

ББК 76.0
УДК 070

*М. С. Клименко
M. Klimentko
г. Магнитогорск, МГТУ им. Г. И. Носова
Magnitogorsk, MSTU*

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФЭНЗИНОВ TYPOLOGICAL FEATURES OF FANZINES

Аннотация: Сегодня каждый человек имеет доступ во Всемирную паутину. Это упростило распространение «неофициального» и «нелегального» информационного продукта. Он выступает как источник уникальной информации новостного и аналитического характера, которую не опубликуют в официальных изданиях в связи с определенной редакционной политикой. В статье рассматривается феномен электронного фэнзина как социокультурного явления. Основной целью работы было изучение типологических особенностей вебзина.

Ключевые слова: фэнзин; вебзин; типологические черты; Интернет; самиздат.

Abstract: Today each person has access to the Internet. It has simplified distribution of a «informal» and «illegal» information product. It is a source of unique information which won't be published in official editions. The proposed research are concentrate on digital fanzines as a social and cultural phenomenon. This article aims to considering of typological features of a vebzin.

Keywords: fanzines; webzine; Internet; samizdat.

Вскоре после распространения самиздата наряду с активным развитием субкультур и популяризацией фантастической зарубежной литературы в нем начало формироваться уникальное явление – самиздатовская журналистика для строго ограниченного круга лиц, объединенного общим увлечением или интересом. Среди многочисленных бульварных, информационно-рекламных, развлекательных и политизированных (многopартийных) изданий особое место заняла специализированная печать, нацеленная на информационное обслуживание интересов специфической, узкой аудитории. Это явление вскоре будет названо фэнзином.

Фэнзины – бесплатные нерегулярные издания, издаваемые поклонниками (фанатами) определенного культурно-социального явления. Издания подобного формата создавались для публикаций материалов специфической, узкой тематики, которые не могут быть представлены на рынке СМИ. Цель издания фэнзинов как альтернативных СМИ можно связать с тем, что обычная пресса не может представить информацию, отвечающую потребностям определенной «продвинутой» аудитории. Они также не могут затрагивать многие темы, доступные фэнзинам. В России они получили активное развитие в конце 90-х, когда в страну хлынул поток зарубежной литературы и началось формирование таких

субкультур, как ролевики и толкиенисты. Отсюда объяснение, почему первые журналы, к примеру, о фантастике начинались именно с фэнзинов.

В начале своего становления зины распространялись исключительно в бумажном виде – переписывались вручную или перепечатывались на пишущих машинках. В эпоху компьютеризации и повсеместного развития сети Интернет фанатское творчество целиком ушло во Всемирную паутину и, в частности, в социальные сети. Привычные печатные фэнзины стали выпускаться в электронных форматах и получили неофициальное название «вебзин». Издания представляют собой электронный документ, зачастую формата PDF, где в цифровом виде отображаются страницы обычного журнала. Они могут быть отсканированы с одного бумажного варианта издания или собраны с помощью ряда специальных программ для верстки. Новыми формами вебзинов можно назвать авторские тематические сайты, созданные фанатами определенного культурного явления.

В качестве одной из главных типологических особенностей фэнзинов можно отметить узконаправленность. Фэнзин имеет сравнительно небольшую, но четко очерченную целевую аудиторию с определенным «неформальным» культурным предпочтением. Аудитория печатных зинов могла составлять 10 человек. Сегодня благодаря использованию информационных и цифровых технологий распространять информационный продукт намного проще и дешевле. Это позволяет существенно расширить аудиторию.

К примеру, фэнзин под названием «TEAm TARDIS», посвященный фэндому телесериала «Доктор Кто», доступен для аудитории, насчитывающей около 61 700 человек [3]. Все они являются подписчиками одноименной группы в социальной сети «ВКонтакте», где и распространяется издание. В журнал авторы помещают переводные материалы из зарубежных источников, пересказ и анализ содержания эпизодов, новостные сводки об актерах и создателях сериала. Среди материалов – статьи с такими заголовками, как «Питер Капальди об уходе из сериала»[5], «Факты о серии „Ниспосланный с небес“»[4], «Стивен Моффат о „Колombo“»[6] и др. Авторы журнала не дают никаких пояснений об указанных в статьях личностях, не поясняют специальную терминологию. Предполагается, что читатели фэнзина изначально знакомы с персонажами, актерами и описываемыми событиями. Целевая аудитория издания «TEAm TARDIS» – фанаты телесериала «Доктор Кто», которым не требуется дополнительная, углубленная информация, способная расширить их информационное поле в интересующей нише киноиндустрии. Такие издания обычно распространяют «свои среди своих» – непосвященному человеку, далекому от данной сферы культуры, данные информационные поводы и специфические термины будут непонятны. Человеку «не в теме» фэнзин будет неинтересен. Фэнзины производятся для представителей определенных субкультур: ролевиков, рокеров, поклонников фантастики и др.

Еще одна особенность любительских сетевых изданий – неформальный характер, неофициальность. Стиль фэнзинов всегда разнообразный и неоднородный. От обычного глянца они отличаются своей тональностью. Авторы фанатского самиздата создают материалы в совершенно ином ключе и не стремятся, подобно привычным массовым изданиям, сделать свой фэнзин

профессиональным. Уникальность таких изданий состоит в том, что в них можно прочесть то, чего никогда не напечатают в обычных изданиях. Более того, чаще всего изданий подобной направленности вообще не существует, потому что выпускать такую узкотематическую прессу для издательств невыгодно. Фэнзины успешно замещают этот пробел.

«House of Melkor» – сетевой фэнзин, посвященный отрицательным персонажам из легендарного Джона Толкина «Властелин колец» и «Сильмариллион». *«Наш журнал ориентирован на темную сторону Средиземья, так как о ней в книгах Толкина сказано не так много, а нам эта история нравится. Мы постоянно пытаемся раскрыть тех, кого принято не любить»*, – отмечают создатели. Отсюда можно сделать вывод, что содержание, идеологическая и тематическая направленности фэнзина зависят от личности авторов, их мнений и взглядов. Фэнзин позволяет в одном журнале объединять различные точки зрения, разнообразные чувства и эмоции людей разных возрастов, национальностей, полов, социального статуса, объединенных общими идеями.

От официальных профессиональных изданий фэнзины отличаются и своими функциями. В работе «Записки из подполья» американский исследователь Стивен Данком выделяет две ключевые функции малотиражных любительских журналов: коммуникативную и социально-творческую. По его словам, игнорируемые культурой так называемого «мейнстрима» люди, пишущие в фэнзины, создают обширные сети независимых коммуникаций, чтобы поделиться идеями и мыслями, которые не могут быть выражены нигде более [1]. Авторы такого издания не преследуют коммерческих целей, их главная задача – донести до читателя с конкретным культурным предпочтением образовательно-популярную информацию, которую невозможно найти в обычных изданиях, и повысить собственные котировки в субкультуре. В написанном для фэнзинов, как правило, видна большая живость и естественная искренность. Это обычно носит неформальный, личный и спонтанный характер. *«Мы работаем над этим проектом на чистом энтузиазме и, конечно, не получаем заработной платы и не имеем возможности выплачивать её»*, – пишут создатели вебзина «House of Melkor» [2].

Кроме того, авторы фэнзина ставят перед собой цель создать площадку для реализации чужого творчества. *«Когда мы создавали паблик, нашей целью было создание комфортного интернет-пространства, где каждый бы почувствовал себя как дома. К моменту создания журнала мы поняли, как сильно не хватает объединяющего информационного пространства для людей творческих: художников, писателей, косплееров»*, – отмечают редакторы фэнзина «House of Melkor». Основными целями своей работы авторы называют объединение фанатского сообщества, стимуляцию к творчеству начинающих деятелей искусства в данной тематике и продвижение их творчества не только в России, но и за рубежом, а также обогащение фэндома. Такую же цель преследуют создатели литературного фэнзина «Притяжение», издающегося одноименным клубом любителей фантастики в Ростове-на-Дону. В фэнзине публикуются рассказы и фрагменты новых книг начинающих и профессиональных писателей,

критические и библиографические материалы, анонсы новых книг и событий в фэндоме, архивные материалы, художественные работы, фотографии.

Любой фэнзин обычно создается независимой группой различных авторов – представителей какой-либо субкультуры или молодежного течения. Зачастую они не являются профессиональными журналистами, а потому и стиль материалов может быть далек от привычного понимания журналистских текстов. Стиль фэнзинов свободный, приближен к разговорной речи. Примером может послужить статья из вебзина «The Batrachospermum Magazine»: *«Допустим, товарищ привез вам из открытого космоса подарочек – баночку с тамошним „воздухом“ . Это такой популярный сувенир, которым предприимчивые космосяне торгуют в лавках для космических туристов. „Да нет там никакого воздуха, там же сплошная вакуумь!“ – скажете вы»* [7]. Фэнзинам присущи неологизмы, образность, экспрессивность и оценочность. Особенно ярко эти черты проявляются в фэнзинах, посвященных панк и DIY-культуре. Авторы таких изданий в своих материалах могут допускать нарушения всевозможных норм русского языка, прибегать к ненормативной лексике. Фэнзин пишется на том языке, на котором говорит его целевая аудитория.

В отличие от обычной периодики фэнзины выходят нерегулярно. Один номер фэнзина может создаваться месяц, другой – несколько лет. В среднем в год выпускается один номер фэнзина, однако создатели стремятся к регулярности своего издания. Периодичность вышеупомянутых вебзинов «TEAm TARDIS» и «House of Melkor» – один выпуск в месяц. А вот, к примеру, гипердекадентский журнал «Опустошитель», позиционирующий себя как культурологическое издание, выходит три раза в год [8]. Периодичность выхода фэнзина обычно зависит от наличия свободного времени авторов и редактора, достаточного количества материала для выпуска номера, оперативности ответов на интервью.

Фэнзин не редактируется издателями, потому что весь процесс создания и выпуска журнала от начала и до конца производится самими авторами. Зины, издаваемые одним человеком, называются персональными, но чаще всего журнал создает команда из трех и более человек. Они решают, что хотят поместить в номер, ведут собственные колонки, верстают выпуск. Интересно и то, что нет четкой грани между читателем и автором – каждый может прислать свой материал, и, если он соответствует политике журнала, редакторы разместят его в номере.

К примеру, команда создателей вышеупомянутого вебзина «House of Melkor» состоит из четырех организаторов, а также ряда корреспондентов и иллюстраторов, которые могут меняться от номера к номеру. В каждом номере на первой странице можно обнаружить своеобразные выходные данные – пометку «Над номером работали», где перечисляются все, кто участвовал в создании выпуска, и их роли.

Несмотря на то, что над созданием любого фэнзина работают разные художники, писатели и журналисты, у издания появляется индивидуальное лицо. У каждого фэнзина складывается определенный характер и направленность. Зачастую это происходит благодаря умению редактора организовать рабочую группу. Он исполняет такие же обязанности, как и остальные авторы, – собирает

материал, пишет статьи, рисует иллюстрации. Материалы в номере фэнзина могут быть разнородными, не объединенными какой-то общей тематикой, как это принято в обычном глянце. Они не нужны и не всегда срабатывают. Есть определенные рубрики, которые переходят из номера в номер. За их наполнением следит ответственный корреспондент, автор, который подготавливает материал к определенному сроку. Редакторы собирают готовые статьи и верстают номер.

Редактор задает общий тон фэнзина, правит и комментирует работы других авторов, сохраняя объективность и культивируя личностное отношение к читателям. Именно это и является основной задачей и основной сложностью редактора зина. Алан Лайт в журнале «All Dynamic» даже назвал эту позицию «политикой нечванливого редактора» [9].

Данная массово-информативная деятельность позволяет передавать актуальную для определенной целевой аудитории информацию новостного характера. На наш взгляд, фэнзин занимает определенное место в журналистике и культурном контексте нового образовательного класса, отвечая на запросы определенной аудитории с изначально иными культурными потребностями. Фэнзины являются журналистским продуктом, поскольку посредством фэнзинов происходит коммуникация отдельных групп лиц – фанатов и представителей субкультур.

Библиографический список

1. Duncombe, S. Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture / S. Duncombe. – Bloomington, Portland : Microcosm Publishing, 2008. – 251 p.
2. House Of Melkor Magazine. – https://vk.com/topic-111099825_33488351?post=19.
3. TEAmTARDIS | Доктор Кто | Doctor Who. – <https://vk.com/teamtardis> (Дата обращения : 28.03.2017).
4. TEAmTARDIS Magazette № 10. – https://vk.com/doc-29166271_439512511.
5. TEAmTARDIS Magazette № 12. – https://vk.com/doc-29166271_441884545.
6. TEAmTARDIS Magazette № 7. – https://vk.com/doc-29166271_437838278.
7. Ковылин, В. Литр космоса, пожалуйста / В. Ковылин // Батрахоспермум № 6(68). – <http://batrachospermum.ru/2017/02/jar-of-space/>.
8. Опустошитель. Инверсия культуры. – <http://pustoshit.com/magazine.html>.
9. Уэртхэм, Ф. Стиль фэнзинов / Ф. Уэртхэм // The World of Fanzines: A Special Form of Communication ; пер. с англ. В. Фёдоров. – Carbondale and Edwardsville : Southern Illinois University Press, 1973. – P. 86–91.