

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Фанфикшен: творчество потребителя.

Сергеева Варвара Александровна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский

факультет, Москва, Россия

E-mail: doctordona@gmail.com

Современный человек-это человек потребляющий, живущий в пространстве популярной культуры. Традиционно сложилось понимание потребления, как деятельности пассивной, в противовес активному акту производства. В настоящей работе мы попытаемся показать, что акт потребления объектов поп-культуры является такой уж пассивной бездумной деятельностью индивида, его потребление также является производством, в котором открываются возможности для творческой активности и самореализации, находящиеся вне общепринятого дискурса. Обосновывать этот тезис мы будем, обращаясь к анализу деятельности людей, наиболее сильно вовлеченных в массовую культуру, а именно медиа-фанатов. (То есть не любителей спорта, а фанатов сериалов, жанровых фильмов, комиксов, аниме и т.д.) И конкретно мы рассмотрим один их культурных продуктов фанатских сообществ (фэндомов) - фанфикшен.

Фанфикшен - это тексты, созданные по мотивам того или иного оригинального произведения. Как правило, их авторы не являются профессиональными литераторами, тексты создаются и распространяются в сети на некоммерческой основе. С одной стороны, применив модель «производство-потребление» к фанфикшену, легко заметить, что его авторы являются потребителями, они не создают ничего нового, а лишь обживают созданный кем-то другим мир (например, мир чародейства и волшебства Джоан Роулинг или Средиземье Р. Толкиена). С другой стороны, творчество фанатов - это не просто пассивное усвоение, это переработка, апроприация спускаемого на них производителями продукта. Фанфикшен живет не пересказами предзаданных канонических историй, а их переосмыслением, заполнением лакун в текстах, соотносением изначально пустых и безличных культурных продуктов со своим собственным жизненным опытом. Фанаты участвуют в создании своеобразного мета-текста, который зачастую гораздо богаче, сложнее и интереснее, чем сам канон.

Французский историк, антрополог и социальный философ Мишель де Серто в работе 1980 года «Изобретение повседневности. Искусство делать» называет деятельность потребителя «другим производством», [Мишель де Серто, 41] Смысл такого производства заключается не столько в собственной продукции, сколько в способе «использования той продукции, которая навязывается господствующим экономическим порядком». [Там же, 41] Говоря о культуре, исследователь считает правомерным заменить пару «производство-потребление» на пару «чтение-письмо», что представляется логичным, так как в пространстве современной культуры все является текстом. Отмечая, что между этими понятиями так же существует иерархия, как и у первой пары, де Серто утверждает, что чтение не является актом пассивного потребления. Читатель - это не губка, которая впитывает в себя все, с чем соприкасается. Читатель - это странник внутри навязанной ему системы, он изменяет текст под себя, находит в нем свои собственные новые смыслы. [Там же, 284]

Де Серто, конечно, не писал конкретно о фанфикшене, однако подробный разбор его идей позволяет понять, что в мире творчества фанатов некоторые из них получили свое наглядное выражение. Строительным материалом фанфикшена являются детали господствующего дискурса, авторы вписаны в определенный культурный контекст и действуют по правилам, им заданным. Однако их желания и интересы не совпадают с системными. Фанфикшен - это уже не массовая обезличивающая культура, движимая корыстными мотивами, это культура народная.

Творчество фанатов - это прежде всего адаптационный механизм к агрессивному состоянию современной культуры. Будучи неспособным произвести что-то новое, человек превращает акт потребления в акт творчества, тем самым отвоевывая себе место в общекультурном пространстве

Литература

1. Серто Мишель де. Изобретение повседневности. Искусство делать. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013.