломания стала частью более широкой сексуальной революции (1992, p. 84–106). Стивен Хинерман, используя подходы психоанализа, исследует фантазии поклонниц (умершего) Элвиса Пресли о встрече с кумиром (после его смерти)[1] (1992, p. 107–134), а редактор сборника Лиза Льюис анализирует стереотипные образы фанатов и их кумиров в популярном кино о фанатах (1992d, p. 135–159). Так, во второй части сборника преобладает изучение фанаток поп-музыки и их образа в средствах массовой информации и кино.

Авторы третьей части сборника, «Фанаты и индустрия» (Fans and Industry), исследуют взаимоотношения фанатов телепередач и их производителей. Сью Брауэр описывает, как менялось отношение к телепередачам в 1960-1980-е гг. и как группа фанатов «качественного телевидения» через письма телеканалам и СМИ пыталась повлиять на мнение аудитории и производителей о понравившихся ей сериалах, что «спасало» последние от закрытия, а самим фанатам позволяло принять на себя роль законодателей вкусов (1992, p. 163–184). В тексте Роберта Сабала, напротив, представлены стенограммы интервью представителей телевизионных компаний, которые получали письма фанатов, и показан процесс «по ту сторону»: как команды сериалов сотрудничали с фанатами, чтобы сохранить свои произведения в эфире (1992, p. 185–188). Соответственно, объектом изучения для авторов третьей части сборника стали медиафанаты и их практики написания писем для поддержки понравившихся сериалов. Четвертая часть сборника, «Созданное фанатами» (Production by fans), как и предыдущая, представлена двумя текстами, один из которых, заключительный для всего сборника, принадлежит Г. Дженкинсу. Фред и Джуди Верморел для сборника предоставили коллекцию фанатских писем и записок об их кумирах-поп-звездах,

1 Здесь же на полях отметим, что работу С. Хинермана относят к двум разным первым волнам. Для Дж. Грея с коллегами он относится к той волне, что выступает против патологического взгляда на фанатов, а польский культуролог П. Сиуда причисляет его к «волне отклонения», которая и рассматривает фанатов как девиантов (Siuda, 2010, p. 89). Для того, чтобы прояснить ситуацию, обратимся к тексту самого С. Хинермана: «…фантазии, сосредоточенные вокруг Элвиса (или любой другой медийной фигуры), — это не бредовые или неадекватные представления, а сообщения, которые выполняют по крайней мере две функции. Во-первых, они «устраняют» потенциально травмирующую угрозу психологической идентичности человека… Во-вторых, фантазии идеологически вовлекают мир в определенную политическую систему, говоря на языке тех людей и классов, которым недоступны более «прямые» и радикальные решения кризисных ситуаций» (Hinerman, 1992, p. 109). Представляется сомнительным, что С. Хинермана можно отнести к «волне отклонения».

собранные за 1977–1988 гг. (1992, p. 191–207), а Г. Дженкинс описал фан-практики медиафанатов (1992a, p. 208–236).

Итак, если в 2013 г. П. Бут констатировал, что «фан-исследования как дисциплина становятся все более осторожными в выборе основного объекта изучения» (2013, p. 120), то ретроспективный взгляд показывает, что подобная неопределенность в выборе объекта изучения уже была заложена в основополагающих работах фан-исследований первой волны. Если Г. Дженкинс и К. Бэкон-Смит предлагают обратить внимание на медиафандом, то авторы сборника под редакцией Л. Льюис преимущественно сосредотачиваются на поклонниках популярной музыки и, во вторую очередь, кино и телевидения, хотя, вероятно, их больше занимал сам феномен фанатства, нежели фокус по фан-объекту изучаемой группы.

Так что же значит быть фанатом и частью фандома? В эссе «“Мы больше не чужаки, мы поём”: Филкинг и социальное конструирование научно-фантастического фан-сообщества» Г. Дженкинс предлагает четырехуровневую модель фандома: (1) особый способ восприятия (целенаправленный просмотр телепрограмм с последующими творческими переработками материала и обязательными обменом и обсуждениями в фандоме); (2) особое интерпретационное сообщество (читательские практики фанатов коллективны, и их следует рассматривать не в личном, а институциональном контексте); (3) особый мир искусства (в котором медиа становится сырьем для производства новых форм культурного творчества и наделения их эстетической ценностью); (4) альтернативное социальное сообщество (где социальный статус зависит не от того, кто вы, а от того, какой вклад вы вносите в сообщество) (1992a, p. 209–213). Так, по Г. Дженкинсу, фандом — это интерпретативное сообщество, которое отличается от просто активной аудитории тем, что представляет собой именно коллективную форму взаимодействия с фан-объектом. При этом, как справедливо замечает К. Бэкон-Смит, «фандом» является скорее зонтичным понятием, поскольку работает на нескольких уровнях: и все сообщество поклонников научной фантастики, и меньшая группа поклонников «Звездного пути», и еще меньшая группа поклонников фан-фикшена вокруг «Звездного пути» называются фандомом (1992, p. 22–23). Однако поставленный Л. Гроссберг вопрос, что же отличает фанатов от обычных потребителей (1992, p. 53), остается без ответа, если не обратиться к вопросам: как и почему люди вообще становятся фанатами? В ответе на эти вопросы постараемся подвести черту под всеми фан-исследованиями 1992 г. и собрать взгляды авторов вместе.

Во-первых, становление фанатом — это во многом бессознательный процесс, который начинается с интереса к определенным жанру и каналу передачи информации, например, телевизионной научной фантастике или детективным романам (Bacon-Smith, 1992, p. 7). Во-вторых, этот интерес пред-

полагает сильное эмоциональное вовлечение[1] , частью которого становится самоидентификация через интерес к фан-объекту (Grossberg, 1992, p. 53). В-третьих, такая серьезная эмоциональная вовлеченность и определение себя через фан-объект способны помочь фанату принять себя или прожить травмирующий опыт (Hinerman, 1992, p. 109). В-четвертых, участие в фандоме позволяет человеку приобрести ту социальную жизнь, из которой он по разным причинам (гендер, раса, возраст и т.д.)[2] был исключен, и разделить свои увлечения с другими людьми (Jenkins, 1992a, p. 213). Наконец, участие в фандоме и соучастие в фан-творчестве позволяет безопасно исследовать собственную жизнь (Bacon-Smith, 1992, p. 204) и высказываться против доминирующих нарративов в обществе (Fiske, 1992, p. 30).

Выводы

Логика деления фан-исследований на волны, предложенная Дж. Греем, К. Сандвоссом и К. Л. Харрингтон и впоследствии повторенная другими исследователями, имплицитно предполагает, что вторая и третья волны корректируют, по выражению Франчески Коппы, «оптимистические взгляды» (2014, p. 74) авторов первой волны, которую сами Дж. Грей с коллегами иронично назвали «Фандом — прекрасен» (Fandom Is Beautiful) (2007, p. 1). Однако более внимательное рассмотрение фан-исследований 1992 г. показывает, что они сложны и многогранны, а отличительные черты второй и третьей волн, такие как обращение к методологии П. Бурдье или подходам психоанализа и изучение не только коллективного, но и частного, уже были присущи работам первой волны. Можно сказать, что у Дж. Грея с коллегами произошла «дженкизация» первой волны, когда исследовательские взгляды Г. Дженкинса на фан-сообщество были экстраполированы на всю первую волну, что на проверку оказывается если и не ошибочным, то неточным.

Это ставит перед нами вопрос о необходимости переосмысления существующих концептуализаций фан-исследований. Предложенная Дж. Греем с коллегами модель волн является одной из первых попыток описания истории развития фан-исследований, а потому носит схематичный характер, сглаживая неоднородность и противоречивость работ, относящихся к одной волне. Возможно, тридцать пятая годовщина с выхода основополагающих фан-исследований 1992 г. станет подходящим поводом для возобновления дискуссии об актуальности написания истории этой академической дисци-

1 Представляется важным отметить, что в работах о первой волне фан-исследований этот исследовательский аспект практически выпадает из поля зрения; например, Мэтт Хиллз пишет: «…в этих описаниях зарождающегося фандома, рассматривающих его с социологической и культурологической точек зрения как усвоенный набор протоколов и условностей чтения, не уделяется должного внимания эмоционально насыщенному моменту “обращения”…» (Hills, 2016, p. 11). Во многом это связано с тем, что внимание уделяется классическим исследованиям Г. Дженкинса и К. Бэкон-Смит, но упускаются из вида эссе в сборнике под редакцией Л. Льюис.

2 Как видно из данных анкетирования, проведенного К. Бэкон-Смит, фандом состоит в основном из белых высокообразованных женщин среднего класса в возрасте 30-40 лет (Bacon-Smith, 1992, p. 319–323).

плины и создания комплексной, непротиворечивой систематизации фан-исследований.

Заявления автора

Согласие с политиками и положениями сетевого издания

Автор данной рукописи был уведомлен и согласен с действующими политиками и положениями сетевого издания, изложенными на веб-сайте.

Оригинальность и эксклюзивность рукописи

Автор подтверждает, что рукопись является оригинальной, ранее не публиковалась ни полностью, ни частично и не находится на рассмотрении для публикации в других изданиях.

Авторство и вклад (CRediT)

Концептуализация, проведение исследования и написание текста статьи — Голубев А. Ю.

Политика в отношении препринтов и предыдущих версий

Автор подтверждает, что нет препринта/рабочей версии.

Конфликт интересов

Конфликтов нет.

Финансирование

Данная работа не профинансирована ни одним спонсором.

Использование генеративного ИИ и вспомогательных инструментов

Инструменты искусственного интеллекта не указаны в качестве авторов; любой вклад (редактирование текста, перевод, иллюстрации, код) описан в разделе «Методы»; точность, оригинальность и соблюдение прав проверены.

Разрешения на использование (тексты, изображения, карты, иллюстрации)

Все материалы, защищённые авторским правом, воспроизводятся с разрешения правообладателя; соблюдаются условия лицензии (включая Creative Commons).

Благодарности и вклады без авторства

Отсутствуют.

Список литературы

Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. University of Pennsylvania Press.

Booth, P. (2013). Augmenting Fan/Academic Dialogue: New Directions in Fan Research. *Journal of Fandom Studies*, 1(2), 119–137. https://doi.org/10.1386/jfs.1.2.119_1

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Harvard University Press.

Brower, S. (1992). Fans as Tastemakers: Viewers for Quality Television. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 163–184). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-12

Cline, C. (1992). Essays from Bitch: The Women's Rock Newsletter with Bite. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (1st ed., pp. 69–83). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-7

Coppa, F. (2014). Fuck Yeah, Fandom Is Beautiful. *Journal of Fandom Studies*, 2(1), 73–82. https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.73_1

Dell, C. (1998). Lookit That Hunk of Man!: Subversive Pleasures, Female Fandom, and Professional Wrestling. In C. Harris & A. Alexander (Eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp. 87–108). Hampton Press.

Duits, L., Zwaan, K., & Reijnders, S. (Eds.). (2014). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315612959

Ehrenreich, B., Hess, E., & Jacobs, G. (1992). Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 84–106). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-8

Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 30–49). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-4

Goulding, J. (1985). *Empire, Aliens, and Conquest: A Critique of American Ideology in Star Trek and Other Science Fiction Adventures*. Sisyphus Press.

Gray, J., Harrington, C. L., & Sandvoss, C. (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. NYU Press.

Grossberg, L. (1992). Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 50–65). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-5

Hall, S. (1980). Encoding / Decoding. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* (pp. 128–138). Routledge.

Harris, C. (1998). A Sociology of Television Fandom. In C. Harris & A. Alexander (Eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp. 42–55). Hampton Press.

Hills, M. (2016). Returning to 'Becoming-a-Fan' Stories: Theorising Transformational Objects and the Emergence/Extension of Fandom. In L. Dults, K. Zwaan, & S. Reijnders (Eds.), *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (pp. 9–21). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315612959-2

Hinerman, S. (1992). 'I'll Be Here With You': Fans, Fantasy and the Figure of Elvis. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 107–134). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-9

Jancovich, M. (2002). Cult Fictions: Cult Movies, Subcultural Capital and the Production of Cultural Distinctions. *Cultural Studies*, 16(2), 306–322. https://doi.org/10.1080/09502380110107607

Jenkins, H. (1992a). Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 208–236). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-16

Jenkins, H. (1992b). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Routledge.

Jenson, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 9–29). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-3

Lewis, L. A. (1992a). 'Something More Than Love': Fan Stories on Film. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 135–159). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-10

Lewis, L. A. (Ed.). (1992b). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539

Sabal, R. (1992). Television Executives Speak About Fan Letters to the Networks. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 185–188). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-13

Siuda, P. (2010). From Deviation to Mainstream – Evolution of Fan Studies. *Media Studies*, 3(42), 87–99.

Vermorel, F., & Vermorel, J. (1992). A Glimpse of the Fan Factory. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 191–207). Routledge.

Дженкинс, Г. (2019). *Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа*. РИПОЛ классик.

Ним, Е. Г. (2024). Неуловимый фэндом: Проблемное поле зарубежных фан-исследований. *Социологический журнал*, 30(2), 33–52. https://doi.org/10.19181/socjour.2024.30.2.2

Сепир, Э. (1993). Статус лингвистики как науки. В *Избранные труды по языкознанию и культурологии* (сс. 259–265).

Серто, М., де. (2013). *Изобретение повседневности. 1. Искусство делать*. Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.

Уорф, Б. Л. (1960). Отношение норм поведения и мышления к языку. *Новое в лингвистике*, (1), 135–168.

References

Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. University of Pennsylvania Press.

Booth, P. (2013). Augmenting Fan/Academic Dialogue: New Directions in Fan Research. *Journal of Fandom Studies*, 1(2), 119–137. https://doi.org/10.1386/jfs.1.2.119_1

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Harvard University Press.

Brower, S. (1992). Fans as Tastemakers: Viewers for Quality Television. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 163–184). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-12

Certeau, M. de. (2013). *The Practice of Everyday Life. 1: The Art of Doing*. European University at St Petersburg Press. (In Russian).

Cline, C. (1992). Essays from Bitch: The Women's Rock Newsletter with Bite. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (1st ed., pp. 69–83). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-7

Coppa, F. (2014). Fuck Yeah, Fandom Is Beautiful. *Journal of Fandom Studies*, 2(1), 73–82. https://doi.org/10.1386/jfs.2.1.73_1

Dell, C. (1998). Lookit That Hunk of Man!: Subversive Pleasures, Female Fandom, and Professional Wrestling. In C. Harris & A. Alexander (Eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp. 87–108). Hampton Press.

Duits, L., Zwaan, K., & Reijnders, S. (Eds.). (2014). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315612959

Ehrenreich, B., Hess, E., & Jacobs, G. (1992). Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 84–106). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-8

Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 30–49). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-4

Goulding, J. (1985). *Empire, Aliens, and Conquest: A Critique of American Ideology in Star Trek and Other Science Fiction Adventures*. Sisyphus Press.

Gray, J., Harrington, C. L., & Sandvoss, C. (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. NYU Press.

Grossberg, L. (1992). Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 50–65). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-5

Hall, S. (1980). Encoding / Decoding. In *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979* (pp. 128–138). Routledge.

Harris, C. (1998). A Sociology of Television Fandom. In C. Harris & A. Alexander (Eds.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture, and Identity* (pp. 42–55). Hampton Press.

Hills, M. (2016). Returning to 'Becoming-a-Fan' Stories: Theorising Transformational Objects and the Emergence/Extension of Fandom. In L. Dults, K. Zwaan, & S. Reijnders (Eds.), *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (pp. 9–21). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315612959-2

Hinerman, S. (1992). 'I'll Be Here With You': Fans, Fantasy and the Figure of Elvis. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 107–134). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-9

Jancovich, M. (2002). Cult Fictions: Cult Movies, Subcultural Capital and the Production of Cultural Distinctions. *Cultural Studies*, 16(2), 306–322. https://doi.org/10.1080/09502380110107607

Jenkins, H. (1992a). Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 208–236). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-16

Jenkins, H. (1992b). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2019). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. RIPOL Klassik. (In Russian).

Jenson, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 9–29). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-3

Lewis, L. A. (1992a). 'Something More Than Love': Fan Stories on Film. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 135–159). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-10

Lewis, L. A. (Ed.). (1992b). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539

Nim, E. (2024). The Elusive Fandom: The Problem Field of Foreign Fan Studies. *Sociological Journal*, 30(2), 33–52. https://doi.org/10.19181/socjour.2024.30.2.2 (In Russian).

Sabal, R. (1992). Television Executives Speak About Fan Letters to the Networks. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 185–188). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203181539-13

Sapir, E. (1993). The Status of Linguistics as a Science. In *Selected Writings on Linguistics and Cultural Studies* (pp. 259–265). (In Russian).

Siuda, P. (2010). From Deviation to Mainstream – Evolution of Fan Studies. *Media Studies*, 3(42), 87–99.

Vermorel, F., & Vermorel, J. (1992). A Glimpse of the Fan Factory. In L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* (pp. 191–207). Routledge.

Whorf, B. L. (1960). The Relation of Habitual thought and Behavior to Language. *New in Linguistics*, (1), 135–168. (In Russian).