

МОЛОДЕЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ

М. Пипенко

ФЕНОМЕН МОЛОДЕЖНЫХ ВИРТУАЛЬНЫХ ФАНОВСКИХ ПРАКТИК

В статье рассматриваются особенности использования Интернета молодежью и дается характеристика феномену фанатства. На основе проведенного исследования автор выделяет стратегии посещения фан-сайтов, мотивы виртуальных фановских практик и коммуникативные практики фанов. Подчеркивается, что виртуальное общение воспринимается как этап общения, переходящего в офф-лайн. В качестве вывода автор высказывает идею о том, что, несмотря на специфичность пространства, в котором протекают молодежные практики, их содержание и культурное/символическое значение наполнено прежними смыслами.

Одной из отличительных характеристик современного социокультурного пространства является ускоренная трансформация и модернизация каналов и практик коммуникации. Резко возросла значимость информационных ресурсов, позволяющих индивидам максимально интенсивно реализовывать свой личностный потенциал, а также желания и намерения. Одной из ярчайших иллюстраций перехода общества (и конструирующихся в нем идентичностей) в качественно иное состояние является сеть Интернет. Интернет представляет собой постоянно изменяющееся гибкое пространство, где можно конструировать любые идентичности, не связанные с реальными, и изменять те параметры, которые в реальности трудно изменяемы. В определенном смысле, Интернет лежит вне временного континуума, так как здесь прошлое и будущее не играют своей привычной роли. Для успешной репрезентации себя в Интернете не важны такие характеристики, как образование, социальное положение, коммуникативный опыт, полученный в реальности. Это пространство, где заново могут быть сконструированы основные идентичности: гендер, возраст, этничность, социальное положение, культурный стиль. Здесь невзрачный парень может репрезентировать себя как

сексуально привлекательную девушку, подросток может выдавать себя за человека с богатым жизненным опытом, материально депривированные юноши и девушки из российской глубинки имеют все шансы прослыть «профессиональными тусовщиками».

Возникшие в Интернете «виртуальные пространства» позволяют создать разнообразные он-лайн-идентичности, осваиваемые, в первую очередь, молодежью. Исследователи Ю. Бетус, Н. Миллер и К. Слейтер (Voethius 1995) отмечают, что современные виды медиа влияют на молодежь больше, чем на другие социальные группы. С. Майлз и А. Андерсон (Miles & Andersen 1999) полагают, что в восемнадцать лет индивид проводит больше времени перед телевизором и компьютером, чем в любой другой деятельности, иногда жертвуя сном. Большая часть молодых потребителей СМК ведут себя не пассивно, а критично, трансформируя, предопределяя и реконтекстуализируя различные значения медиа-текстов. Клиповое сознание*, обнаруживаемое исследователями у молодежи постмодернистского общества, является необходимой способностью для ориентации в перегруженном информацией мире. Юноши и девушки обладают менее устойчивым вниманием к восприятию культурных текстов по сравнению с их родителями, но более широкими возможностями восприятия. Молодые люди воспринимают транслируемые образы чрезвычайно быстро, что позволяет им мгновенно обрабатывать информацию, которой переполнено современное общество. «Поэтому, — считает Д. Рашкофф, — формирование современного юноши или девушки все чаще зависит от возрастающего влияния Интернета. Пользователи он-лайна бродят по глобальному виртуальному пространству, собирая информацию и делясь ею, и совершенно не зависят от институциональной власти» (Rushkoff 1997).

Б. Раймер (Reimer 1995) считает, что средства массовой коммуникации структурируют повседневность молодежи больше, чем любые другие акторы. Потребление медиа имеет огромное влияние и на публичную, и на приватную сферы жизни юношей и девушек. СМК являются основным проводником трансмиссии глобальных образов и играют решающую роль в предпочтении культурных образов.

Электронные медиа — область, полностью колонизированная молодежью. Однако, несмотря на то, что виртуальные практики являются интереснейшей и значимой частью молодежной повседневности, это простран-

* Клиповое сознание — термин, используемый для обозначения особенностей восприятия медиа-текстов современной молодежью, выросшей в обществе высоких технологий, в ситуации «информационного излишка». Клиповое сознание отличается высокой скоростью восприятия образов, лишено акцентуации на деталях; для него характерны визуальность, имманентность, антирефлексивность, эмоциональность, аффективность, ассоциативность.

Классического определения «клиповому сознанию» еще не дано. Как правило, под этим термином понимается привычка воспринимать мир посредством короткого, яркого, предельно артикулированного посыла, воплощенного в форме видеоклипа (отсюда и название), теленовости или в другом аналогичном виде.

ство остается вне интереса исследователей. Отчасти это объясняется отсутствием теоретической и методологической базы подобных исследований.

В последние годы Интернет стал местом, где стало возможно осуществление целого ряда новых креативных стратегий, связанных с практиками фанатства. Феномен фанатства — одна из ключевых характеристик современной молодежной культуры. Как демонстрируют разнообразные исследования молодежных культурных сцен (Fiske 1989; Bennet 2002), фанатство является основной практикой в создании коллективных и индивидуальных идентичностей. Этот феномен заключается в том, что определенные медиа-тексты становятся чрезвычайно актуальными, в результате чего создаются новые значения (идеализация кумиров) и культурные продукты (фанзины^{*}).

В свое время Г. Дженкинс описал особенности фановских практик (Jenkins 1988):

1) Фанаты не просто воспринимают текст, но перерабатывают его в другие формы культурной и социальной активности. Они объединяются в организации, пишут друг другу письма, общаются в чатах, обмениваются информацией. Фаны создают так называемые фанфики^{**}, т. е. новые истории с участием любимых персонажей, сочиняют песни, снимают видео, рисуют картины.

2) Фаны создают особые сообщества. Фан-клубы в прошлом, получившие новую форму — фан-сайтов, рассылают друг другу последние новости об объектах своего интереса, интерпретируют информацию особым образом (с учетом известного только им контекста).

3) Фанатство формирует специфическое пространство, в котором распространяются сопутствующие культурные продукты: разнообразные журналы, одежда, новые медиатексты. Фаны играют основную роль в распространении медиапродукции, связанной с объектом своего интереса, научной фантастики, новых фильмов и т. д.

4) Фанаты образуют отдельные альтернативные сообщества. Культурные явления, которые становятся объектом фанатства, формируют целые общины фанов, людей, которые могут никогда не встречаться, но разделять коллективную идентичность.

Постмодернистское общество нивелирует примордиальные идентичности, определявшие раньше базовые структуры личности. Но разрушение традиционных форм культурных солидарностей не уничтожило потребность в принадлежности к определенным сообществам. Фанатство предлагает членство в группе, не определяемое в обычных терминах расы, религии, гендера, территории или профессии, но объединяющее на основании схожего отношения к тому или иному культурному событию или имени. Стать фаном — значит изменить имеющийся социальный статус и сконструировать новый. Многие фановские тексты существуют не столько для производства и ком-

* От англ. *fanzine* — журнал для болельщиков.

** От англ. *fanfic*, сокр. от *fan-fiction* — фан-литература, фан-проза.

ментария аутентичных текстов, сколько для построения и обеспечения *солидарности* внутри фановских общин.

Интернет предлагает ряд существенных ресурсов и преимуществ, отсутствующих в реальном пространстве для реализации фановских практик.

В первую очередь, Интернет предоставляет площадку, которую можно конструировать и изменять в зависимости от задач конкретного фановского сообщества. Характерным свойством Интернет является редуцирование пространства, — стирание географических и временных рамок вне зависимости от места и времени отправления послания. Коммуникация может осуществляться как в режиме реального времени, так и с отсрочкой получения сообщения.

Другой значимой характеристикой виртуального пространства является относительная легкость доступа к Интернет. Все больше вузов обеспечивают своим студентам возможности бесплатного использования Интернет-ресурсов; цены провайдеров, предоставляющих услуги подключения, снижаются, открывается все больше Интернет-клубов.

Одним из главных достоинств виртуального пространства является минимальный контроль со стороны взрослых, которые могут контролировать лишь количество времени пребывания в он-лайне, а не сами Интернет-практики. Наличие свободного, легко конструируемого, неконтролируемого взрослыми пространства, в котором можно легко общаться, является причиной, по которой Интернет стал оккупированной молодежью территорией для реализации разнообразных практик, в том числе фановских. Под виртуальными фановскими практиками мы понимаем любую деятельность, осуществляемую в он-лайновом пространстве, связанную со значимым культурным интересом. Обратимся к анализу этих практик.

Для нашего исследования было выбрано два молодежных фан-сайта: *nerokiny.narod.ru* — сайт детского советского фильма «Не покидай» и *voldemort.ru* — сайт школы волшебства и магии «Хогвартс Сириуса»^{*} — виртуальная ролевая игра на основе книг о Гарри Поттере.

Методология исследования подразумевала последовательную реализацию нескольких этапов.

На первом этапе были выбраны два фановских сайта, на форумах которых велось включенное наблюдение (насколько этот термин применим к виртуальным сообществам) и установление контактов с активными членами фан-сообществ. Затем был проведен анкетный опрос студентов Ульяновского государственного университета с целью выяснить их Интернет-активность и характер этой активности. Данные, полученные в ходе опроса, уточнялись и детализировались с помощью глубинных интервью со студентами этого же вуза.

^{*} Хогвартс — школа магии и волшебства, где учится Гарри Поттер, главный герой серии книг английской писательницы Д.К. Роулинг, пользующихся огромной популярностью во всем мире. Поскольку существует несколько виртуальных школ магии, данная школа называется школой Хогвартс Сириуса по имени одного из героев этой книги.

Позже посетителям вышеуказанных фан-сайтов было предложено ответить на вопросы исследователя по электронной почте. Несмотря на то, что отклик посетителей был довольно интенсивным (в исследовании согласились участвовать около 40 человек с обоих сайтов), в результате глубинные он-лайн интервью были проведены с 24 информантами: 9 человек с сайта Хогвартс Сириуса и 15 — с сайта «Не покидай».

Выбор именно этих сайтов для наблюдения и анализа обусловлен следующими причинами. Оба портала посвящены различным культурным продуктам. Первый сайт связан с детской киносказкой «Не покидай» режиссера Л. Нечаева, вышедшей на телеэкраны в 1989 г. В отличие от других фильмов этого же режиссера («Красная Шапочка», «Буратино»), вокруг которых была выстроена культурная индустрия (их постоянно показывали по телевизору, была доступна информация об актерах), «Не покидай» не был популярным в публичном дискурсе. Отсутствие информации и единомышленников в реальном мире является, по мнению информантов, главной причиной создания и посещения данного сайта. Резиденты сайта «Не покидай» (НП) говорят, что Интернет был единственным источником информации о любимом фильме:

«С самого появления Интернета в моем доме я стала в его бескрайних просторах искать информацию по одному небезызвестному фильму, "Не покидай...". Этот фильм я любила всегда, но нигде нельзя было найти (информацию — М.П.). По ТВ не показывали, в газетах не писали ничего. А тут — на тебе — Интернет появился. И с самого его появления я стала по НП искать» (ж., 21 г., СПб.).

В результате за первый год существования сайта, на НП создалось целое (правда, небольшое) сообщество поклонников, которые объединились, чтобы интегрировано осуществлять поиск и обмен информацией.

Фан-сайт «Не покидай», является типичным* фановским сайтом по своей структуре в Рунете**. Существуют постоянные разделы с информацией о фильме, актерах, режиссере, которые обновляются по мере поступления новых фактов. Имеется рубрика, где поклонники демонстрируют свое творчество, посвященное любимому фильму, выкладывая там рассказы и стихи.

При сайте существуют два форума: общий и частный. На основном форуме общаются большая масса фанов. О частном форуме знают «старожилы» сайта и те новички, заслужившие доверие, кому об этом сообщают. Тематика этих двух форумов отличается друг от друга. На общем значительная доля тем и разговоров уделяется фильму, на частном о фильме практически не говорят. Темы в основном касаются повседневности. К частному форуму имеет доступ около двадцати человек.

* Типичным для фановских сайтов является присутствие трех разделов: «информация», где выложены факты о значимом явлении, «творчество», где фаны выкладывают стихи и рассказы, посвященные значимому явлению, и рубрика «общение», откуда можно выйти на чат и / или на форум.

** Рунет — русскоязычное пространство Интернета. Территориально это адреса сайтов, оканчивающихся на .ru .

Общей для этого виртуального сообщества практикой можно считать посещение сайта **ruskino.ru**, где участники голосуют за свой любимый фильм и актеров, которые в нем играли, рассматривая эту практику как коллективный ритуал, способствующий созданию чувства принадлежности к группе:

«Хожу на рускино голосовать. Ну там мы всем форумом голосуем за фильм «Не покидай» и за Игорька нашего Красавина, хотим, чтоб этот фильм был лучшим. Хотя конечно, про сайт этот знают, наверно, не многие, и в общем всем по фигу, кто на каком месте... Так что этот ритуал похож больше на какое-то суеверие» (ж., 29 л., Ростов-на-Дону).

Сайт **voldemort.ru** связан с современным масс-культурным феноменом — героем книг Дж.К. Роулинг «Гарри Поттер». Отсюда его качественные отличия от сайта «Не покидай»: во-первых, средний возраст посетителей сайта — 15–16 лет, во-вторых, если постоянное количество резидентов сайта «Не покидай» из-за низкой популярности фильма составляет около 90 человек, то количество «хогварчан» — более 200 человек. Оба сайта существуют довольно долго, около 5 лет, что является значительным Интернет-возрастом, но при этом число посетителей сайта «НП» за все годы не составило больше 500 человек, а в Хогвартс за всю историю сайта было подано около 26 тысяч (!) заявок.

Хогвартс Сириуса представляет собой виртуальную школу, участь в которой, посетители сайта имеют возможность узнавать новое из самых разных областей и развивать собственную фантазию, выполняя школьные задания по написанию различного рода текстов.

Школа Хогвартс Сириуса является ярким примером сайта, использующего все возможности виртуального пространства, позволяющего создать целый мир, в котором можно жить. Школа отличается не только оригинальным дизайном, но и специально разработанным программным обеспечением, позволяющим вести автоматический подсчет оценок учащихся, выкладывать новые уроки и организовать специальные «личные дела» каждого студента.

Чтобы поступить в школу, необходимо заполнить анкету (для чего есть четко предназначенное время), и выполнить определенное домашнее задание на требуемом уровне, иначе анкета отвергается. В общей сложности, можно изучать около 20 предметов, многие из которых опираются на знания академических наук, отличие лишь в том, что уроки представлены в игровой форме. Ученикам предлагают курсы «анимагии», «биомагии», «магии языка», «астрономии и астрологии», основанные на «академическом знании», но делающие акцент на магической стороне. Каждый урок предполагает выполнение домашнего задания, которое либо выкладывается в «личное дело»*, либо высылается преподавателю на e-mail. Ведется подсчет не только личной успеваемости каждого ученика и его средний балл, но общее количе-

* Web-страница, выделяемая каждому ученику, на которой он выкладывает свои домашние задания, выходит в тайный чат своего факультета и т. д. Представляет собой некое приватное пространство, недоступное другим.

ство баллов каждого из четырех факультета (распределение на факультет происходит при поступлении).

Чтобы стать преподавателем школы, необходимо подать заявку и предоставить полностью выложенный курс выбранного предмета (соответствующего общей направленности школы) на собственном сайте в Интернете.

Помимо учебной деятельности, существует много видов внеучебной активности: издание собственной газеты, общение в многочисленных чатах (факультетских и общешкольных), взаимодействие на форумах, где проводятся консультации с преподавателями. Регулярно проводятся различные конкурсы, чемпионаты по магическим играм (в основном заимствованным из книг Роуллинг).

Дух соревновательности между факультетами способствует формированию групповой солидарности. У каждого факультета есть свои старосты, которые курируют младшие курсы. Хорошая успеваемость стимулируется виртуальной стипендией. Каждую неделю пять лучших студентов получают определенное количество виртуальных монет. Существуют возможности для набора дополнительных баллов. Чем активнее студент участвует в жизни школы, тем больше это поощряется. Для того чтобы быть успешным студентом, необходимо регулярно посещать сайт, проверять обновления в расписании, которые случаются не реже, чем раз в три-четыре дня.

Таким образом, с появлением доступа в виртуальное пространство юноша или девушка получают возможность активно проявить свою фановскую позицию. Чаще всего это выражается в поиске информации и общении с теми, кто разделяет их культурные интересы. Если говорить о социально-демографических характеристиках этих фан-сайтов, то здесь также присутствуют *существенные отличия*.

Сайт, посвященный Гарри Поттеру, как уже было отмечено, собрал вокруг себя молодежь в возрасте 15–21 года, присутствие юношей и девушек примерно равное, по роду деятельности это в основном школьники или студенты, хотя на сайт заходят и люди постарше (25—27 лет), которые уже работают. «Учеников» объединяют общие культурные интересы, как правило, они увлекаются книгами в стиле фэнтези, слушают фолк-музыку.

Фильм «Не покидай» показывали по центральному телевидению в самом начале 1990-х годов, после чего он надолго пропал из эфира. С этим связан и средний возраст сегодняшних посетителей сайта — 24–25 лет. У резидентов «Не покидай» также наблюдается общность интересов: они смотрят/слушают и обсуждают советские мультфильмы, романы, классическую музыку, бардовскую песню, детские фильмы. Возможно, именно сходство культурных интересов и общие ценности являются причиной долголетия обоих сайтов, так как по мере полной интеграции в фан-сообщество *объект* фанатства отходит на задний план, и определяющими становятся коммуникативные практики. Сам объект, вокруг которого изначально создавался сайт, остается неким культурным фетишем, служащим напоминанием и «маяком» для присоединения новичков:

«Для меня в школе важнейшим является общение! :) И я все больше убеждаюсь, что от Роуллинг в нашем Хоге (принятое на сайте название

школы Хогвартс — М.П.) *осталось только название самой школы, факультетов и основная система — соревнование факультетов, символика факультетов и школы, ну и некоторые названия («кубок огня» тот же). Ну и заклинания, допустим, из Роуллинг берутся. А дальше — наш Хог живет абсолютно своей жизнью. Поэтому меня всегда убивает, когда некоторые начинают "а у Роуллинг было не так!", "а у Толкиена было не так!". У Роуллинг и вампиры с эльфами по Хогвартсу не шастали:))» (ж., 16 л., Москва).*

Для нас было важно выяснить, каким образом осуществляется фан-дебют, выход на фан-сайт. Мы выделили четыре наиболее распространенных стратегии.

Первая — **стратегия направленного поиска** информации по значимому явлению, желание найти единомышленников, и как результат — выход на фан-сайт. Когда появляется доступ к Интернету, юноша или девушка начинают искать информацию о любимых героях, фильмах с помощью поисковых сайтов. Наши информанты — посетители фан-сайта «Не покидай», отмечали, что они начали сразу же искать материалы об этом фильме в Интернете, потому что информация подобного рода была недоступна в других средствах массовой коммуникации.

Вторая стратегия, которую нам удалось определить — **стратегия случайного поиска**. В этом случае, индивид не имел своей целью намеренного поиска информации о значимом явлении, и вышел на фан-сайт случайно, получив ссылку на сайт на другом ресурсе.

Третья стратегия — **стратегия посредников**. Общаясь на форумах и сайтах, люди обмениваются личной информацией, в частности, происходит сравнение культурных интересов и при их совпадении может происходить обмен, например, ссылками, материалами и рекомендациями.

Четвертый путь — **креативная стратегия**. Люди, познакомившиеся на сайте со схожей фановской тематикой, создают собственный предметно-ориентированный сайт, посвященный объекту их интереса. Причиной создания собственного сайта может быть отсутствие Интернет-ресурсов, касающихся того или иного культурного феномена. В этом случае индивиды, собравшиеся на сайте с родственной тематикой, могут объединиться и создать собственный сайт.

Еще одной причиной подобной креативной стратегии может быть «миграция» фан-сообщества с одного сайта на другой (созданный собственными силами), в случае ликвидации этой коммуникативной площадки: *Сначала общались на сайте «киноэксперт», а потом возникла идея создать свой сайт, чем Алена и занялась. С тех самых пор каждый практически день бываю на наших сайтах* (ж., 27 л., Сургут).

Говоря о причинах посещения фан-сайтов, наши информанты называли две основные: поиск информации о значимом для них явлении и общение с единомышленниками, в том случае если они оказались «приятными людьми». Некоторые участники исследования особо подчеркивали невозможность получить информацию из других источников и отсутствие в реальности тех людей, с которыми они могли бы обсудить и разделить свои культурные интересы.

В частности, спортивные фан-сайты являются местом для «выплеска эмоций» после важных соревнований. Отсутствие в реальном пространстве местных спортивных клубов, профессиональных спортивных команд, организаций болельщиков является важной предпосылкой для того, чтобы искать информацию и единомышленников в Интернете. В этом случае Интернет рассматривается как место, где можно обсудить последние соревнования, изменение в составах команд, новые правила. Недостаток единомышленников в офф-лайне также является важной причиной посещения фан-сайтов:

«Это было такое счастье! Полжизни сидишь у себя в квартире и страдаешь по фильму. У тебя есть только воспоминания, с которыми ты толком ни с кем и не можешь поделиться, потому что никто из моих друзей этот фильм и не знает, я сразу почувствовала, что на том форуме мне нужно остаться, поняла, что все люди, которые там уже обитали — они очень близки и дороги» (ж., 21 г., СПб.).

Хотя поиск единомышленников и обсуждение с ними общих культурных интересов важны при посещении фан-сайтов, причины, по которым люди остаются на обнаруженных ими пространствах, изменяются в процессе освоения и внедрения в сообщество. На первых порах обсуждение значимого культурного события играет важную роль, однако, чем дольше человек находится на сайте, тем больше расширяется количество обсуждаемых тем:

«Сообщество нашего форума мне очень понравилось, и я остался. Скажем так, изначально я приходил на них, так как там обсуждались интересующие меня темы (футбол, НП и т.д.), но по истечении некоторого времени я понимал, что мне интересно там, в первую очередь, потому, что там очень интересные, отзывчивые люди. С ними приятно общаться и не только на тему, которой посвящен форум, а и на любые другие темы. Очень важной является возможность открыться, не боясь, что другие будут высмеивать какие-то высказывания. Это «территория», где обитают «свои» (м., 21 г., Минск).

Очень часто для обозначения атмосферы на фан-сайте использовалось слово «свои». Получается, что культурное явление, вокруг которого организовано данное сообщество, является своего рода «лакмусовой бумажкой», неким маркером, разделяющим «своих» и «чужих».

Несколько наших информантов, постоянных посетителей фан-сайта «Не покидай», отмечали, что их влечет на форум теплая и дружеская обстановка, сформировавшаяся в этом пространстве по сравнению с другими форумами. Согласно их высказываниям, на форуме собралось очень доброжелательное и открытое сообщество людей, вот почему это место интересно не только обсуждением предмета интереса, но и общением с людьми.

Участники исследования, являющиеся активными посетителями фан-сайта Хогвартс, также говорили о том, что случайные люди сюда не приходят, и в каждом «резиденте» сайте есть что-то интересное. Несмотря на то, что основная активность осуществляется в он-лайне, виртуальные практики рассматриваются лишь как этап перед знакомством в реальности.

Встречи в офф-лайне являются регулярными событиями для посетителей обоих сайтов.

Однако и здесь наблюдается своя специфика. С одной стороны, это разница в регионах, в которых проживают резиденты сайтов. На сайте Хогвартс довольно много учеников, проживающих в Москве. Они устраивают постоянные встречи, примерно раз в месяц, иногда чаще. Особым поводом собраться является приезд «студента» или «преподавателя» Хогвартса из дальнего региона в Москву. На сайте «Не покидай», ввиду большей географического разнообразия членов сообщества, офф-лайновые встречи происходят реже. Тем не менее, несколько раз в год участники встречаются, ездят друг к другу в гости:

«Прежде всего познакомилась с Таней Арт, давно уже, в 2003-м, в июне. Потом к нам приехала Диана из Москвы, в июне этого года, мы очень хорошо два дня пообщались. Потом мы сами выбрались с Таней и Димой в Питер, там даже жили у «непокидайцев»: я — у Светы, Таня с Димой в комнате, которая принадлежит Дартс (девушка — резидент сайта из Петербурга — М.П.). Были целую неделю, иногда устраивали по вечерам посиделки. Много говорили, смеялись, смотрели любимые фильмы, были на концерте, исходили Питер и окрестности» (ж., 24 года, Минск).

Несмотря на значительное количество времени, усилий и средств, которые затрачивают наши информанты на предмет своего «культа» и связанную с ним индустрию, практически никто из них не считает себя фанатом, т. к. для них этот термин имеет часто негативный оттенок и связывается с зависимостью, психической неуравновешенностью, асоциальным поведением:

«Фанатами я зову больных людей (и не только людей, но преимущественно людей), которые дерутся до смерти, сжигают машины, бьют стекла в метро... ну, ты понимаешь. Я это не принимаю» (м., 21 год, Москва).

Независимо от того, какие фановские практики осуществляли сами информанты, они давали себе любое другое определение: «болельщик», «почитатель», «поклонник», «увлекающийся человек», но не «фан» или «фанат». Многие информанты испытывали затруднение, когда их просили объяснить свое отношение к «предмету культа» и определить свое положение в иерархии «фанов». Некоторые из них говорили о том, что им сложно описать чувство, которое они испытывают по отношению к значимому объекту, ссылаясь на то, что в русском языке нет адекватных определений. Термин «поклонник» обозначает чувство преклонения, которого многие не испытывают. В то же время участники исследования считают, что слова «поклонник», «почитатель», «фан» используются только потому, что так принято говорить, чтобы выразить свою симпатию/восхищение по отношению к какому-то явлению:

«Я люблю многие книги, фильмы, музыку, но никогда не перегибаю палку, не дохожу до полного неприятия всех прочих альтернативных творений. Поклонником, наверно, назвать нельзя тоже: кажется, у меня чувство поклонения вообще отсутствует напрочь. Если я и говорю о

себе «Я поклонник того-то и того-то», то это просто потому, что так принято говорить, и этот термин понятен большинству людей» (ж, 22 года, Орел).

В нарративах информантов неоднократно звучала мысль, что именно появление Всемирной Глобальной сети способствовало оформлению и развитию фановских практик. Никто из них не пытался искать единомышленников в реальном пространстве до появления Интернета.

Итак, хотя на рассмотренных нами фан-сайтах наблюдаются значительные культурные, структурные и содержательные различия, их объединяют общие коммуникативные механизмы, практики и правила. В первую очередь, мы говорим о полноценных сформировавшихся сообществах, разделяющих общую территорию, обладающих своим собственным языком и стилевыми маркерами, в роли которых выступают культурные интересы и значимые явления. В этой связи можно говорить о тенденции к формированию неких виртуальных субкультур. При этом основной и самой ценной практикой является общение, которое имеет первостепенное значение в фановской активности. Стремление перевести общение из он-лайна в офф-лайн свидетельствует о том, что виртуальное общение не может полностью заменить непосредственного межличностного общения в реальности и является лишь альтернативным (более доступным) способом поиска единомышленников. Все это свидетельствует о том, что, хотя Интернет — качественно новое коммуникативное пространство, обладающее специфическими характеристиками, содержание и культурное/символическое значение молодежных практик, реализуемых в виртуальном пространстве, наполнено прежними смыслами.

Литература

Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга. СПб.: Норма, 1999.

Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Аванти- плюс, 2003.

Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. М.: Институт социологии РАН, 2000.

Adoring Audience: fan culture and popular media / Ed. by L.A. Lewis. Routledge, 1992.

Bennet A. Music, Media and Urban Mythscapes: A study of the Cantberry Sound'Media // Culture and Society. 2002. Vol. 24. No. 1. Pp. 107–120.

Boethius U. Youth, the Media and the moral panics // J. Ornas, G. Bolin (eds.). Youth Culture in Late Modernity. London: Sage, 1995.

Fiske J. Reading the popular. Boston: Unwin Hyman, 1989.

Jensen J. Redeeming Modernity: Contradictions in Media Criticism. Beverly Hills: Sage Publications, 1990.

Miles S., Anderson A. Just do it? Young people, the global media and the construction of consumer meanings // A. Ralph, J. Langham, T. Lees (eds.). Youth and global media. Luton: Luton university press, 1999. Pp 105–112.

Miles S. Youth lifestyles in a changing world. Guildford and King's Lynn, 2000.

Rushkoff D Children of Chaos: Surviving the end of the world as we know it. London: Flamingo, 1997.

Jenkins H. Star trek Rerun, Reread, Rewritten: Fun Writing as Textual Poaching. Critical studies // Mass Communication. 1988. Vol. 5. No 2. Pp. 85–107.

Reimer B. Youth and moderns lifestyles // J. Fornas, G. Bolin (eds.). Youth Culture in Late modernity. London: Sage, 1995. Pp. 120–144.