



DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-3-531-541

УДК 821.16.1

Научная статья

Феномен фанатского творчества: основные направления изучения

Л.О. Алгави, А.В. Харченко

Российский университет дружбы народов
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления зарубежных и отечественных исследований фан-сообществ и фанатского творческого производства. Синтезируются теоретические знания, собранные за рубежом. Медиафэндомы понимаются как интерпретативные, партисипативные сообщества, способные оказывать влияние на медиапроизводство, фанфикшен – как одна из форм выражения критики и различных потенциальных смыслов оригинального произведения. Отечественное научное сообщество также называет фэндом «интерпретативным сообществом», а фанфикшен – литературным текстом, выполняющим функцию демонстрации множества индивидуальных читательских интерпретаций произведения. Выявлено, что при наличии некоторых отличий в подходах к изучению фанатского творчества прослеживается общая исходная установка на активность аудитории. Особое внимание уделяется исследованию коллективного смыслообразования и способов выражения различных толкований оригинального медиаисточника.

Ключевые слова: культура участия, фан-сообщества, интерпретативные сообщества, фанатское творчество, фанфикшен

Введение

Понимание фэндома (англ. *fandom* – сообщество фанатов) сегодня расширилось, поскольку под «фанатством» теперь подразумевается *любое* культурное выражение группы, объединенной общими интересами и эмоциональной реакцией [1. С. 109]. Оно берет свое начало в сообществах любителей научной фантастики в период их расцвета в 1930-х годах. Научно-фантастические фэндомы объединяли любителей читать и обсуждать литературные произведения, коллекционировать, переодеваться (косплей) и посещать конвенты (фестивали). Эти активности отличали фанатство от простого потребления культурного продукта вплоть до появления Интернета в начале 1990-х годов. Конечно, было бы неправильно полагать, что эту деятельность вели исключительно фанаты научной фантастики, но тем не менее именно они создали то, что теперь называется фэндомом.



Медиафэндомы, возникшие в середине 1960-х годов вокруг таких сериалов как научно-фантастический «Звездный путь» (1966–1969) и шпионский, драматический «Агенты А.Н.К.Л.» (1964–1968), многое заимствовали у научно-фантастических литературных фэндомов. Самое главное – фанатскую деятельность. Она принимала различные формы: наиболее известный вариант – фэнзин (англ. *fanzone*, *fan magazine* – фанатский журнал), любительское печатное издание, рассылаемое по почте членам фан-сообщества и публикующее на своих страницах как фан-творчество в любой его форме, так и рецензии, критические и даже новостные статьи, письма. В начале 2000-х годов фэнзины переместились в онлайн-среду и превратились, во-первых, в фан-сайты, во-вторых, в архивы фанфиков (англ. *fan fiction* – фанатская художественная литература). Цифровая революция оказала глубокое влияние на фэндом, одновременно наделяя фанатов полномочиями и лишая прав, размывая границы между производителями и потребителями, создавая симбиотические отношения между могущественными корпорациями и отдельными фанатами и порождая новые формы культурного производства.

Фэндом, фанат и фанфикшен: главные тезисы междисциплинарных исследований

С самого начала зарубежные исследования в области культурологии [2; 3] говорили о том, что медийная аудитория – это не просто рынок сбыта продукции, важно понимать, что совокупность социальных и культурных факторов определяет то, какие медиапродукты мы потребляем, при каких обстоятельствах и какие последствия это имеет.

Британский социолог культуры С. Холл утверждает, что невозможно просто сопоставить способы кодирования сообщений производителями и способы создания значений потребителями, смыслообразование принимает различные формы в зависимости от *социального позиционирования* зрителей [4]. Полученные сообщения воспринимаются аудиторией по-разному, в зависимости от культурного воспитания человека, его социально-экономического положения и личного опыта. Холл описывает три возможных типа декодирования медиасообщений [4]: в первом случае оно воспринимается ровно в том значении, которое было закодировано, и полностью принимается аудиторией, во втором – не принимается, отвергается, в третьем – обсуждается, анализируется. Последнее смыслообразование Холл называет «переговорным» (*negotiated*), или «договорным», декодированием [4]: аудитория частично принимает прямое значение закодированного сообщения, а частично – отрицает.

Исследователи, которые тестировали модель Холла с помощью интервью с фокус-группами [5], обнаружили, что большинство закодированных значений скорее обсуждаются, чем беспрекословно принимаются или категорически отвергаются. Однако проблема в том, что значительная часть сообщений, кодируемых медиапроизводителями, направлена на тех, чьи гендерные, классовые, расовые и сексуальные идентичности относятся к *доминантным группам*; они являются той аудиторией, которую ожидают получить медиапроизводители, в то время как другие должны бороться за включение себя в

сообщество читателей, способных осмысленно соотноситься с конкретной историей и ее персонажами.

Холл, описывая модель кодирования/декодирования, предполагал, что обсуждения, или «переговорные чтения», происходят в головах *отдельных* членов аудитории [4], однако в контексте изучения фэндомов переговоры понимаются иначе – с точки зрения того, как члены сообщества обсуждают интерпретации медиапродукта между собой. То есть речь идет о горизонтальных коммуникациях. Воплощая концепцию переговорных чтений, фан-творчество мотивируется сложно достигаемым балансом между очарованием и разочарованием (в одном конкретном персонаже, например), утверждением или трансформацией (полностью ли фанат удовлетворен прочитанным/увиденным или считает, что конкретный персонаж точно не стал бы демонстрировать такое поведение и следует эту сюжетную линию переписать). Таким образом, понимание фэндома как *площадки для реализации переговорных чтений* предполагает бесконечное множество возможных отношений к медиапродукту, а также непрерывный процесс переговоров, который влечет за собой изменение значений.

Исследователей-культурологов интересуют прежде всего измерения коллективного смыслообразования внутри медиааудиторий: мы создаем индивидуальные смыслы и личные ассоциации, когда потребляем медиа (персонаж может напоминать нам нашего первого учителя, обстановка – место, где мы жили раньше), но процесс смыслообразования становится культурно значимым, когда эти смыслы разделяются большей группой.

В теории рецептивной эстетики группы людей, которые создают и транслируют смысл способом, похожим или родственным оригинальному произведению, называют «интерпретативными сообществами» [6].

Еще до появления Интернета интерпретативные сообщества – фэндомы – объединялись на почве желания обсудить любимые медиатексты. Фэндомы выработали особые модели интерпретации, способы социального взаимодействия и формы культурного производства, которые возникли из общих интересов сообщества.

В повседневной речи слово «фанат» имеет широкое значение и используется свободно для описания любого, кто создает интенсивную эмоциональную связь с определенным «чем-то» (это может быть медиапродукт, известная личность, спортсмен или вид спорта, музыкальная группа и т. д.), независимо от того, разделяет ли он эти чувства с кем-либо еще. Фэндом – это о других фанатах, о тех, кто претендует на общую идентичность и общую культуру с другими членами одного сообщества.

Фэндом – это сообщество, члены которого взаимодействуют с широким спектром различных медиаобъектов, но разделяют традиции и практики, накопленные за многие годы. Фэндом, как говорит американский философ и культуролог Г. Дженкинс, можно охарактеризовать как аудиторию, которая думает и действует как *единое общество*, осознает свою общность, призывает к вниманию и отстаивает определенные виды творчества [7].

Дженкинс, для описания того, как работает медиафэндом, ввел термин «культура участия» (*participatory culture*), или «культура соучастия» [8]. Фэн-

дом всегда был партисипативным сообществом (предполагал активное участие в его деятельности), поскольку фанаты формировали альтернативные интерпретации, которые часто выражались через культурные произведения (фанфикшен, фан-видео, фан-арт), – этот способ взаимодействия контрастировал с распространенными стереотипами о «культуре наблюдения» (*spectator culture*).

По Г. Дженкинсу, культура участия характеризуется [9. С. 7]:

- минимальным количеством помех/барьеров для художественного самовыражения и гражданской активности;
- сильной поддержкой создания и обмена творчеством с другими;
- неформальным наставничеством, посредством которого то, что известно наиболее опытным, передается новичкам;
- участниками, которые считают, что их вклад имеет значение;
- участниками, которые чувствуют некоторую степень социальной связи друг с другом (их волнует мнение других людей о созданном ими, даже если то, что они создают, является всего лишь *значениями*, а не культурными артефактами).

Дженкинс отмечает отсутствие единого мнения о том, как мы могли бы различать желательные или нежелательные формы участия или, скажем, когда участие становится настолько минимальным, что применять концепцию культуры участия становится нецелесообразно [7. С. 48].

К. Келти, американский специалист в области социологии, культуры и технологий, предложил семь различных аспектов, основываясь на которых можно оценить участие [10. С. 475]:

1. Возможности для неформального обучения.
2. Вклад в принятие решений и определение целей.
3. Контроль или владение ресурсами.
4. Добровольный статус деятельности, следовательно, возможность отказаться от нее.
5. Оказание поддержки как индивидуальному, так и коллективному голосу.
6. Общие нормы или измерения оценки качества участия друг друга.
7. Некоторый общий национальный опыт.

Благодаря своей долгой истории члены фэндома разработали довольно четко сформулированные нормы, призванные обеспечить *многообразие форм* участия. В дополнение к этому Интернет предлагает набор различных инструментов и платформ для привлечения аудитории к культуре участия.

Медиафэндом, по мнению Дженкинса, – это «одно из множества различных культурных сообществ, основанное на участии, которое бурно развивается в сетевой культуре» [7. С. 44].

Участие предполагает определенную форму *коллективного опыта*, заинтересованность в ведении какой-то общей деятельности в каком-то сообществе. В этом случае, когда мы описываем аудиторию в контексте культуры участия, мы обращаем внимание на совместное производство и *обмен смыслами*, а в случае фэндома – на производство и *обмен культурными артефактами*, построенными на содержании медиапродуктов. Одним из этих культурных артефактов является фанфикшен.

Наряду с зарубежными интерпретативный характер фан-сообществ отмечают и отечественные исследования. Следующее определение фэндома дает К.А. Прасолова: это «любое интерпретативное сообщество, существующее фактически или виртуально, объединяющей силой которого является любовь к определенному медийному тексту или к группе текстов, объединенной общим жанровым признаком» [11]. Термин «интерпретативные сообщества» перенимает у зарубежных коллег и доктор философских наук Н.Л. Соколова для обозначения той аудитории, которая, создавая свой контент, участвует в трансмедийном проекте, вовлечена в его «со-производство» [12]. Е.К. Тимошенко говорит о том, что именно фанфикшен выполняет «функцию демонстрации множества индивидуальных читательских интерпретаций произведения» [13. С. 91]. Она же отмечает основные принципы, или стратегии, построения фан-произведения: прописывание «опущенных сцен» (эмоциональная интенсификация, «опущенные сцены» наделяются эмоциональным накалом, и эротизация – дописывание сексуальных сцен), моральная переориентация (отрицательные персонажи становятся положительными и наоборот), юмористическое переосмысление.

Л. Горалик, в свою очередь, предпринимает попытки выделить факторы, которые способствуют превращению исходного, оригинального медиапродукта в объект фан-творчества. Среди них: растяжимый канон, или исходные миры (можно придумать еще одно дело для персонажей детектива или новое путешествие – для фантастического произведения); обилие как центральных, так и второстепенных персонажей; наличие недоговоренностей в сюжете, в мифологии Вселенной или в отношениях героев; «серийность» поступления информации (можно предположить, что произошло между двумя сериями одного сериала или частями фильма) [14].

К.А. Прасолова дает анализ поэтики фанфикшена в контексте культуры конвергенции и выделяет четыре отличительные особенности современного творчества [11]:

1. «Стихийная демократизация искусства», или направление, которое определяет развитие многих форм творчества и социального взаимодействия. Фанфикшен – его частное проявление.

2. Трансмедийная природа нового творчества (фан-творчества в том числе). Под этим подразумевается повторяемость контента в различных формах: исключительно литературные произведения фанаты компенсируют фан-артом (иллюстрациями) или фан-видео (любительскими экранизациями), кинофильмы – фанфикшеном и т. д.

3. Фрактальность современного творчества, или самоподобие. В фанфикшене фрактальность проявляется в двух смыслах: каждый отдельный фан-текст является отражением или преломлением как оригинального источника, так и совокупности других фанатских произведений.

4. Собственно конвергенция – принцип, порождающий современное творчество. Здесь конвергенцию предлагается понимать как одновременное использование разных средств медиапроизводства или, на уровне фанфикшена, как одновременную реализацию различных мотивов создания фан-текста.

Американский исследователь в области фанатских сообществ и фанатской деятельности К. Буссе говорит о существовании взаимосвязанных особенностей, которые не столько характеризуют фанфикшен, сколько имеют тенденцию быть более выраженными в любительских трансформационных произведениях, написанных в конкретном сообществе [15. С. 46]:

- фрагментация, или способность одного фанфика быть делимым на части или нескольких – составлять единое целое;
- интертекстуальность, или зависимость одной конкретной истории от сообщества и фантекста;
- перформативность, или способность фанфика побуждать к действиям, в том числе комментировать его, рецензировать и т. д.;
- эмоциональная открытость и уязвимость, которые читатели и писатели демонстрируют в своих текстах и окружающем взаимодействии.

В то время как некоторые авторы-фанаты играют с формой или добавляют визуальный контент к тексту, создают многослойные сюжетные линии, текстовые игры или их аналоги, фанфики, тем не менее в большинстве своем остаются текстовой формой творчества – фикрайтеры чаще экспериментируют с содержанием и объемом произведения.

Например, коммуникативный характер публикации фанфиков онлайн, обеспечивающий немедленную обратную связь, сделал нормой публикацию фанатами своих работ со статусом «в процессе» – незавершенных работ (*work in progress*). К. Буссе утверждает, что такие фанфики являются образцовыми по целому ряду причин: они являются сами себе рекламой (незавершенный статус привлекает внимание даже искушенного читателя-фаната), а также демонстрируют писательские навыки автора (или то, как они меняются по мере написания работы) [15. С. 50]. Часто фанфики со статусами «в процессе» являются эпизодическими или многочастными и таким же образом, как телевизионные сериалы, легко воспринимаются по частям. В отличие от завершенного текста с фиксированным значением, сама суть незавершенных работ просит от читателей сотрудничества: образно (представить или предположить дальнейшие развития событий) или буквально (приглашение читателей к соавторству).

К. Буссе и К. Хеллексон предлагают расширить значение «незавершенных работ», так чтобы включить в него совокупность всех фанатских произведений, и для ее обозначения вводят термин «фантекст». Фантекст (по аналогии с контекстом и паратекстом) – это совокупность историй и критических комментариев, написанных внутри одного фэндом, фантекст предлагает постоянно растущую, постоянно изменяющуюся версию персонажей [16. С. 7]. Эти многочисленные интерпретации персонажей и каноничных сцен часто противоречивы, но дополняют как друг друга, так и исходный текст – создают более полное понимание одной Вселенной. Иначе говоря, каждая отдельная история, будь то фрагмент другой незавершенной истории или самостоятельное произведение, сама по себе является частью бесконечной незавершенной работы, которая является фантекстом (напрашивается сравнение с гипертекстом).

Таким образом, фанфикшен является не только ответом на оригинальный, исходный медиапродукт, но и существует в связи с другими текстами, публикуемыми в фэндоме, и с дискуссиями, которые возникают в фан-сообществе.

Коллективность как признак, свойственный современному фольклору и фанфикшену, отмечают и отечественные исследователи, однако в несколько ином значении: как зависимость от читательского мнения [17]. Обратная связь, готовность к правкам или дополнениям текста по желанию или рекомендации аудитории, комментарии, а также привлечение «беты», или бета-ридера (корректора, редактора), при написании фанатами своих работ – все это можно считать выражением коллективности в фан-творчестве.

Фанфикшен сравнивается с полуфольклорными, постфольклорными жанрами [18]: анонимное авторство, публикация в сообществах (коллективах), коллективное редактирование, сопровождение музыкальными композициями или иллюстрациями – все это говорит о том, что в некоторой степени фан-тексты строятся и бытуют по фольклорным законам. Однако анонимность автора условна (стоящий за используемым псевдонимом, ником человек известен внутри сообщества), как условны синкретичность (видео- и звукоряд скорее иллюстрируют фан-текст, чем обязательно сопровождают) и упомнутая выше коллективность.

М.А. Федорчук делает вывод о приближении фанфикшена к такому пограничному между фольклором и литературой явлению, как «наивная литература» [18. С. 17], упоминает общие характерные признаки – письменная форма бытования, фиксация текстов, спонтанность возникновения, отсутствие коммерческой выгоды, непрофессионализм.

Научным сообществом часто предпринимаются попытки определить возрастную категорию фанатов, занимающихся творческим письмом, составить психологический и социальный портрет фикрайтера. Многие сходятся во мнении, что активными художниками слова являются молодые интернет-пользователи: школьники, студенты, выпускники вузов [19; 20]. В связи с этим исследователи обращают внимание на образовательный потенциал фанфикшена, рассматривают его как способ приобщения молодежи к чтению. Ю.В. Антипина обобщает накопленные за рубежом материалы по теме и дополняет личным опытом [20. С. 123]. Во-первых, литературное творчество может помочь педагогу оценить творческий потенциал ученика. Во-вторых, написание фанфикшена предполагает переработку оригинального произведения (исследователь говорит о тексте книги-первоисточника), которую невозможно осуществить без предварительного чтения с увлечением. В-третьих, создание и публикация фанфикшена опирается на наличие определенных писательских и технических навыков, а обратная связь, комментирование и/или рецензирование работ читателями и вероятность получения негативных отзывов способствует их совершенствованию. В-четвертых, привлекательная возможность занять должность бета-ридера в фэндоме требует владения нормами русского литературного языка. В-пятых, считающийся престижным перевод текста на иностранный язык и его последующее размещение на зарубежных ресурсах или перевод иноязычных фан-работ на русский стимулирует авторов к изучению иностранных языков.

Заключение

Основные направления изучения фанатского творчества объединяет исходная установка на активность аудитории: современная медийная аудитория – это не просто рынок сбыта медиапродукции, это думающие сообщества, которые сами выбирают, какой продукт потреблять, в каком виде и в какое время. Необходимо обращать внимание не только на их отношение к продукту, но и на то, как представители аудитории связаны друг с другом, как они меняют контекст произведения, обсуждая и трансформируя его. Поскольку эти процессы все чаще происходят публично, они влияют на восприятие как фанатов, так и не фанатов. Ученые (филологи, социологи, культурологи, педагоги) сходятся во мнении, что фэндомы являются *интерпретативными* сообществами, а формируемые фанатами альтернативные толкования оригинальных медиапродуктов находят свое выражение в фанфикшене. Зарубежные и отечественные исследователи присваивают фан-текстам наборы характеристик, некоторые из которых роднят их с фольклорными жанрами, другие – принципиально отличают от любой области творчества. Нет сомнений в том, что дальнейшее изучение феномена фанатского творчества поможет развитию эффективных коммуникационных процессов в современном медиaprостранстве.

Список литературы

- [1] *Hellekson K.* The Fan Experience // A Companion to Media Fandom and Fan Studies. John Wiley & Sons, 2018.
- [2] *Tulloch J.* Watching Television Audiences: Cultural Theories & Methods. London: Arnold, 2000.
- [3] The Audience Studies Reader / ed. by W. Brooker et al. Psychology Press, 2003.
- [4] *Hall S.* Encoding/Decoding // Media and Cultural Studies. Keyworks. London: Blackwell Publishers, 2001.
- [5] *Morley D.G.* The Nationwide Audience. British Film Institute, 1980.
- [6] *Fish S.* Interpreting the “Variorum” // Critical Inquiry. 1976. Vol. 2. No. 3. Pp. 465–485.
- [7] *Jenkins H.* Fandom, Negotiation, and Participatory Culture // A Companion to Media Fandom and Fan Studies. John Wiley & Sons, 2018. Pp. 13–26.
- [8] *Jenkins H.* Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. Routledge, 2012.
- [9] *Jenkins H.* Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. MIT Press, 2009.
- [10] *Kelty C. et al.* Seven Dimensions of Contemporary Participation Disentangled // Journal of the Association for Information Science and Technology. 2015. Vol. 66. No. 3. Pp. 474–488.
- [11] *Прасолова К.А.* Фанфикшн: литературный феномен конца XX – начала XXI века (творчество поклонников Дж.К. Ролинг): дис. ... канд. филол. наук. Калининград, 2008.
- [12] *Соколова Н.Л.* Трансмедиа и «интерпретативные сообщества» // Международный журнал исследований культуры. 2011. № 3 (4). С. 16–21.
- [13] *Тимошенко Е.К.* Стратегии российского фанфикшена по роману Л.Н. Толстого «Война и мир» // Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология. 2015. Т. 25. № 6. С. 89–94.
- [14] *Горалик Л.* Как размножаются Малфои: жанр «фэнфик»: потребитель масскультуры в диалоге с медиаконтентом // Новый мир. 2003. № 12. С. 131–146.

- [15] *Busse K. Intimate Intertextuality and Performative Fragments in Media Fanfiction // Fandom: Identities and Communities in a Mediated World. 2017. Pp. 45–60.*
- [16] *Busse K., Hellekson K. Introduction: Work in Progress // Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet. Jefferson: McFarland & Company, 2006.*
- [17] *Коробко М.А. Признак коллективности в фанфикшн и письменных формах современного фольклора // Вестник Брянского государственного университета. 2015. № 1. С. 220–223.*
- [18] *Федорчук М.А. Специфика текстопорождения в фанфикшн (на материале русскоязычных фандомов): дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2017.*
- [19] *Розанов К.А. Студенческая жизнь в новейшей российской интернет-литературе: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Саратов. гос. ун-т. Саратов, 2010.*
- [20] *Антипина Ю.В. Литературное интернет-творчество фанатов: педагогический аспект // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2011. № 2. С. 121–125.*

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 19 мая 2020 г.

Дата принятия к печати: 23 июня 2020 г.

Для цитирования:

Алгави Л.О., Харченко А.В. Феномен фанатского творчества: основные направления изучения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 3. С. 531–541. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-531-541>

Сведения об авторах:

Алгави Лейла Омаровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов. E-mail: algawy_lo@rudn.ru

Харченко Алина Вадимовна, соискатель степени кандидата филологических наук кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов. E-mail: alva.kharchenko@gmail.com

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-3-531-541

Research article

The phenomenon of fan creativity: the main directions of studies

Leila O. Algavi, Alina V. Kharchenko

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation

Abstract. The article considers the main directions of foreign and domestic studies of fan communities and fan creative production. The article synthesizes theoretical knowledge collected abroad. Media fandoms are understood as interpretive, participatory communities that are able to influence media production. Fanfiction is shown as one of the forms of expression

of criticism and various potential interpretations and meanings of the original work. The Russian scientific community also refers to fan communities as “interpretive communities”. Fanfiction is defined as a literary work that performs the function of demonstrating a variety of individual reader’s interpretations of the work. It was revealed that despite the existence of some differences in approaches to the study of fan creativity, there is a common focus on the activity of the audience. More attention is given to the study of collective meaning-making and ways of expressing different interpretations of the original media product.

Keywords: participatory culture, fan communities, interpretive communities, fan creativity, fanfiction

References

- [1] Hellekson, K. (2018). *The Fan Experience. A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. John Wiley & Sons.
- [2] Tulloch, J. (2000). *Watching Television Audiences: Cultural Theories & Methods*. London, UK, Arnold.
- [3] Brooker, W., et al. (eds.). (2001). *The Audience Studies Reader*. Psychology Press, 2003.
- [4] Hall, S. (2001). Encoding/Decoding. *Media and Cultural Studies. Keywords*. London: Blackwell Publishers.
- [5] Morley, D.G. (1980). *The Nationwide Audience*. British Film Institute.
- [6] Fish, S. (1976). Interpreting the “Variorum”. *Critical Inquiry*, 2(3), 465–485.
- [7] Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp. 13–26).
- [8] Jenkins, H. (2012). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- [9] Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- [10] Kely, C., et al. (2015). Seven Dimensions of Contemporary Participation Disentangled. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(3), 474–488.
- [11] Prasolova, K.A. (2008). *Fanfikshn: Literaturnyj fenomen konca XX – nachala XXI veka (tvorchestvo poklonnikov Dzh.K. Roling) [Fanfiction: A literary phenomenon of the late XX – early XXI century (the work of fans of J.K. Rowling)]* (Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Kaliningrad.
- [12] Sokolova, N.L. (2011). Transmedia i “interpretativnye soobshhestva” [Transmedia and “interpretative communities”]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovaniy kul'tury [International Journal of Cultural Studies]*, 3(4), 16–21.
- [13] Timoshenko, E.K. (2015). Strategii rossijskogo fanfikshena po romanu L.N. Tolstogo “Vojna i mir” [Strategies of Russian fanfiction based on the novel by L.N. Tolstoy “War and Peace”]. *Bulletin of Udmurt University. History and Philology Series*, (6), 89–94.
- [14] Goralik, L. (2003). Kak razmnozhajutsja Malfoi: Zhanr “fjenfik”: Potrebitel' masskul'tury v dialoge s mediakontentom [How Malfoys reproduce: Genre “fanfiction”: Consumer of mass culture in dialogue with media content]. *Novyj mir [New world]*, (12), 131–146.
- [15] Busse, K. (2017). Intimate Intertextuality and Performative Fragments in Media Fanfiction. *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* (pp. 45–60).
- [16] Busse K., & Hellekson, K. (2006). Introduction: Work in Progress. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. Jefferson, McFarland & Company.
- [17] Korobko, M.A. (2015). Priznak kolektivnosti v fanfikshn i pis'mennyh formah sovremennogo fol'klora [A sign of collectivity in fan fiction and written forms of modern folklore]. *The Bryansk State University Herald*, (1), 220–223.
- [18] Fedorchuk, M.A. (2017). *Specifika tekstoporozhdenija v fanfikshn (na materiale russkojazychnyh fandomov) [Specificity of text production in fan fiction (based on Russian-language fandoms)]* (Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Orel.

- [19] Rozanov, K.A. (2010). *Studencheskaja zhizn' v novejshej rossijskoj internet-literature* [*Student life in the latest Russian Internet literature*] (Abstract of the Dissertation of the Candidate of Philological Sciences). Saratov, Saratov State University.
- [20] Antipina, Ju.V. (2011). Literaturnoe internet-tvorchestvo fanatov: Pedagogicheskij aspekt [*Literary Internet creativity of fans: Pedagogical aspect*]. *Sborniki konferencij NIC "Sociosfera"* [*Conference proceedings of the research center "Sociosphere"*], (2), 121–125.

Article history:

Received: 19 May 2020

Revised: 10 June 2020

Accepted: 23 June 2020

For citation:

Algavi, L.O., & Kharchenko, A.V. (2020). The phenomenon of fan creativity: The main directions of studies. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(3), 531–541. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-3-531-541>

Bio notes:

Leila O. Algavi, Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Theory and History of Journalism of the Faculty of Philology of the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University). E-mail: algawy_lo@rudn.ru

Alina V. Kharchenko, candidate for a degree of PhD in Philology of the Department of Mass Communications of the Faculty of Philology of the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University). E-mail: alva.kharchenko@gmail.com